

Prevención escolar del juego de apuestas en  
adolescentes en centros de educación secundaria  
de Villena

*Informe descriptivo y evaluación de la eficacia*



 **QTJ?** **QUE TE JUEGAS**

# Prevención escolar del juego de apuestas en adolescentes en centros de educación secundaria de Villena

## FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

### **Objetivo:**

El objetivo de la presente propuesta es analizar y prevenir la conducta de juego de apuestas en los adolescentes de Villena.

### **Muestra:**

319 estudiantes de 4º de la ESO y Formación Básica y Profesional de los Institutos de Enseñanza Secundaria de Villena.

### **Tipo de Estudio:**

Estudio descriptivo transversal.

### **Periodo de aplicación de los instrumentos:**

Marzo – junio 2022.

**Responsable del estudio:** Daniel Orlando Reslen Bretton.

Graduado en Psicología en la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Villena, 13 de junio de 2022.

# ÍNDICE

1	Objetivo .....	1
2	Metodología.....	1
	a. Participantes.....	1
	b. Procedimiento.....	2
	c. Diseño.....	5
	d. Variables e instrumentos .....	6
	e. Análisis estadísticos .....	8
3	Resultados.....	9
	a. Implementación del programa QTJ .....	9
	b. Informe descriptivo .....	13
	i. Variables de conducta.....	14
	ii. Actitud hacia la publicidad .....	19
	iii. Percepción normativa .....	23
	iv. Percepción del riesgo .....	24
	v. Motivos de juego .....	25
	vi. Sesgos cognitivos.....	29
	c. Evaluación de la eficacia .....	33
	i. Intención de juego PRE-POST .....	33
	ii. Frecuencia de juego PRE-POST .....	34
	iii. Gasto en juego .....	35
	iv. Severidad de juego: CSPG y LIEBET.....	36
	v. Actitud hacia la publicidad: Afectiva, Cognitiva, Recuerdo .....	38
	vi. Percepción Normativa.....	41
	vii. Percepción del riesgo .....	42
	viii. GMQ (Motivos):.....	43
	ix. Sesgos cognitivos:.....	47
	x. Satisfacción de los participantes.....	50
4.	Conclusiones.....	51
	a. Implementación del programa .....	51
	b. Descripción de las variables de conducta de juego y factores psicosociales asociados de la muestra total (N= 319) .....	51
	c. Eficacia del programa.....	54

El juego de apuestas es una actividad muy extendida entre los menores de edad, con preocupantes tasas de prevalencia. El 17% de los adolescentes españoles de 15-16 años ha apostado en el último año (22% de los chicos y 12% de las chicas). De ellos, los que apostaron en los últimos 12 meses, el 10% registra un juego excesivo y el 3.2% juego problemático (ESPAD Group, 2016). Otros estudios en España 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. Otros trabajos coinciden en que el 28% de jóvenes entre 13 y 17 años declaran haber jugado alguna vez en su vida (Dirección General Ordenación del Juego, 2015; Lloret, Cabrera y Castaños, 2016).

Resulta preocupante el grado de fidelización entre adolescentes una vez iniciadas las primeras apuestas. Los estudios longitudinales muestran que la tasa de continuidad de juego tras un año supera el 70%, y alcanza el 87.7% para los que jugaban con alta frecuencia el año anterior (Lloret, Cabrera-Perona, Castaños et al., 2017), y la proporción de jugadores que posteriormente desarrollan problemas con el juego es mayor entre aquellos que se inician siendo menores de edad.

Desde la práctica clínica se informa de un incremento de ludopatía en adolescentes y mayor prevalencia en adolescentes que en adultos (Domínguez Álvarez, 2009; Jacobs, 2000). El inicio antes de los 18 años es un buen predictor de sufrir serios problemas relacionados con el juego cuando se alcanza la mayoría de edad.

En base a cuanto antecede, de no intervenir preventivamente, es previsible que se incremente el trastorno por juego en menores y jóvenes, y con ello la amenaza de exclusión social para su futuro.

La Unidad de Prevención Comunitaria de Conductas Adictivas del Ayuntamiento de Villena, es consciente de todo ello y tiene interés, no solo de intervenir precozmente, sino de tratar de prevenir este tipo de comportamientos para evitar su futuro desarrollo. Ya que el diagnóstico de juego problema en la adolescencia es un factor predictor de juego patológico en la adultez.

El programa ¿QTJ? es una intervención preventiva de ámbito universal dirigida a adolescentes de ambos sexos. Las dinámicas y actividades desarrolladas en las sesiones, los contenidos y la terminología utilizada permiten su aplicación en un rango de edades que va desde los 14 a los 17 años.

Los estudios sobre prevalencia del juego en adolescentes detectan un aumento del juego a partir de los 15 años (Lloret, Cabrera et al., 2018; García, 2015; Kong, et al., 2013) y que las primeras experiencias pueden significar una oportunidad para consolidar las actitudes favorables hacia el juego de apuestas, es deseable comenzar la prevención a los 14-15 años. Por lo tanto, sería aconsejable iniciar la prevención antes de los 15 años.

Desde que se puso en marcha la primera edición, el programa ha sido acreditado por la Conselleria de Sanitat Universal i Salut Pública de la Comunidad Valenciana y la Consejería de Salud de la Región de Murcia. Además, ha sido reconocido como Buena Práctica en Prevención por el Portal de Buenas Prácticas del Plan Nacional sobre Drogas

# 1 Objetivo

El objetivo del presente estudio es analizar y prevenir la conducta de juego de apuestas en los adolescentes de Villena. En este sentido se plantean tres objetivos específicos:

Objetivo 1.- Implementar el programa *¿Qué te juegas?* en estudiantes de educación secundaria del municipio de Villena.

Objetivo 2.- Describir la intención y conducta de juego de apuestas, así como factores psico-sociales asociados.

Objetivo 3.- Evaluar la eficacia de la intervención.

# 2 Metodología

## a. Participantes

El número total de estudiantes que se contabiliza tras el pase del cuestionario PRE de evaluación es de 339, con una media de edad de 15.50 ( $dt = .698$ ). Tras depurar las bases de datos, se produjo una pérdida de casos asociada a las siguientes causas:

- Respuestas incompletas (N= 7).
- Casos mayores de edad (N= 3).
- Tiempo de respuesta del cuestionario "anormal".  $\leq 7$  minutos o  $\geq 30$  min (N =3).
- Falta de coherencia en la cumplimentación de los cuestionarios (N= 7).

Por lo que la muestra final queda conformada por 319 estudiantes. La media de edad de la muestra es de 15.49 ( $dt = .696$ ), donde 160 estudiantes son hombres (50.2%) y 159 son mujeres (49.8%).

Además, para la evaluación de la eficacia del programa en el grupo experimental, se tuvieron en cuenta los casos en los que los cuestionarios PRE-POST de evaluación estaban emparejados. Por lo que, de los 319 casos contabilizados, se produjo una pérdida de 125 casos. La muestra final para la evaluación de la eficacia del programa queda conformada por 194 estudiantes, con una media de edad de 15.53 (dt = .628), siendo 91 hombres (46.9%) y 103 mujeres (53.1%).

## b. Procedimiento

Para dar respuesta a los objetivos, se reclutó una muestra de adolescentes, estudiantes de educación secundaria y formación básica y profesional, de la ciudad de Villena. El equipo de trabajo contactó con los centros que previamente decidieron participar en la implementación del programa como grupo experimental, tras un previo contacto con la UPCCA de Villena, siendo estos los siguientes:

### *Distribución del Grupo Experimental*

Centro	Previsión grupos	Grupos realizados	Cursos
IES Hermanos Amorós	5	5	4ºA, 4ºB, 4ºC, 4ºD, PR4.
IES Navarro Santafé	4	4	4ºA, 4ºB, 4ºC, PR4.
IES Las Fuentes	4	4	4ºA, 4ºB, 4ºC, PR4.
Colegio La Encarnación	2	2	4ºA, 4ºB.
Colegio Nuestra Señora de los Dolores	1	1	4º A
Colegio María Auxiliadora	2	2	4ºA, 4ºB.
Total	18	18	

Por lo que se contabilizan un total de 6 centros, con 18 grupos que participan en la implementación del programa como grupos experimentales. Paralelamente se solicitó una serie de grupos que colaborasen como grupo control de la intervención. 3 centros deciden aportar dichos grupos siendo estos los siguientes:

- IES Hermanos Amorós: 4 grupos de 3º ESO.
- IES Navarro Santafé: 4 grupos de 3º ESO.
- IES Las Fuentes: 2 grupos de 3º ESO.

La muestra final, contando tanto grupo experimental como grupo control, es de 28 grupos.

El **objetivo 1** consiste en la implementación del programa ¿QTJ?, que se presenta en un formato breve de 4 sesiones, diseñadas para ser realizadas en 50 minutos, tiempo medio disponible para una clase o tutoría. El programa ha sido diseñado para ser aplicado de forma íntegra. Cada sesión del ¿QTJ? incluye una justificación y dos actividades que el dinamizador/a puede elegir según las características del grupo o sus propias habilidades y motivación. La implementación del programa comienza el 14 de marzo y finaliza el 1 de junio. Siempre se respetan las cuatro sesiones acordadas por grupo y las periodicidades establecidas por el programa entre sesiones, excepto en el Colegio La Encarnación que, por necesidades académicas, existió la necesidad de comprimir la implementación en 2 sesiones. El pase de cuestionarios PRE y POST se realizó en la primera y en la última sesión de intervención respectivamente, debido a la dificultad de reservar otras 2 sesiones aparte para su realización. El pase tuvo una duración aproximada de 10 minutos. Respecto a las sesiones de intervención, tuvieron una duración de 45 minutos, respetando los tiempos de una clase de instituto normal.

La implementación fue llevada a cabo por 1 psicólogo, estudiante del Máster en Psicología General Sanitaria con experiencia previa en la implementación del programa, y 1 psicólogo colaborador en prácticas, siempre prevaleciendo la responsabilidad y la supervisión de las implementaciones en el primero.

Respecto al **objetivo 2**, se evalúan y describen las siguientes variables en la muestra descrita anteriormente: frecuencia de apuestas, severidad de juego, gasto en juego, intención de juego, actitud hacia las comunicaciones comerciales, la percepción del riesgo, la percepción normativa, las motivaciones para apostar y los sesgos cognitivos relacionados con la ilusión de control y el desconocimiento de la probabilidad. El contenido del cuestionario se explica en el apartado posterior de *Variables e*



*instrumentos*. Por lo tanto, para el cumplimiento del **objetivo 2**, se facilitaron los cuestionarios de evaluación PRE a todos los estudiantes pertenecientes a los centros escolares de Villena que acceden a participar en el programa. Entre la UPCCA de Villena y el equipo de trabajo, se contactó con los servicios de orientación y de dirección para concretar cuáles eran las fechas más convenientes para la realización del pase de cuestionarios. El periodo escogido para el pase de cuestionario PRE en los centros con grupo experimental abarca el mes de marzo de 2022. Respecto al grupo control, las fechas seleccionadas para el pase del cuestionario abarcaron el mes de mayo y junio. Respecto al tiempo del pase del cuestionario PRE en los centros experimentales y control, fueron necesarios 10 minutos, con la única diferencia de que el grupo experimental cumplimentó el cuestionario en la primera sesión de intervención, y el grupo control tenía una hora reservada para tal fin.

Respecto al **objetivo 3**, se comparan los resultados obtenidos de los cuestionarios PRE y POST del alumnado. Para la correcta evaluación de la eficacia, es necesario que coincidan tanto el cuestionario PRE como el cuestionario POST del alumno. Si no se cumple esa condición, se descarta el caso. Por lo que en los resultados de evaluación de la eficacia se observa una pérdida de muestra respecto a los datos aportados en la evaluación inicial PRE. Los resultados de la evaluación POST se obtienen siempre en la última sesión de implementación del programa, por lo que estos cuestionarios se obtuvieron entre los meses de mayo y junio. Por último, cabe destacar que para una mejor evaluación de la eficacia es necesario comparar los resultados de la evaluación con el grupo control, pero, a fecha de entrega del informe no fue posible reclutar los cuestionarios POST control de los centros.

c. **Diseño**

La evaluación de la intervención cuenta con un diseño cuasiexperimental pretest-postest sin grupo control. De esta manera se realizan dos medidas: antes (PRE) y después (POST) de la intervención, lo que permite comparar el efecto del programa antes de la intervención y después.



d. Variables e instrumentos

Variable	Instrumento	Descripción
<b>Intención de apostar</b>	Escala ad-hoc	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?” Cada pregunta se responde en una escala que va del 0 (totalmente no) al 6 (totalmente sí). Consistencia interna: $\alpha$ de Cronbach = .729 <sup>(1)</sup>
<b>Frecuencia de apuestas</b>	Cuestionario adaptado de ESPAD	Mide la frecuencia de juego (número de veces) que apuesta en cada una de las ocho modalidades de juego en los últimos 30 días (ESPAD Group, 2020)
<b>Gasto</b>	Cuestionario adaptado de ESPAD.	Cuestionario de ocho ítems que evalúan la cantidad en euros jugada en los últimos 30 días en cada una de las ocho modalidades de juego. (ESPAD Group, 2020)
<b>Juego Problemático</b>	Cribado de Juego Problemático (Consumption Screen for Problem Gambling - CSPG; Rockloff, 2012)	<p>Es un cuestionario de tres ítems que miden la presencia de juego problemático. Ha sido utilizado en la encuesta ESPAD 2019. Los tres ítems miden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frecuencia de apuestas. ¿Con qué frecuencia has apostado en los últimos 12 meses?;           <ul style="list-style-type: none"> <li>"Nunca" = 0, "1 vez al mes o menos" = 1, "2-4 veces al mes" = 2, "2-3 veces por semana" = 3, "4-5 veces por semana" = 4, "6 o más veces por semana" = 5</li> </ul> </li> <li>- Tiempo dedicado a apostar ¿Cuánto tiempo has dedicado a apostar en un día normal en el que apostaste en los últimos 12 meses?;           <ul style="list-style-type: none"> <li>‘Menos de 30 min’ = 0, ‘Entre 30 min y 1 hora’ = 1, ‘entre 1 y 2 horas’ = 2, ‘Entre 2 y 3 horas’ = 3, ‘3 o más horas’ = 4</li> </ul> </li> <li>- Intensidad de apuestas: ¿Con qué frecuencia has estado más de 2 horas seguidas apostando en los últimos 12 meses?           <ul style="list-style-type: none"> <li>"Nunca" = 0, "Menos de 1 vez al mes" = 1, "Mensualmente" = 2 " " "Semanalmente" = 3, "Diaria o casi diariamente" = 4</li> </ul> </li> </ul> <p>Punto de corte: Una puntuación de 4 puntos o más se considera un indicador de juego problemático.</p>

Variable	Instrumento	Descripción
<b>Juego Problemático</b>	Lie/Bet Questionnaire (Johnson et al., 1997)	Dos ítems evalúan la presencia de juego problemático. ¿Has mentido alguna vez a tu familia o amigos sobre la cantidad de dinero que has gastado en el juego? ¿Has sentido alguna vez la necesidad de apostar más dinero del que tenías planeado? Ambas preguntas se responden Sí=1 NO =0, por lo que el rango es 0 – 2. Una puntuación de 2 se considera un indicador de juego problemático.
<b>Actitud hacia la publicidad de apuestas</b>	Escala de Actitud hacia la Publicidad de Apuestas (EAPA)	13 ítems de respuesta tipo Likert de 5 opciones (1= Muy en desacuerdo – 5 = Muy de acuerdo) distribuidos en tres factores teóricos: <b>Afectivo</b> (“Los anuncios de apuestas me parecen divertidos o interesantes” o “Me gusta ver u oír este tipo de anuncios”); <b>Cognitivo</b> (“En general, creo que estos anuncios son engañosos” o “Los anuncios de juego de apuestas dicen la verdad”); y <b>Recuerdo</b> . Para evitar la aquiescencia de respuesta los ítems están redactados a favor y en contra de la publicidad de apuestas. Una mayor puntuación indica mayor actitud positiva hacia la publicidad de juego.
<b>Percepción del riesgo</b>	EDGAR Subescala PR	8 ítems evalúan la creencia de que el juego produce consecuencias negativas. Consistencia interna, $\alpha$ de Cronbach = 0.73. (Lloret, Cabrera y Núñez, 2022)
<b>Percepción Normativa</b>	EDGAR Subescala PN	4 ítems evalúan la creencia acerca cuán frecuente es el juego de apuestas entre los jóvenes de edad parecida. $\alpha$ de Cronbach =0.75. (Lloret, Cabrera y Núñez, 2022)
<b>Motivaciones para apostar</b>	Cuestionario de Motivos de Apuestas (GMQ, Gambling Motives Questionnaire,	Está formado tres dimensiones: 1) <b>Placer</b> . El refuerzo interno positivo emociones placenteras, 2) <b>Afrontamiento</b> . Apostar es concebido como una vía de escape, 3) <b>Social</b> . Apostar es una actividad social, para estar con los amigos/as. La versión ampliada GMQ-F (Devos, et al. 2016) incorpora la dimensión <b>Motivos Financieros</b> (El motivo para apostar es ganar dinero). Los ítems son frases que completan el enunciado general de “Cuando has jugado a juegos de apuestas, lo has hecho para...” En diferentes estudios realizados por el equipo de QTJ? en población española, la consistencia interna de la escala total y de cada subescala ha sido de $\alpha$ de Cronbach > .80.  (Stewart y Zack, 2007; Adaptación española Grande-Gosende, Martínez-Loredo, Fernández-Hermida, 2018; Versión ampliada Devos, et al. 2016)
<b>Sesgos cognitivos</b>	Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas	Escala de 10 ítems de respuesta Likert (Nunca – Siempre). Evalúa dos dimensiones teóricas sobre la probabilidad asociada a juegos de apuestas: - <b>Desconocimiento de la probabilidad</b> : Conocimiento, grado de acuerdo con afirmaciones sobre leyes básicas de probabilidad (cinco ítems) y - <b>Ilusión de control</b> : tendencia a creer que podemos influir sobre ciertos acontecimientos que, en realidad, son incontrolables (cinco ítems). Mayor puntuación indica mayor presencia de ilusión de control y un mayor grado de desconocimiento de las leyes de probabilidad. La consistencia interna es de $\alpha$ de Cronbach = 0.512

#### e. Análisis estadísticos

Para el objetivo 2 se utilizaron estadísticos descriptivos de frecuencias y medias con desviación típica.

Para el objetivo 3 en el que se evalúa las diferencia PRE-POST de la intervención del programa QTJ?, los datos son analizados mediante contraste de medias repetidas en el grupo con el estadístico T de Student. Con ello se podrá diferenciar los resultados antes y después de la intervención. Para conocer el tamaño de las diferencias, se calcula el tamaño del efecto de Cohen para cada diferencia. d de Cohen. Para el cálculo del tamaño de las diferencias se utilizó la d de Cohen en aquellas diferencias que habían resultado significativas, considerando un tamaño del efecto de 0.20 bajo, 0.50 medio y 0.80 alto (Cohen, 1988).

Significación: Se fija el nivel de significación a  $p < .05$ . Nivel de confianza: 95%.

Los análisis estadísticos se realizan con el programa estadístico SPSS v24.0.

### 3 Resultados

#### a. Implementación del programa QTJ

En cuanto al objetivo 1, se muestran los resultados del proceso de implementación del programa en los distintos centros participantes, como grupo experimental.

El procedimiento para la implementación del programa es el mismo en todos los centros. Se contactó con los equipos de orientación y/o dirección de los institutos para acordar las fechas para realizar la implementación del programa. Finalmente se acordó con todos los centros que el pase de cuestionarios PRE y POST de evaluación se llevaría a cabo durante la primera y la última sesión de intervención, ya que era difícil reservar otras 2 sesiones para realizar dicho pase. Este aspecto no modificó los tiempos de implementación de la primera y última sesión del programa, ya que el tiempo medio por sesión en la implementación del programa se mantuvo en 45 minutos. Por lo general, no hubo ningún problema en la logística de los centros y se proveyó de los materiales necesarios para una correcta realización de la implementación. El pase de los cuestionarios tuvo una duración aproximada de unos 10 minutos, tanto en la evaluación PRE como en la POST. Cabe destacar que es un cuestionario que se realiza de manera online, lo que facilita los tiempos de respuesta.

La primera sesión del primer centro fue el 14 de marzo, y la implementación finalizó el 1 de junio. se implementa el programa en seis centros de centros Villena: IES Hermanos Amorós, IES Navarro Santafé, IES Las Fuentes, Colegio Nuestra Señora de los Dolores, Colegio María Auxiliadora y Colegio La Encarnación (18 aulas):

- **IES Hermanos Amorós:** En horarios de mañana se implementó el programa a los siguientes cursos: 4ºA, 4ºB, 4ºC, 4ºD y PR4. En este centro se asistió desde el 13 de marzo al 24 de mayo, con periodicidad quincenal para las dos primeras sesiones, y un espacio de mes y medio para las dos últimas sesiones. La media de alumnos de los grupos de 4 de ESO º se sitúa en torno a unos 20, siendo un total de 100 alumnos que reciben la implementación en este centro.

- **IES Navarro Santafé:** En horarios de mañana se ha implementó el programa a los siguientes cursos: 4ºA, 4ºB, 4ºC, 4ºD y PR4. En este centro se empezó a asistir el 21 de marzo y se terminó de implementar el 4 de mayo. Por lo que dos sesiones se realizaron en el mes de marzo, una en el mes de abril, y la última en el mes de mayo. La media de alumnos por grupo fue de unos 20 alumnos. Por lo que el alumnado que recibe la implementación se sitúa en unos 80 alumnos.
  
- **IES Las Fuentes:** En horarios de mañana se implementó el programa en los siguientes cursos: 4ºA, 4ºB,4ºC y PR4. Se asiste al centro desde el 21 de marzo hasta el 24 de mayo. Las dos primeras sesiones se realizan en el mes marzo y las dos siguientes en el mes de mayo. La media de alumnado por clase está en torno a 15 alumnos, por lo que el programa se implementó a unos 60 alumnos.
  
- **Colegio María Auxiliadora:** En horarios de mañana se implementó el programa a los siguientes cursos: 4ºA y 4ºB. La implementación se comienza el 21 de marzo y finaliza el 31 de mayo. Por lo que la primera sesión se desarrolla en marzo, la segunda en abril, y las dos últimas en el mes de mayo. La media de alumnado se sitúa en torno a los 20 estudiantes grupo, por lo que el programa se ha implementado a unos 40 alumnos.
  
- **Colegio Nuestra Señora de los Dolores:** La implementación en este centro comienza el 14 de marzo y termina el 24 de mayo de abril. Se implementan las dos primeras sesiones durante el mes de marzo, y las dos últimas durante el mes de mayo. En horarios de mañana se implementa el programa al grupo de 4º ESO. El número de alumnado en este grupo fue de 17 estudiantes.
  
- **Colegio La Encarnación:** En horarios de mañana se implementan todas las sesiones del programa entre los días 18 de mayo y 1 de junio. Todo ello motivado por necesidades académicas del centro. Los grupos de 4º A y 4ºB reciben la intervención. La media de alumnos se encuentra en torno a 20 alumnos, por lo que se implementa el programa a un total de 40.

Respecto a la realización del pase de cuestionarios como grupo control, tres centros son los que acceden a colaborar: IES Hermanos Amorós, IES Navarro Santafé e IES Las Fuentes. La condición necesaria para que se realice un correcto pase de cuestionarios es que pase un mes desde la medida de evaluación PRE. El pase de cuestionarios comienza durante el mes de mayo para la medida PRE. A día de entrega del informe no ha sido posible obtener la medida POST de todas las aulas:

- **IES Hermanos Amorós:** Durante el mes de mayo se facilitó el cuestionario de evaluación PRE a los cursos de 4ºA, 4ºB, 4ºC y 4ºD. Durante la primera semana del mes de junio se obtuvieron los cuestionarios POST.
- **IES Navarro Santafé:** A partir de la tercera semana del mes de mayo se facilitó el cuestionario PRE de evaluación a 5 grupos de 3º ESO. A fecha de entrega del informe no ha sido posible obtener los resultados de los cuestionarios POST de este grupo.
- **IES Las Fuentes:** A partir de la tercera semana del mes de mayo se facilitó el cuestionario PRE de evaluación a 2 grupos de 3º ESO. A fecha de entrega del informe no ha sido posible obtener los resultados de los cuestionarios POST de este grupo.



Tabla 1

*Distribución centros*

Centro	Condición	Inicio	Fin	Grupos	N estimada	
IES Hermanos Amorós	Experimental	13-mar	24-may	5	100	
IES Navarro Santafé	Experimental	21-mar	4-may	4	80	
IES Las Fuentes	Experimental	21-mar	4-may	4	60	
Colegio María Auxiliadora	Experimental	21-mar	31-may	2	35	
Colegio Nuestra Señora de los Dolores	Experimental	14-mar	24-may	1	17	
La Encarnación	Experimental	18-may	1-jun	2	35	
Navarro Santafé	Control	may-22	No terminado	4	30	
IES Hermanos Amorós	Control	may-22	Jun-2022	4	50	
IES Las Fuentes	Control	may-22	No terminado	2	65	
				<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>472</b>

## b. Informe descriptivo

El objetivo 2 consiste en la descripción de la intención y conducta de juego de apuestas, y en el análisis de los factores psico-sociales asociados. En este apartado se muestra la prevalencia y la severidad de juego de apuestas y la presencia de factores de riesgo en una muestra representativa de adolescentes de Villena.

Cuando se llevó a cabo el pase de cuestionarios de evaluación PRE experimental en todos los centros se contabilizaron un total de 319 respuestas. Por lo que a continuación, se muestra información descriptiva de las puntuaciones obtenidas, descritas en medias, por todo el alumnado en las todas las variables del cuestionario **antes** de la intervención preventiva (medida PRE). Además, se muestran las puntuaciones diferenciadas por sexos.

*i. Variables de conducta*

*1. Intención de juego*

La intención de juego se mide a través de una escala tipo Likert con puntuaciones de 1 a 7. A mayor puntuación, mayor intención de juego.

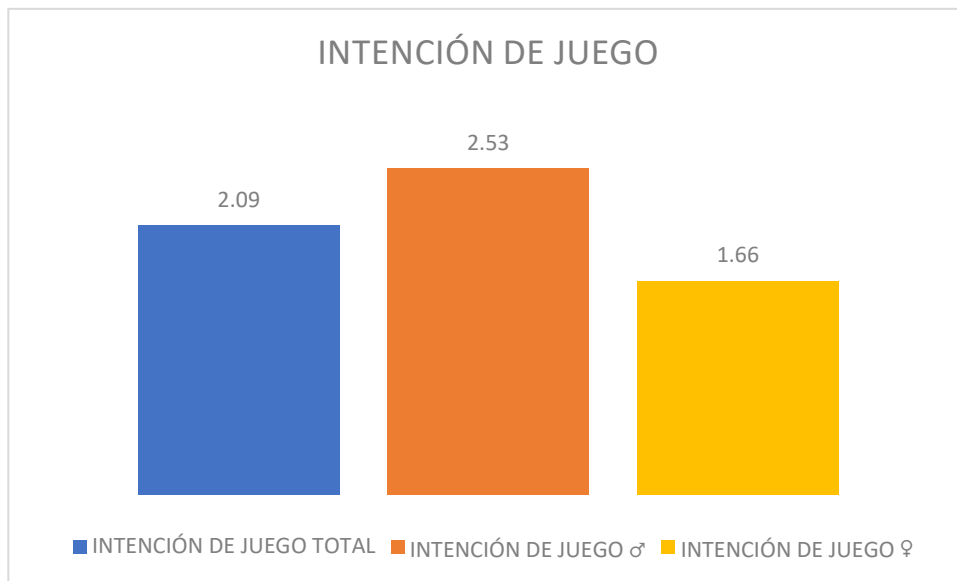


Tabla 2  
*Intención de juego*

Intención de juego	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.09	1.420
♂	160	2.53	1.607
♀	159	1.66	1.036

El punto medio de la escala de intención es 3.5. Por lo que puntuaciones por encima de este valor deben entenderse que el adolescente tiene intención de apostar.

El 16.9 % de la muestra (N=54) ha alcanzado la puntuación 4, por lo que se estima que tienen intención de apostar (28.12% ♂ (45); 5.66% ♀ (N=9)). Además esta intención es mucho mayor en hombres que en mujeres.

## 2. Frecuencia de juego

La frecuencia de juego se mide a través de un cuestionario que mide el número de veces que apuesta en cada una de las ocho modalidades de juego en los últimos 30 días. A mayor puntuación, mayor frecuencia de juego.

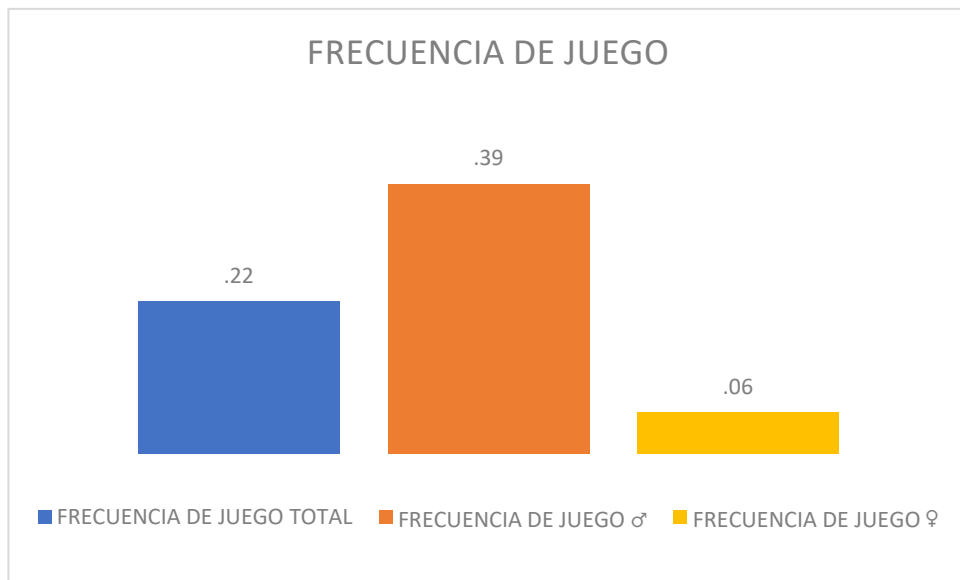


Tabla 3  
*Frecuencia de juego*

Frecuencia de juego	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	.22	0.763
♂	160	.39	1.033
♀	159	.06	.206

El 10.34 % de la muestra (N=33) ha apostado alguna vez durante los últimos 30 días (18.12% ♂ (N =29); 2.51% ♀ (N=4)).

### 3. Gasto en juego

El gasto en juego se mide a través de un cuestionario que registra los euros gastados en cada una de las ocho modalidades de juego en los últimos 30 días. Estas puntuaciones tienen asociadas un gasto: (0= 0 €; 1= 1-3 €; 2= 4-6 €; 3=7-15 €; 4=16-30 €; 5= 31-70 €; 6= + 70 €). A mayor puntuación, mayor gasto en juego.

Tabla 4  
*Gasto de juego*

Gasto de juego	N	Media	Desviación estándar
TOTAL	319	.08	.336
♂	160	.14	.456
♀	159	.02	.096

El 4.07 % de la muestra (N= 13) ha gastado dinero alguna vez durante los últimos 30 días, siendo todos ellos hombres (8.17% del total de ♂ (N=160)).

#### 4. Severidad de juego: CSPG y LIEBET

El CSPG es una escala que evalúa la presencia de juego problemático. Las puntuaciones van del 0 al 6. El punto de corte de esta escala para determinar si existe juego problemático es 4. A mayor puntuación, mayor severidad de juego.

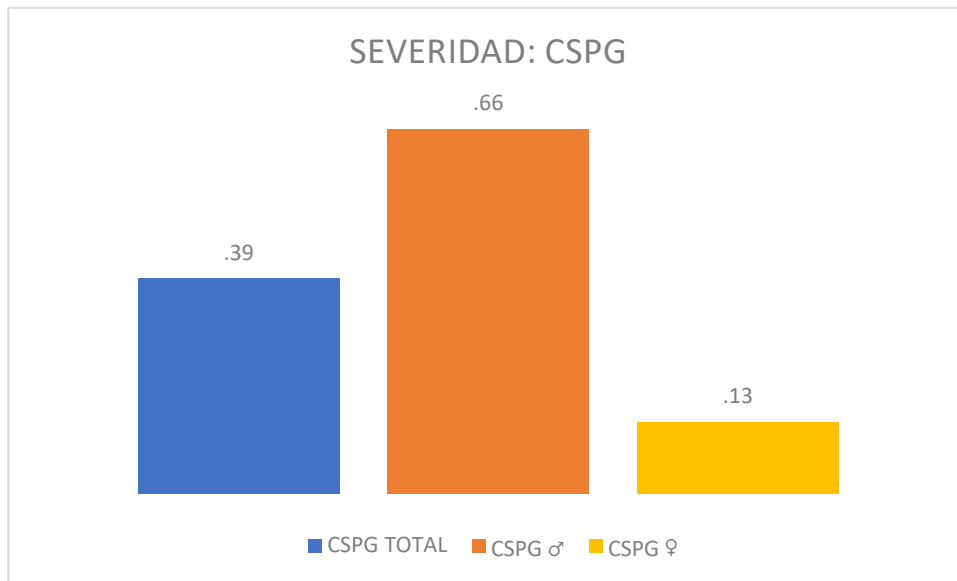


Tabla 5  
Severidad de juego: CSPG

Variables	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	.39	1.182
♂	160	.66	1.554
♀	159	.13	.487

El 3.13 % de la muestra (N=10), todos ellos hombres (un 6.25% del total de los ♂ (N=160)), han alcanzado la puntuación de 4, por lo que se estima que pueden presentar juego problemático.

El Lie/Bet, sin embargo, es una escala dicotómica, en la que existen dos ítems en las que las opciones de respuesta son 1= SI; 0 = NO. El punto de corte en esta escala es de 2, lo que querrá decir que es posible la existencia de un problema de juego en el/la menor. A mayor puntuación, mayor severidad de juego.

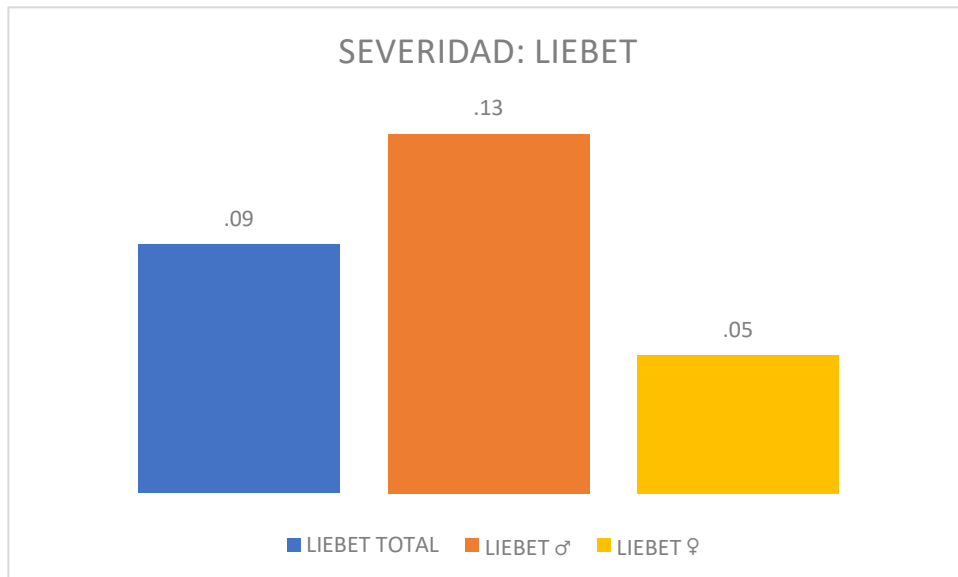


Tabla 6  
Severidad de juego: Lie/Bet

Lie/Bet	N	Media	Desviación estándar
LIEBET TOTAL	319	.09	.325
LIEBET ♂	160	.13	.368
LIEBET ♀	159	.05	.271

El 1.25 % de la muestra (N=4) ha alcanzado la puntuación 2, todos ellos hombres (un 2.5% del total de ♂ (N=160)), por lo que se estima que pueden presentar juego problemático.

## ii. Actitud hacia la publicidad

En las siguientes tablas se muestran los resultados obtenidos en la variable *Actitud Hacia la Publicidad* de toda la muestra y diferenciada por sexos. Es una variable que se divide en 3 subescalas: *Afecto hacia la publicidad (Afectividad)*, *Creencias acerca de la publicidad de juego (Cognitivo)* y *Recuerdo sobre el contenido publicitario (Recuerdo)*. Toda la escala se mide a través de respuestas tipo Likert con 5 opciones de respuesta, que abarcan puntuaciones del 1 al 5. A mayor puntuación en cualquiera de las escalas, mayor Actitud hacia la publicidad, es decir, actitudes más favorables hacia el contenido publicitario de juego, mayor conocimiento sobre este ámbito, y más recuerdo del contenido publicitario.

### 1. Publicidad afectiva

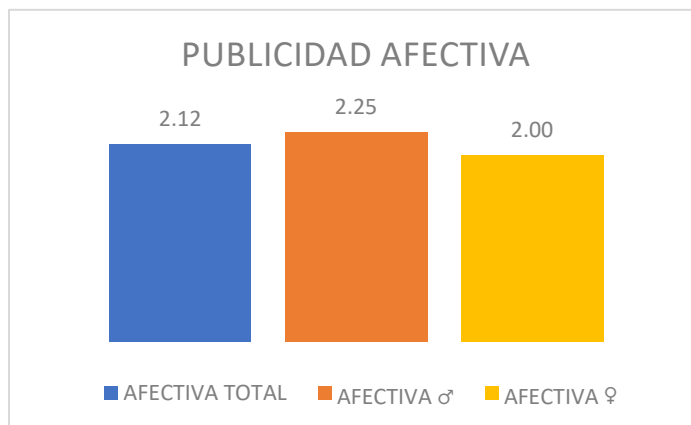


Tabla 7  
*Publicidad afectiva*

Cognitiva	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.12	.710
♂	160	2.25	.751
♀	159	2.00	.645

La puntuación media es 2,12 sobre 5, lo que significa que con carácter general a los y las adolescentes no les gusta o no les resulta atractiva la publicidad de apuestas.



## 2. Publicidad cognitiva

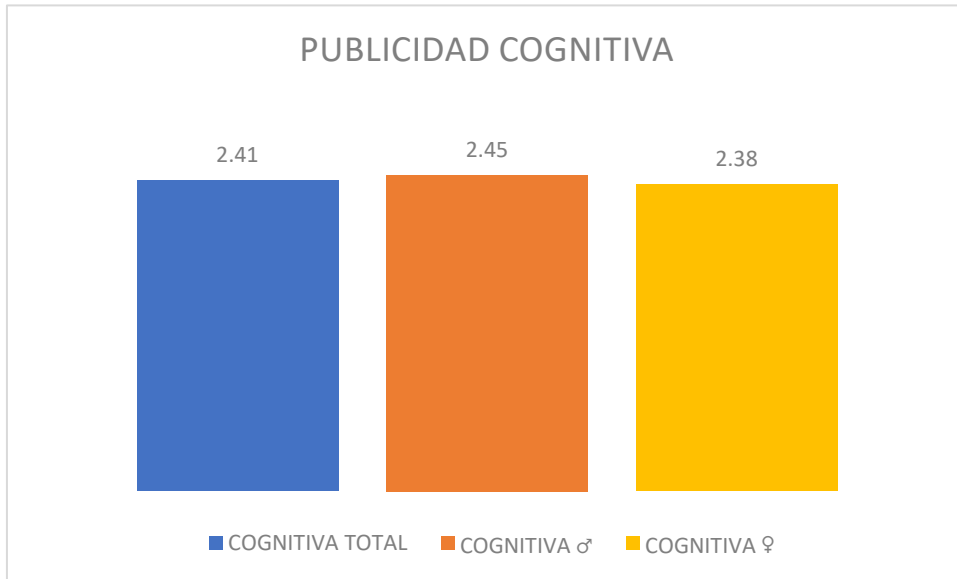


Tabla 8  
*Publicidad cognitiva*

Cognitiva	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.41	.645
♂	160	2.45	.661
♀	159	2.38	.630

Con carácter general, las puntuaciones muestran que los chicos juzgan más creíble el contenido de los mensajes de la publicidad de apuestas, que las chicas.

### 3. Publicidad recuerdo

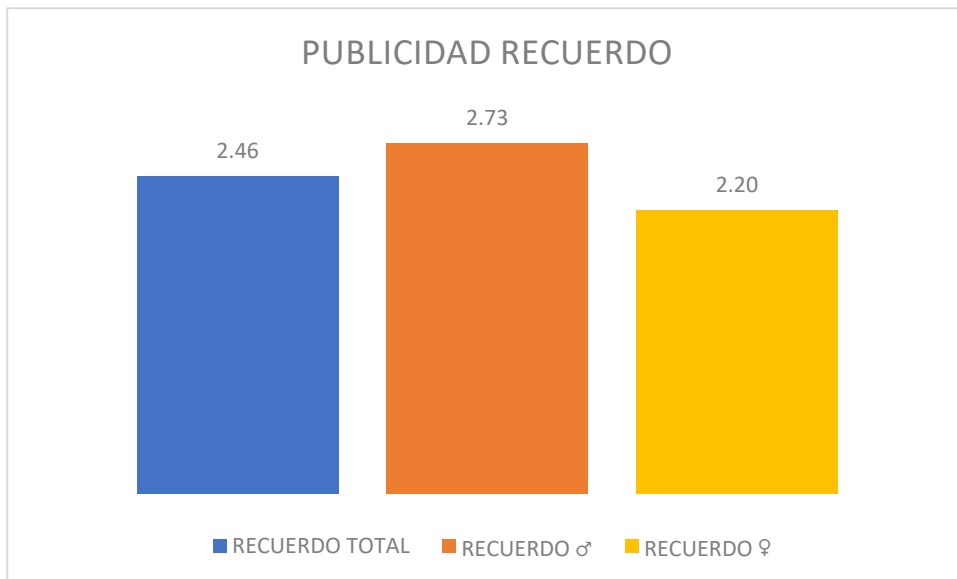


Tabla 9  
*Publicidad recuerdo*

Recuerdo	N	Media	Desviación estándar.
RECUERDO TOTAL	319	2.46	.829
RECUERDO ♂	160	2.73	.824
RECUERDO ♀	159	2.20	.750

Con carácter general, las puntuaciones muestran que los chicos recuerdan más los mensajes de la publicidad de apuestas, que las chicas.

#### 4. Actitud hacia la publicidad total

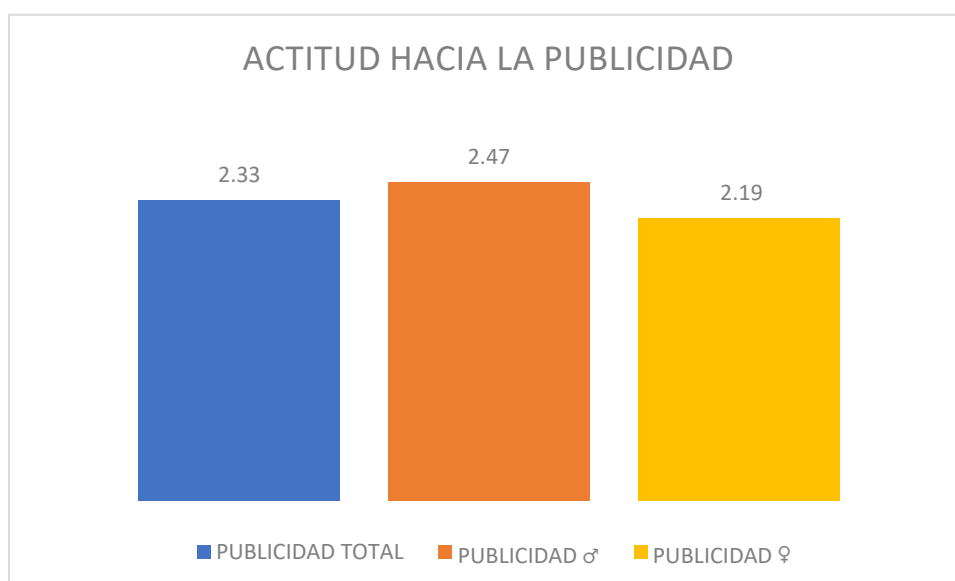


Tabla 10  
*Actitud hacia la publicidad*

Actitud hacia la publicidad	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.33	.510
♂	160	2.47	.524
♀	159	2.19	.457

Con carácter general los chicos muestran una actitud más favorable hacia los mensajes de la publicidad de apuestas, que las chicas.

### iii. Percepción normativa

La *Percepción Normativa* es la creencia que tiene el adolescente acerca de la prevalencia de apuestas entre la población de su misma edad o incluso entre la población general. La escala tiene respuesta tipo Likert de 1 a 5. A mayor puntuación, mayor normalización.

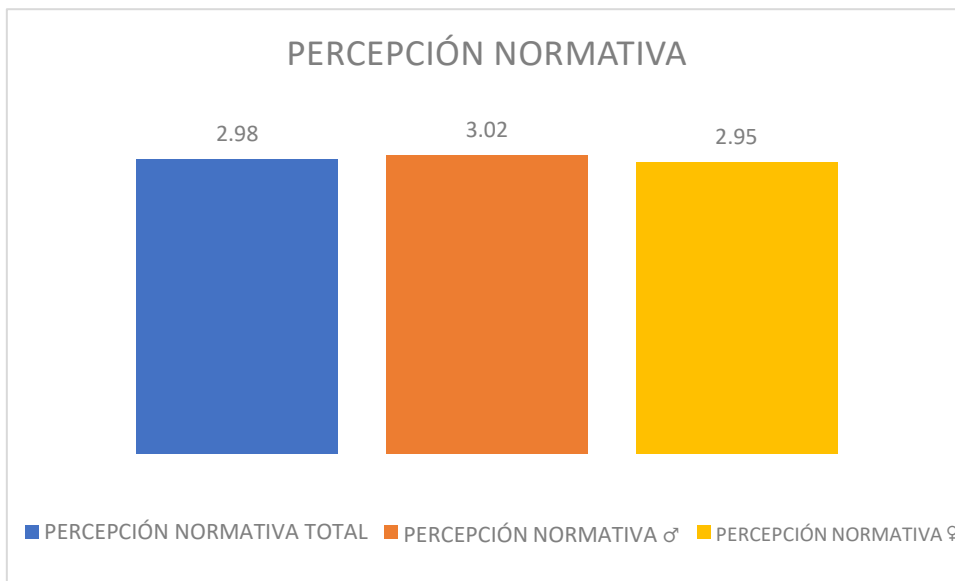


Tabla 11  
*Percepción normativa*

Percepción normativa	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.98	.659
♂	160	3.02	.723
♀	159	2.95	.582

Los resultados indican que la percepción de normalidad sobre la actividad de juego es parecida en mujeres y hombres, siendo un poco más alta en ellos. Siendo la máxima puntuación 5, se observa una alta percepción normativa en la muestra.

#### iv. Percepción del riesgo

La *Percepción del Riesgo* es el juicio subjetivo que hacen las personas acerca de las consecuencias de un acontecimiento, en este caso sobre juego. La escala tiene respuesta tipo Likert de 1 a 5. A mayor puntuación, menor *Percepción del Riesgo*.

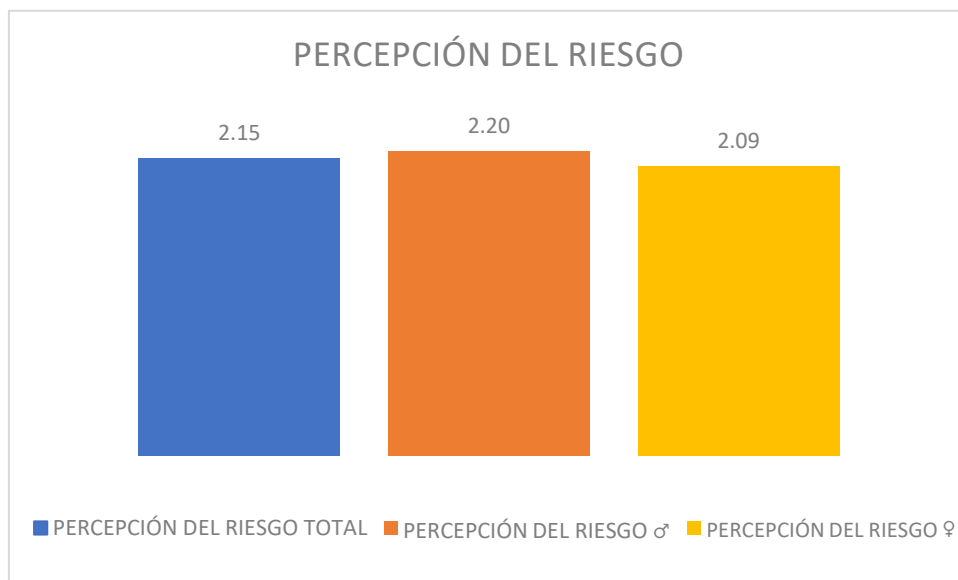


Tabla 12  
*Percepción del riesgo*

Variables	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	319	2.15	.592
♂	160	2.20	.614
♀	159	2.09	.565

Los resultados indican que la percepción sobre los riesgos del juego es más baja en hombres que en mujeres. A mayor puntuación menor percepción del riesgo.

### v. *Motivos de juego*

Se muestran los resultados de la escala GMQ-F, la cual está dividida en 4 subescalas, que evalúan las distintas motivaciones de juego: 1) *Social*. Apostar es una actividad social; 2) *Placer*. El refuerzo interno positivo emociones placenteras; 3) *Afrontamiento*. Apostar es concebido como una vía de escape, para estar con los amigos/as. 4) *Motivos Financieros*. El motivo para apostar es ganar dinero. Cada subescala presenta respuesta tipo Likert con 5 opciones de respuesta, que van de 1 a 5. A mayor puntuación, mayor importancia dada al motivo de juego para el/la adolescente. En esta escala se produce una pérdida de 2 casos respecto a la muestra inicial.

#### 1. . *Financiero*

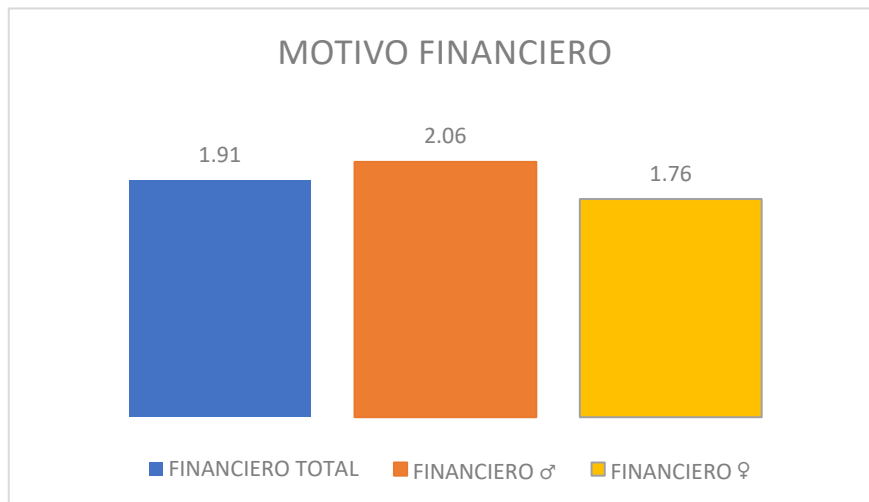


Tabla 13  
*Motivo financiero*

Financiero	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	317	1.91	1.120
♂	159	2.06	1.181
♀	158	1.76	1.037

Los resultados indican que el motivo de juego financiero tiene más peso en hombres que en mujeres.

## 2. Social

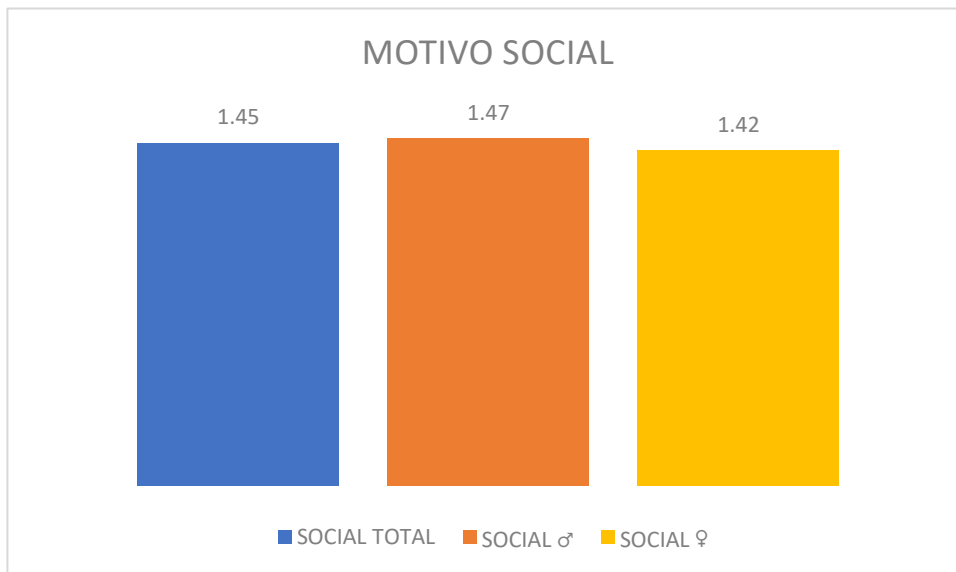


Tabla 14  
*Motivo social*

Social	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	317	1.45	.648
♂	159	1.47	.654
♀	158	1.42	.642

Los resultados indican que el motivo de juego social tiene más peso en hombres que en mujeres.

### 3. Placer

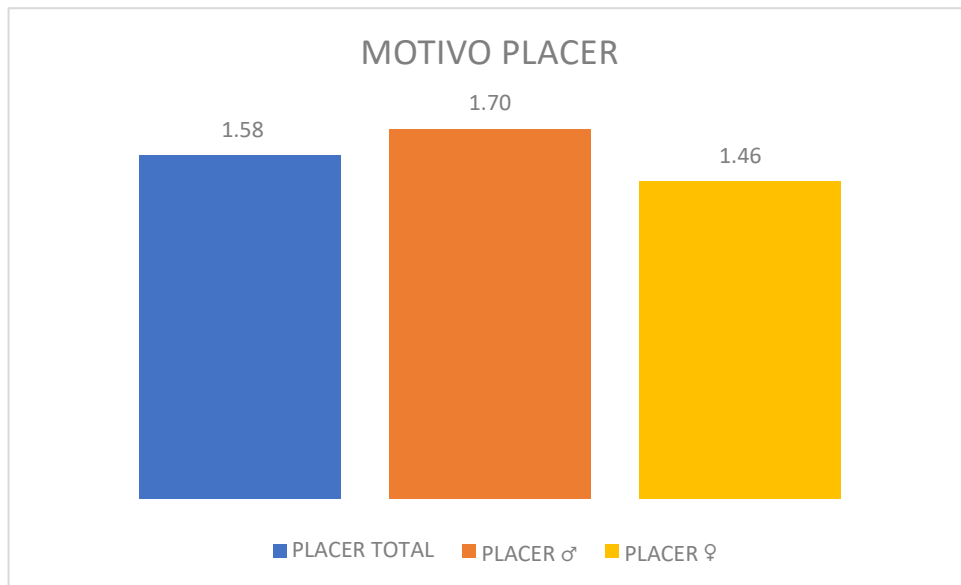


Tabla 15  
*Motivo placer*

Placer	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	317	1.58	.801
♂	159	1.70	.866
♀	158	1.46	.712

Los resultados indican que el motivo de juego de placer tiene más peso en hombres que en mujeres.



#### 4. Afrontamiento

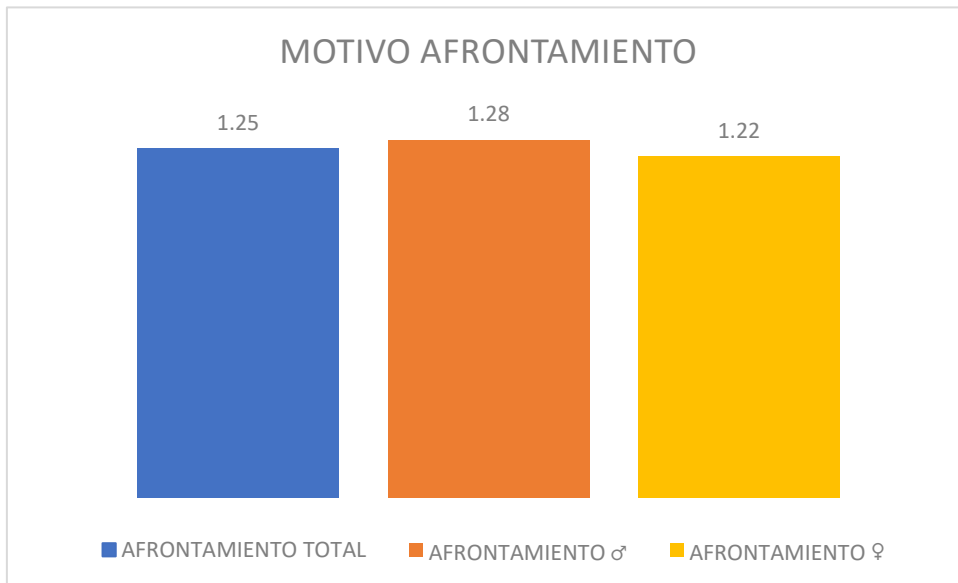


Tabla 16  
*Motivo afrontamiento*

Variables	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	317	1.25	.578
♂	159	1.28	.602
♀	158	1.22	.554

Los resultados indican que el motivo de juego de afrontamiento tiene más peso en hombres que en mujeres.

## *vi. Sesgos cognitivos*

Por último, en las siguientes tablas se muestran los resultados de la variable *Sesgos Cognitivos*, es decir, creencias erróneas mantenidas por las personas apostadoras, que contribuyen a que sobreestimen sus posibilidades de ganar en el juego. Esta variable se divide en dos subescalas: *Ilusión de Control* y *Desconocimiento de la Probabilidad*. La escala presenta respuestas tipo Likert con puntuaciones de 1 a 5. Mayor puntuación indica mayor presencia de ilusión de control y un mayor grado de desconocimiento de las leyes de probabilidad. Respecto a la escala total, *Sesgos Cognitivos*, a mayor puntuación, mayor presencia de estos. En esta escala se produce una pérdida de 3 casos respecto a la muestra inicial, ya que no contestaron este apartado.

## 1. Ilusión de control

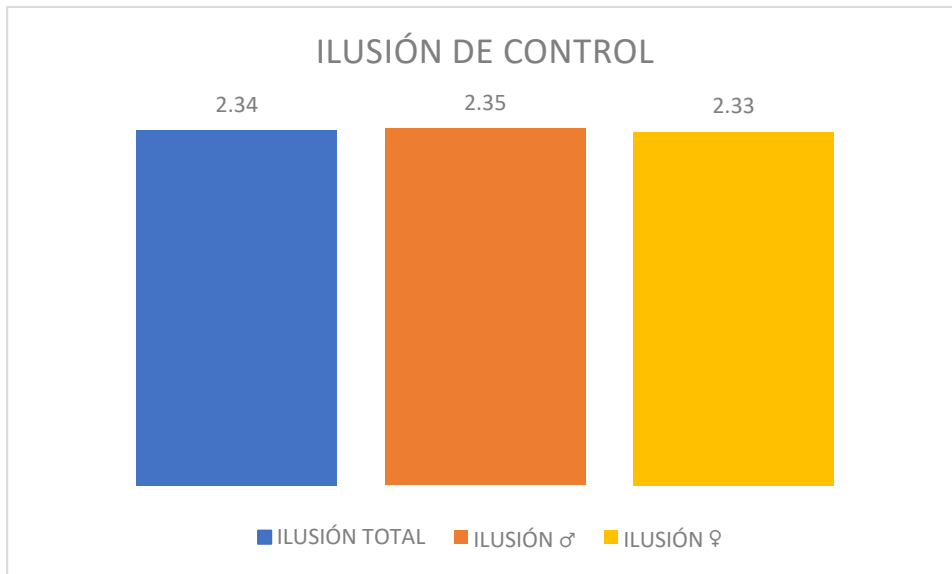


Tabla 17  
*Ilusión de control*

Ilusión de control	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	316	2.34	.702
♂	158	2.35	1.08
♀	158	2.33	.686

Los resultados indican que la ilusión de control sobre el juego es similar tanto en hombres como en mujeres.

## 2. Desconocimiento de la probabilidad

### DESCONOCIMIENTO DE LA PROBABILIDAD

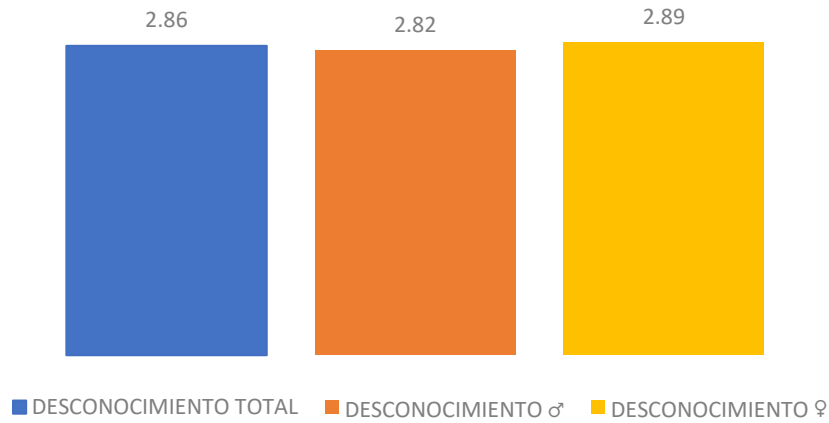


Tabla 18

#### *Desconocimiento de la probabilidad*

Desconocimiento de la probabilidad	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	316	2.86	1.066
♂	158	2.82	1.08
♀	158	2.89	1.053

Los resultados indican que el desconocimiento de la probabilidad de los juegos es similar tanto en mujeres como en hombres, aunque ambos casos presentan puntuaciones elevadas, pasando el punto medio de 2.5.

### 3. Sesgos cognitivos

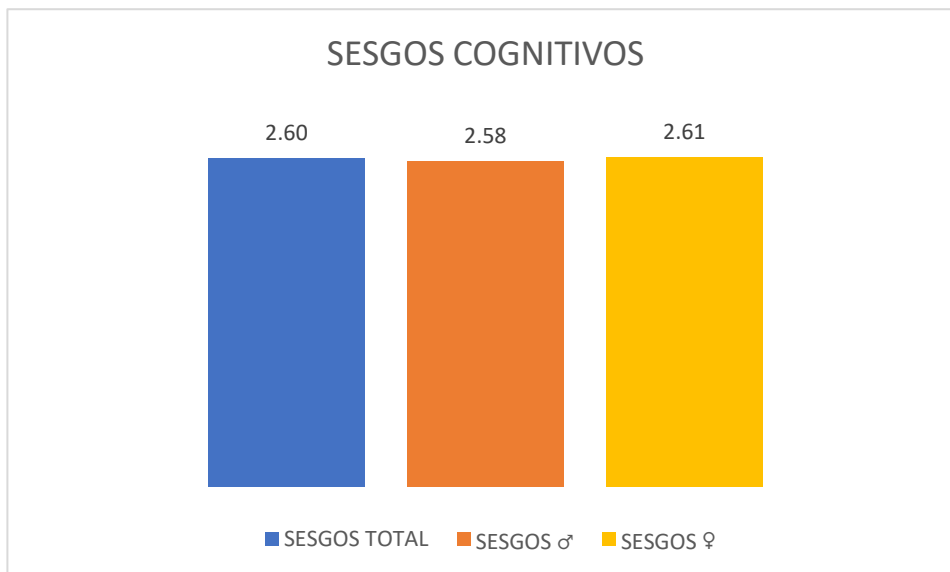


Tabla 19  
*Sesgos cognitivos*

Sesgos cognitivos	N	Media	Desviación estándar.
TOTAL	316	2.60	.452
♂	158	2.58	.492
♀	158	2.61	.470

La presencia de sesgos cognitivos es mayor en mujeres que en hombres, no obstante, en ambos casos se presentan puntuaciones elevadas que sobrepasan el punto medio de 2.5, indicando presencia de sesgos cognitivos relativos a los juegos de azar en ambos sexos.

c. Evaluación de la eficacia

Para responder al objetivo 3, se muestran los resultados de los efectos PRE-POST intervención del programa. La muestra está conformada por aquellos casos que han podido ser emparejados (PRE/POST); (N= 194).

i. Intención de juego PRE-POST

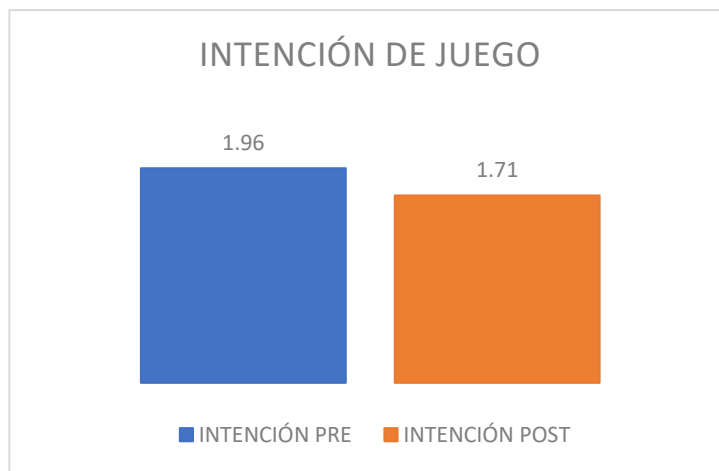


Tabla 20  
*Intención de juego*

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	1.96	194	1.383			
POST	1.71	194	1.246	3.641	.00	.261

En los resultados de intención de juego se observa una disminución de la media PRE respecto a la media POST intervención ( $M_1= 1.96/M_2= 1.71$ ), tratándose de un cambio pequeño ( $d = .261$ ). El programa ha sido eficaz en la disminución de la intención de juego de los adolescentes

ii. Frecuencia de juego PRE-POST

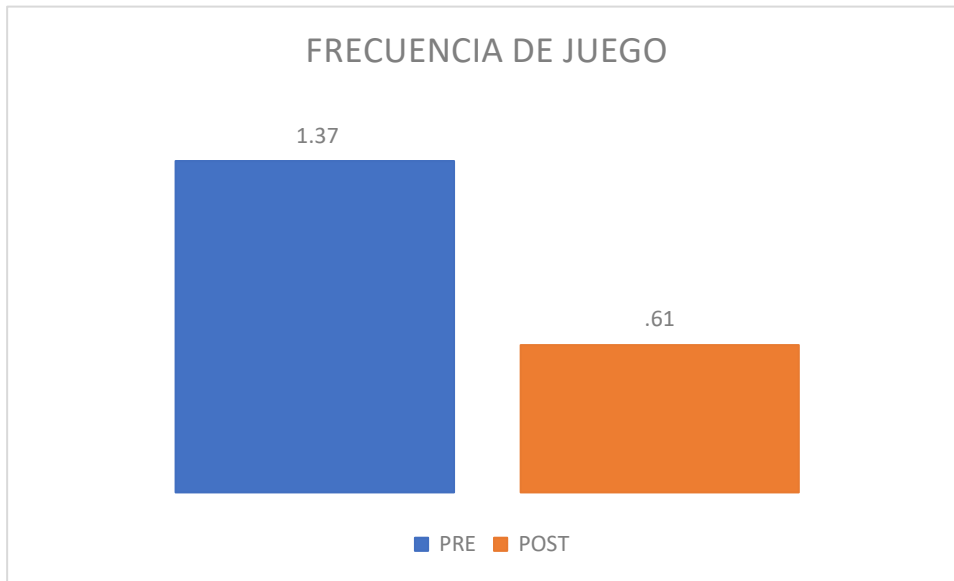


Tabla 21

*Frecuencia de juego*

	Media	N	Desviación estándar	t	P	D
PRE	1.37	18	.767	4.042	.00	.953
POST	.61	18	.696			

En los resultados se observa una disminución en la media de la frecuencia de juego POST respecto a la PRE ( $M_1= 1.37/M_2= .61$ ) de aquellos adolescentes que por lo menos habían jugado 1 vez antes de la intervención ( $N=18$ ). Además, se trata de un cambio grande ( $d= .953$ ). Por lo que se puede decir que la implementación del programa es útil en la disminución de la frecuencia de juego de aquellas personas que ya han comenzado a jugar. Además 6.49% (10 casos de 154) de los que no apostaron en PRE sí declaran haber apostado en POST (debutan en el juego de apuestas). De los 18 casos que sí apostaban antes de QTJ?, 9 casos (50 %) no vuelven a hacerlo (POST).

iii. Gasto en juego

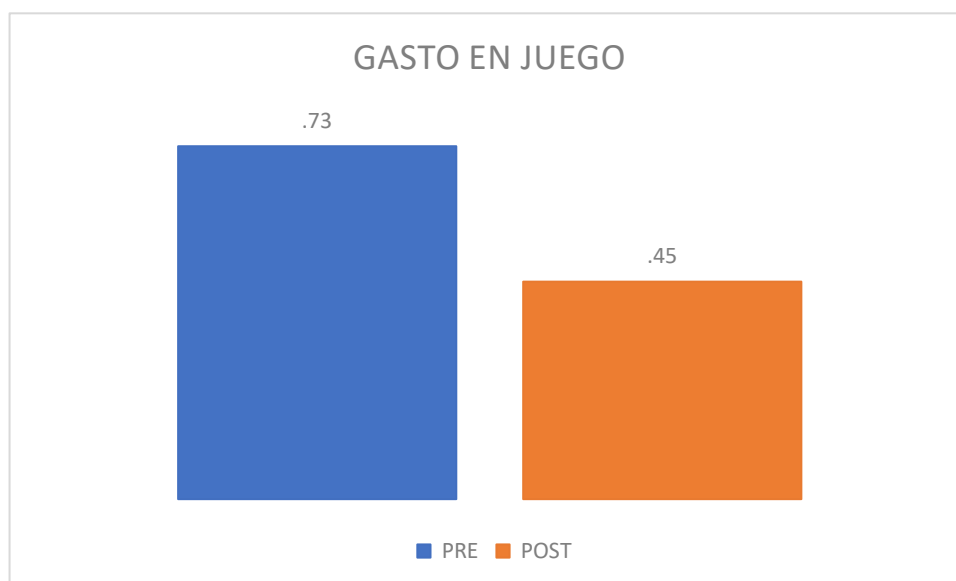


Tabla 22

*Gasto en juego*

**GASTO EN JUEGO**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	.73	12	.411			
POST	.45	12	.443	3.086	.005	.891

En los resultados se observa una disminución en la media del gasto de juego POST respecto a la PRE ( $M_1 = .73/M_2 = .45$ ) de aquellos adolescentes que han gastado dinero vez antes de la intervención ( $N=12$ ). Además, se trata de un cambio grande ( $d = .891$ ). Por lo que se puede decir que la implementación del programa es útil en la disminución del gasto económico de aquellas personas que han gastado dinero en juego.

Si hablamos de los casos que declaran haber jugado en los últimos 30 días en PRE ( $N= 43$ ), la disminución del gasto entre PRE (.45; DT .505) y POST (.34; DT .41) se reduce significativamente ( $p = .001$ ) con un tamaño del efecto pequeño ( $d = .23$ ). Por lo que el gasto disminuye más en aquella gente que ya juega.



iv. Severidad de juego: CSPG y LIEBET

Tabla 23  
Severidad de juego

SEVERIDAD DE JUEGO						
Toda la muestra	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
CSPG PRE	.26	194	.731	-.093	.926	.00
CSPG POST	.26		.880			
LIE/BET PRE	.05	194	.234	-1.226	.222	-.10
LIE/BET POST	.08		.336			

En este caso los resultados muestran los niveles de severidad de la muestra total (N =194) tanto para el CSPG, donde el punto de corte es 4, como para el Lie/Bet, donde el punto de corte es 2. Respecto a las medidas PRE-POST del CSPG, se observa que las puntuaciones se mantienen. Respecto a las medidas PRE-POST del Lie/Bet, se observa un ligero aumento de la media POST ( $M_1 = .05/M_2 = .08$ ) con un tamaño del efecto pequeño ( $d = -.10$ ), pero este cambio no es significativo ( $P = .926$ ). Por lo que no se debe tener en consideración. En este caso el programa no disminuye las medias de severidad, ya que se trata de una muestra en la que las puntuaciones de las variables relacionadas con la severidad de juego son bajas.

Tabla 24  
Severidad de juego

SEVERIDAD DE JUEGO						
En jugadores/as	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
CSPG PRE	1,61	18	1.539	-.124	.902	-.029
CSPG POST	1.67		1.940			
LIE/BET PRE	.22	18	.428	.000	1.00	.00
LIE/BET POST	.22		.548			

En este caso los resultados muestran los niveles de severidad de los/las adolescentes que declaran haber jugado alguna vez durante los últimos 30 días en el cuestionario PRE (N=18). Respecto a las medidas PRE-POST del CSPG, se observa un ligero aumento de la media POST ( $M_1 = 1.61 /M_2 = 1.67$ ), pero no es significativo ( $P = .902$ ), por lo que no debe tomarse en cuenta. Respecto a las medidas PRE-POST del Lie/Bet, se mantienen igual ( $M_1 = 0.22/M_2 = .22$ ). Se observa que tras la implementación, los niveles de

severidad se mantienen, y por lo contrario no existe una gran tendencia a aumentar, en aquellas personas que ya están apostando.

Tabla 24  
*Severidad de juego*

**SEVERIDAD DE JUEGO**

<b>En casos con severidad</b>	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
CSPG PRE	4.50		.707			
CSPG POST	3.00	2	4.242	.422	.742	.49

Por último, los resultados muestran los niveles de severidad de los/las adolescentes que presentan criterios diagnósticos de juego problemático (N=2). Para el caso de CSPG, se observa que en la medida PRE el 1.04% de la muestra (2 casos) supera el punto de corte de CSPG situado en 4 puntos. Tras la implementación del programa se observa una gran disminución de la media POST ( $M_1= 4.50 / M_2= 3.00$ ), con un tamaño del efecto moderado ( $d=.49$ ), no obstante este resultado no es significativo ( $P=.742$ ). Respecto a Lie/Bet, el único caso que puntúa en PRE no aparece en la medida POST. No se puede confirmar del todo que la implementación del programa haya disminuido los niveles de severidad de aquellas personas que sobrepasan el corte de 4 puntos.

v. Actitud hacia la publicidad: Afectiva, Cognitiva, Recuerdo PRE-POST

En las siguientes tablas y gráficos se observan los resultados obtenidos en la variable *Actitud hacia la publicidad* y todas sus subescalas (*afectiva, cognitiva y recuerdo*).

1. *Publicidad afectiva*

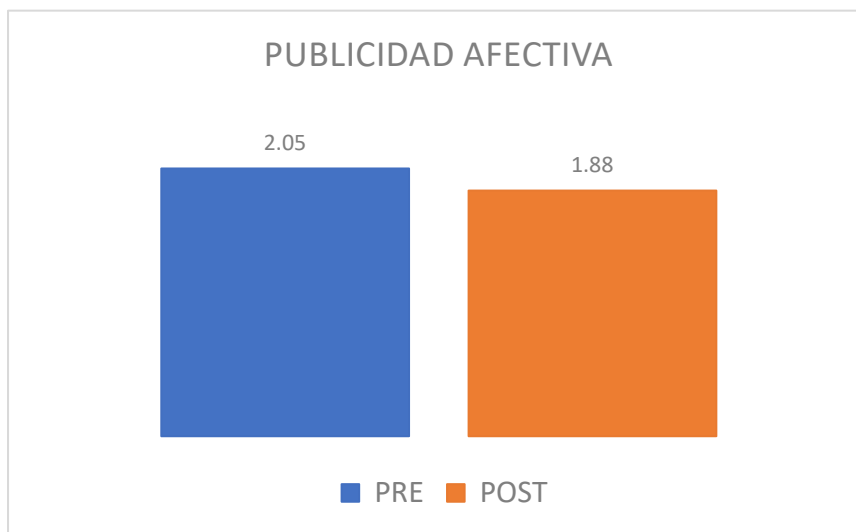


Tabla 25  
*Afectiva*

**PUBLICIDAD AFECTIVA**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	D
PRE	2.05	194	.722			
POST	1.88	194	.704	3.913	.00	.281

Respecto a la publicidad afectiva, se observa una disminución de la media POST respecto a la media PRE ( $M_1= 2.05/M_2= 1.88$ ) siendo este cambio pequeño ( $d=.281$ ). La implementación del programa se ha visto eficaz en la disminución del afecto publicitario de los/las adolescentes.

## 2. Publicidad cognitiva

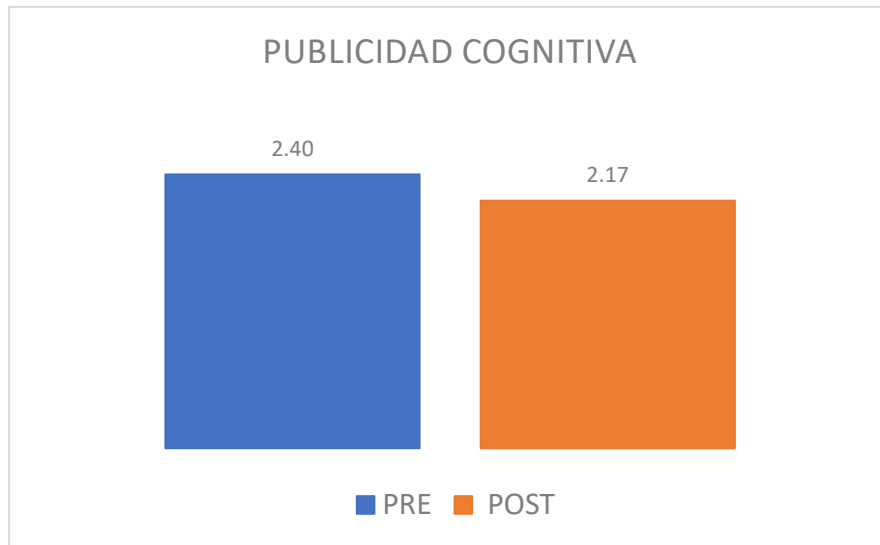


Tabla 26  
Cognitiva

**PUBLICIDAD COGNITIVA**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	D
PRE	2.40	194	.630			
POST	2.17	194	.628	4.297	.00	.308

Respecto a la publicidad cognitiva, se observa una disminución de la media POST respecto a la media PRE ( $M_1= 2.40/M_2= 2.17$ ) siendo este cambio pequeño ( $d=.308$ ). La implementación del programa se ha visto eficaz en el cambio de creencias acerca del contenido publicitario en los/las adolescentes.

### 3. Publicidad recuerdo

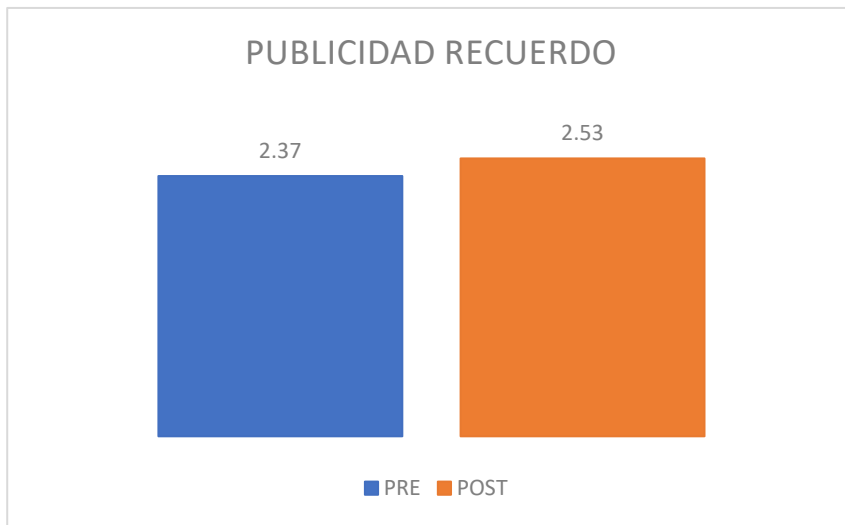


Tabla 27  
Recuerdo

#### PUBLICIDAD RECUERDO

	Media	N	Desviación estándar	t	P	D
PRE	2.37	194	.794	-2.839	.00	-.204
POST	2.53	194	.829			

Respecto al recuerdo publicitario, se observa un aumento de la media POST respecto a la media PRE ( $M_1= 2.37/M_2= 2.53$ ) siendo este cambio pequeño ( $d=-.204$ ). Esto puede deberse a que los/las jóvenes, tras la implementación, comienzan a ser más conscientes de la cantidad de contenido publicitario existente en su contexto. Esto no tiene que considerarse negativo, ya que la variable Recuerdo de la publicidad no es más que el resultado de la exposición mediática que los/las jóvenes viven en su día a día.

vi. Percepción Normativa

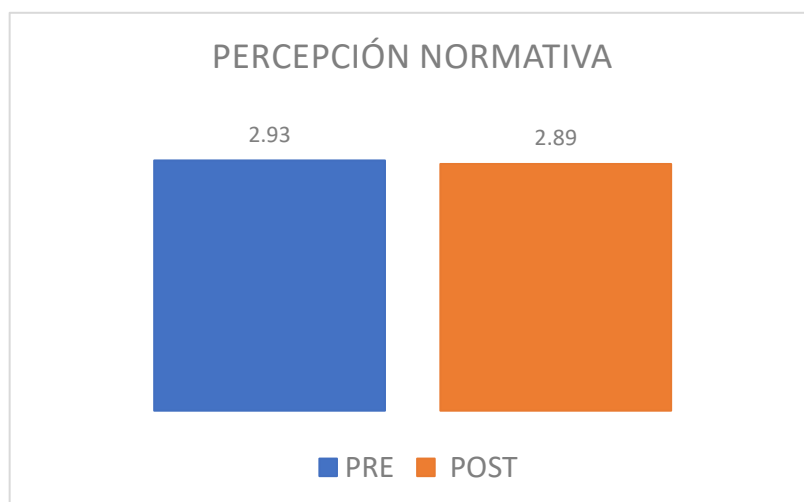


Tabla 29  
Percepción normativa

PERCEPCIÓN NORMATIVA						
	Media	N	Desviación estándar	t	P	D
PRE	2.93	194	.599	.691	.490	.05
POST	2.89	194	.640			

En el caso de la *Percepción Normativa*, encontramos una disminución de las puntuaciones entre el PRE ( $M_1 = 2.93$ ) y el POST ( $M_2 = 2.89$ ), pero estas diferencias no son significativas ( $P = .490$ ). Por lo que no se puede asegurar que el programa haya sido eficaz en la reducción de las creencias de normalidad acerca de la prevalencia de los juegos de apuestas en los/las adolescentes.

vii. *Percepción del riesgo*

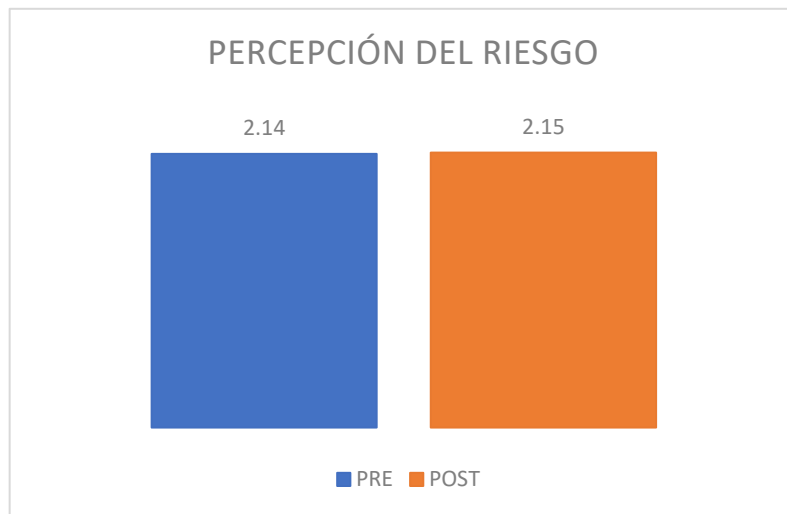


Tabla 30

*Percepción del riesgo*

**PERCEPCIÓN DEL RIESGO**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	2.14	194	.568	-.149	.881	-.011
POST	2.15	194	.620			

En el caso de la *Percepción del Riesgo*, encontramos un ligero aumento de las puntuaciones entre el PRE ( $M_1 = 2.14$ ) y el POST ( $M_2 = 2.15$ ) pero este cambio no es significativo ( $P = .881$ ). Por lo que no se puede asegurar que el programa influya en esta disminución de la *Percepción del riesgo*.

viii.GMQ (Motivos):

A continuación, se muestran los resultados de la escala GMQ-F y sus subescalas (social, placer, afrontamiento y financiero).

1. Social

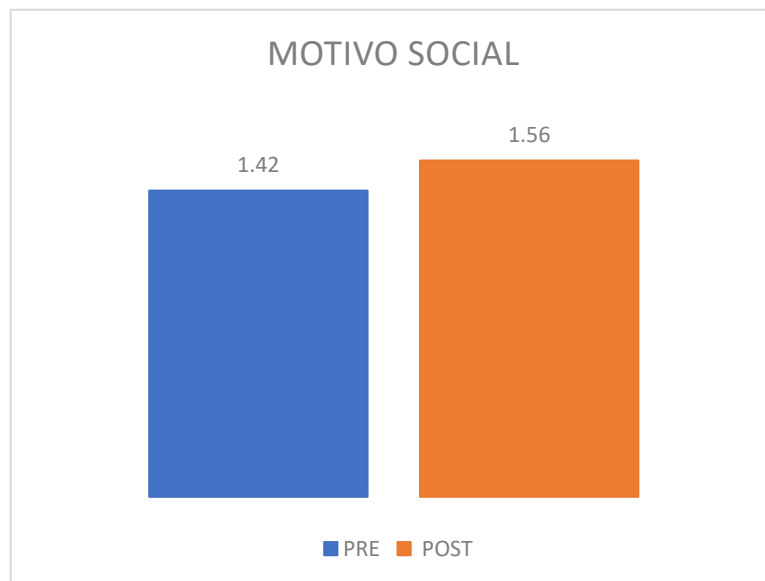


Tabla 31  
Social

**MOTIVOS DE JUEGO**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	1.42	194	.756	-2.668	.008	-.192
POST	1.56	194	.565			

Respecto a los resultados en los motivos de *Social* se observa un ligero aumento en la media POST ( $M_1= 1.44/M_2= 1.51$ ), siendo casi un cambio significativo y pequeño ( $P=.008$ ;  $d=. -192$ ). Esto se debe a que normalizan jugar puede conllevar una motivación social, siendo este motivo uno de los menos asociados a severidad de juego, como se ve en la sesión 1 del programa.



## 2. *Placer*

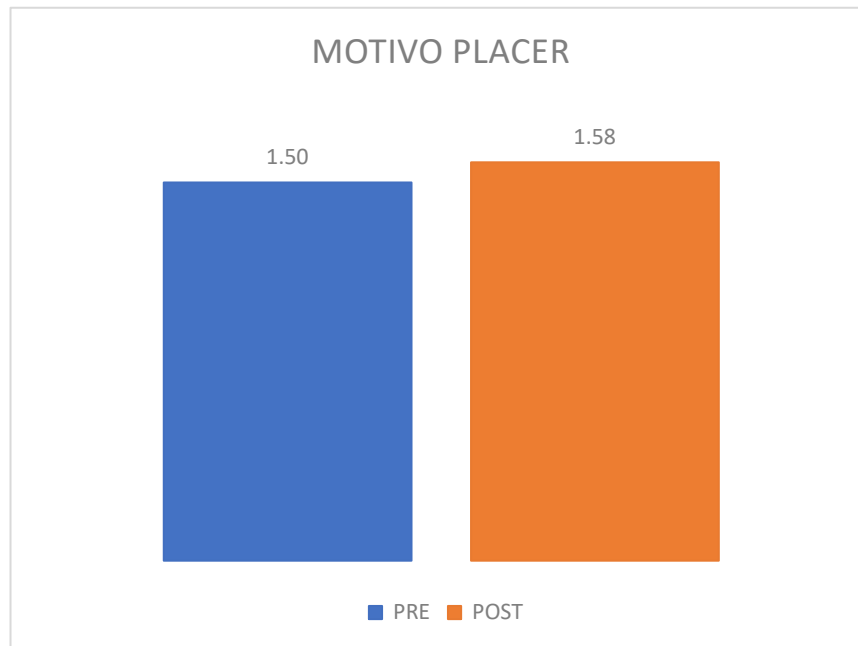


Tabla 32  
*Placer*

**MOTIVOS DE JUEGO**

	Media	N	Desviación estándar	T	P	d
PRE	1.50	194	.737			
POST	1.58	194	.842	-1.506	.134	.033

Respecto a los resultados en los motivos de *Placer*, se observa un ligero aumento en la media POST ( $M_1= 1.50/M_2= 1.58$ ) aunque el cambio no es significativo ( $P=.134$ )

### 3. Afrontamiento

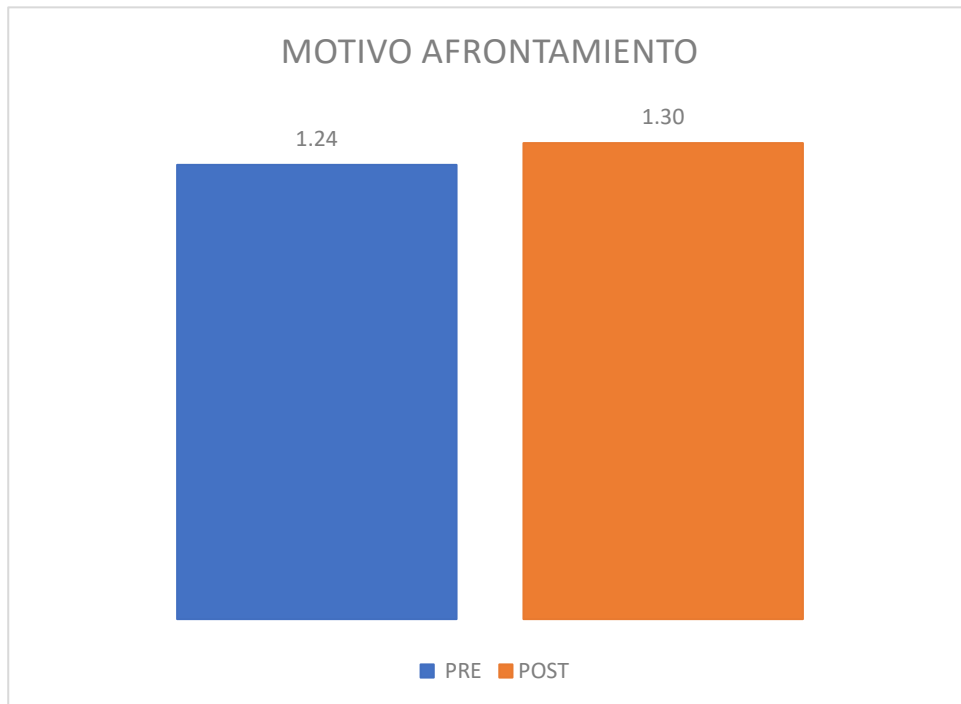


Tabla 33  
*Afrontamiento*

#### MOTIVOS DE JUEGO

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	1.24	194	.565	-1.381	.169	-.099
POST	1.30	194	.660			

Respecto a los resultados en los motivos de *afrentamiento*, se observa un ligero aumento en la media PRE-POST intervención ( $M_1= 1.24/M_2= 1.30$ ), pero no es significativo ( $P=.169$ ).

#### 4. Financiero

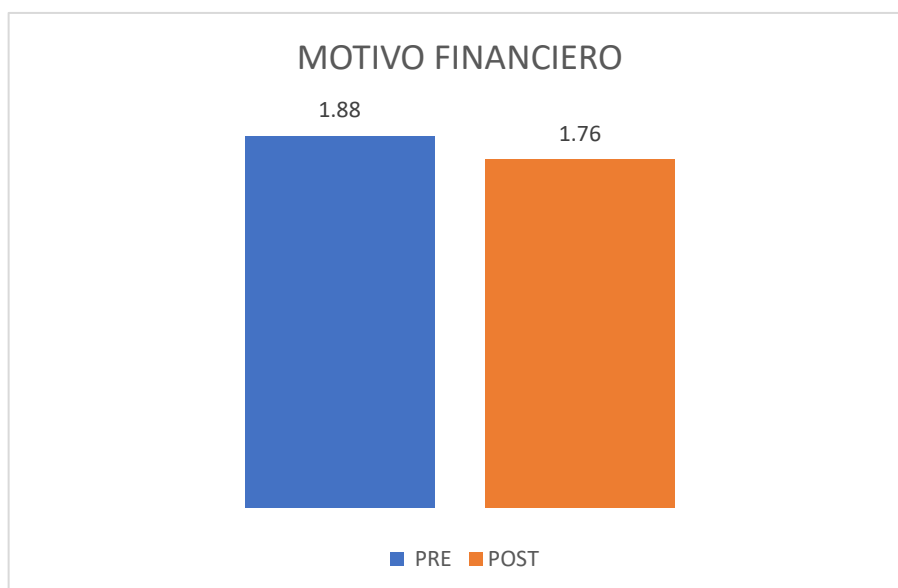


Tabla 34  
*Financiero*

#### MOTIVOS DE JUEGO

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	1.88	194	1.101			
POST	1.76	194	1.113	1.312	.001	.10

Se observa una disminución en la media de la medida POST de los motivos *Financieros* ( $M_1= 1.88/M_2= 1.76$ ), teniendo un tamaño del efecto pequeño ( $d=.10$ ). Pese a que el cambio no sea grande, la implementación del programa ha servido para que las motivaciones *Financieras* de juego pierdan peso en su repertorio cognitivo, siendo el motivo financiero uno de los más peligrosos a la hora de realizar una apuesta.

*ix. Sesgos cognitivos:*

Por último, se muestran los resultados de la variable Sesgos cognitivos y sus subescalas (ilusión de control y desconocimiento de la probabilidad). Se produce una pérdida de 1 caso que no contestó este apartado.

*1. Ilusión de Control*

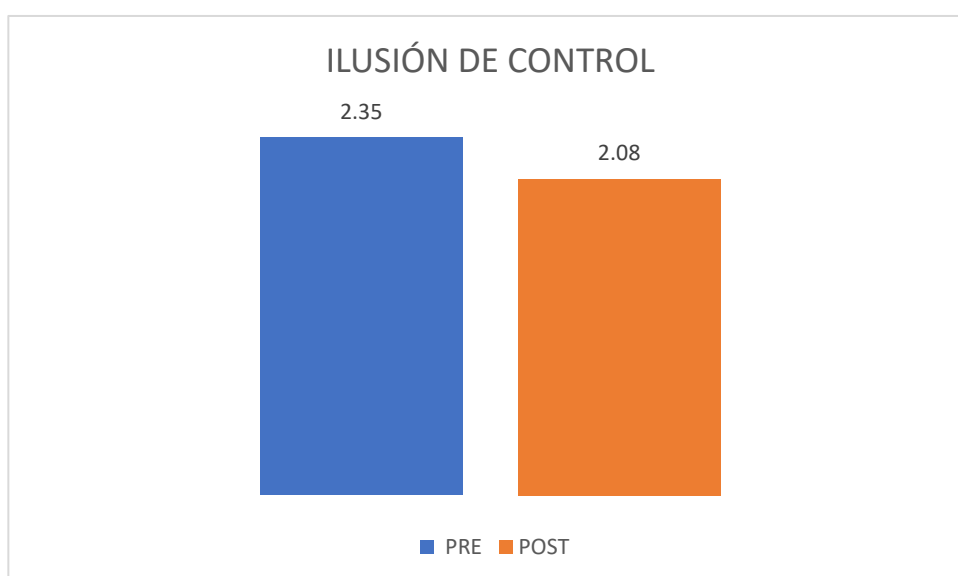


Tabla 35

*Ilusión de control*

**ILUSIÓN DE CONTROL**

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	2.35	193	.693			
POST	2.08	193	.728	4.439	.00	.320

Respecto a la Ilusión de control se observa una disminución de la media POST respecto a la PRE ( $M_1= 2.35/M_2= 2.08$ ), siendo este cambio casi moderado ( $d =.320$ ). Por lo que el programa reduce las creencias relacionadas con el control de los resultados de juego.

## 2. Desconocimiento de la Probabilidad

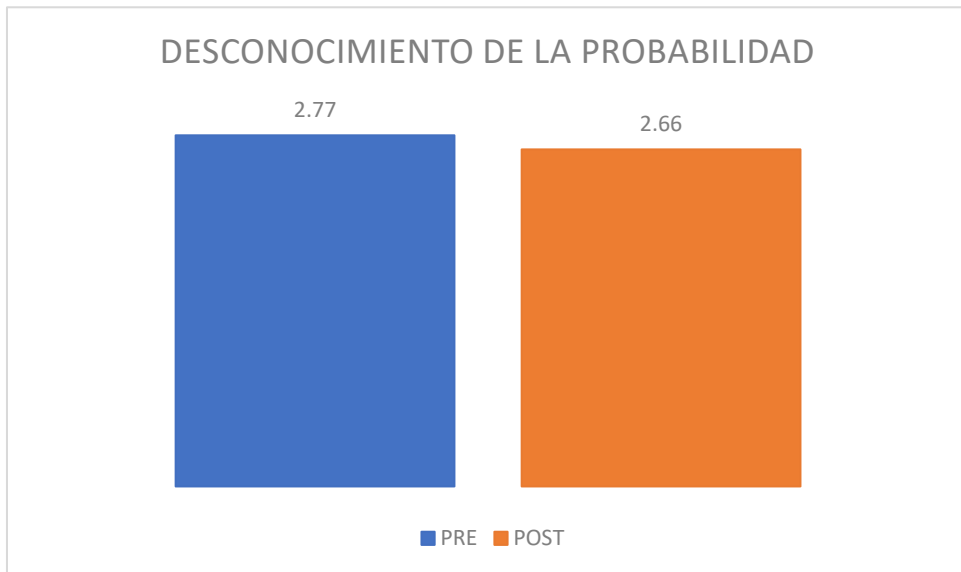


Tabla 36  
*Desconocimiento de la probabilidad*

**DESCONOCIMIENTO DE LA PROBABILIDAD**

	Media	N	Desviación estándar	T	P	d
PRE	2.77	193	1.018	1.278	.203	.10
POST	2.66	193	1.099			

Respecto al desconocimiento de la probabilidad, se observa una disminución de la media POST respecto a la PRE ( $M_1 = 2.77/M_2 = 2.66$ ), pero este cambio no es significativo ( $P = .203$ ).

### 3. Sesgos cognitivos total

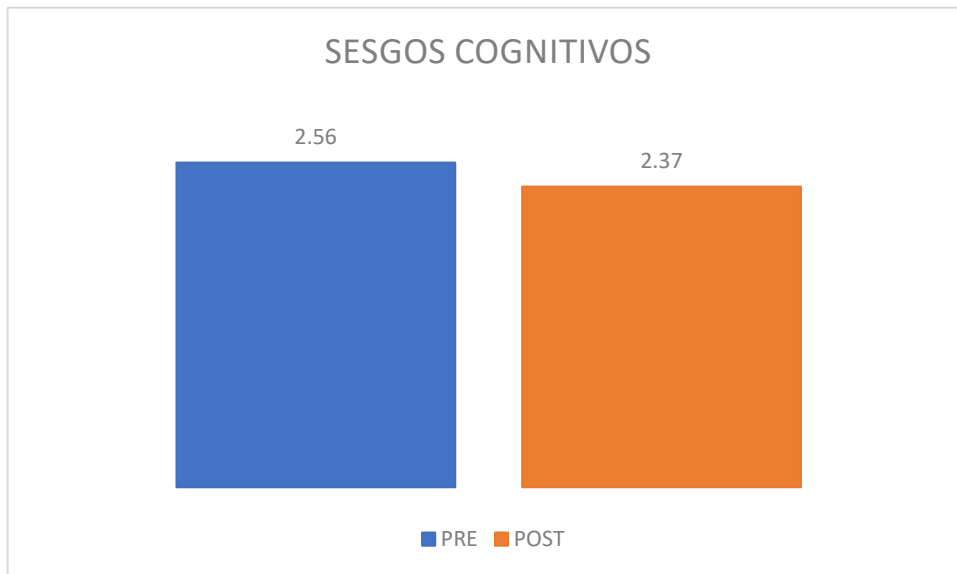


Tabla 37  
*Sesgos cognitivos*

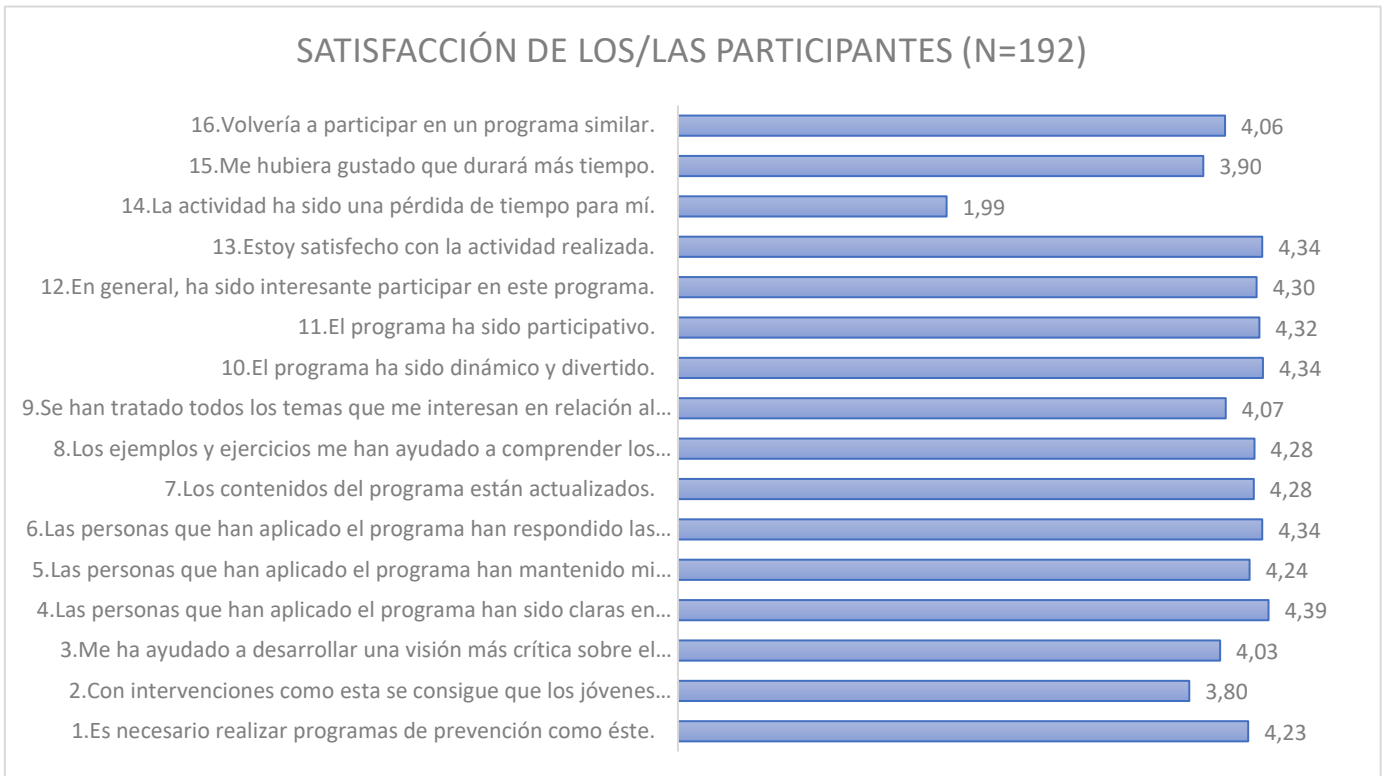
#### SESGOS COGNITIVOS

	Media	N	Desviación estándar	t	P	d
PRE	2.56	193	.438	4.785	.00	.40
POST	2.37	193	.528			

Respecto a los sesgos cognitivos, se observa una disminución en la media POST intervención ( $M_1= 2.56/M_2= 2.37$ ) siendo este cambio casi moderado ( $d= .40$ ). Por lo que el programa favorece a la disminución de los sesgos cognitivos relacionados con el juego en los/las adolescentes

x.Satisfacción de los participantes

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas de satisfacción por parte del alumnado en los cuestionarios POST. En una escala tipo Likert de 1 a 5, a mayor puntuación, mayor satisfacción (*Excepto ítem 14*).



## 4. Conclusiones

### a. Implementación del programa

Observando los datos aportados anteriormente, se incide en la necesidad de continuar implementando este tipo de programas en adolescentes. Con ello se consigue retrasar la edad de inicio del juego, se ayuda a disminuir la presencia de juego en los adolescentes, y se favorece a un cambio de creencias asociadas a la normalización de esta actividad en la población de esta edad, en las actitudes favorables hacia la publicidad, y hacia la creencia de poder controlar los resultados de los juegos de azar.

Cabe destacar que las partes participantes que han recibido la implementación han quedado satisfechas con el desarrollo de estas, como se observan en los resultados anteriores relacionados con la *satisfacción del alumnado*.

Para finalizar, dejamos una serie de comentarios de los/las participantes respecto a la implementación:

- **TMAA5** *“El programa QTJ está muy bien, divertido y dinámico”.*
- **JVAL13** *“Me parece genial que se hagan este tipo de programas para concienciar a los jóvenes.”*
- **MMAN22** *“Me han parecido bien todas las sesiones, han sido dinámicas y fáciles de entender”*
- **JMDA3** *“Me parece bien que hagan este tipo de charlas, y está bien que lo que nos han dado han sido con casos reales y mostrándonos la realidad y no metiéndonos miedo o prohibiciones.”*

### b. Descripción de las variables de conducta de juego y factores psicosociales asociados de la muestra total (N= 319)

INTENCIÓN DE APOSTAR. Los resultados aportados en el informe descriptivo indican que por lo general se trata de una muestra en la que la intención de juego no es muy elevada. el 16.9 % de los adolescentes de Villena tiene intención de jugar. Se observa



una mayor intención de juego en chicos que en chicas. Es importante que la intención de juego no sea elevada ya que diversos modelos teóricos explican que la intención de una conducta predice la probabilidad de que la conducta se realice.

**CONDUCTA DE APUESTA.** Existe una pequeña parte de la muestra que sí que ha jugado alguna vez, y ha gastado dinero. Un 10.34 % del estudiantado de Villena jugó a alguna vez durante los últimos 30 días previos a la intervención, y un 4.07% declaró haber gastado dinero en ese mismo periodo. Según la encuesta ESTUDES, el 6.4% de los adolescentes españoles ha jugado con dinero, de manera presencial u online durante el último año. Según la encuesta ESPAD (2021), un 22% de estudiantes europeos ha jugado alguna vez, siendo en España esta prevalencia del 17%. Además, la prevalencia de juego es mucho mayor en chicos que en chicas.

**SEVERIDAD.** Según el CSPG un 3.13 % de estudiantes de Villena puede padecer juego problemático, y según Lie/Bet un 1.25 %. Lo más preocupante es que todos ellos son hombres. Según el CSPG (6.25 % ♂ (N=10); 0.0 % ♀ (N=0)), y según Lie/Bet. (2.1 % ♂ (N=4); 0.0% ♀ (N=0)). Estos datos son coherentes con los hallados en otros estudios en poblaciones similares. Las investigaciones epidemiológicas muestran que un 1.2% de juego problemático (Becoña, Míguez y Vázquez, 2001; Choliz, 2017; Gonzalez-Roz et al. 2016; Lloret et al., 2016). Según la encuesta ESPAD, en España, se estima que un 3.2 % de adolescentes presentan criterios de juego problemático (ESPAD Group, 2021), siendo de un 5% la media europea.

De igual modo, la media general de la muestra en severidad no es elevada, pero lo ideal es que a estas edades no existiese severidad en el adolescente.

**ACTITUD HACIA LA PUBLICIDAD.** Respecto a la actitud hacia las comunicaciones comerciales, se observa que a los chicos les gusta más la publicidad de apuestas que a las chicas (afectividad). Esto podría explicarse por qué la mayoría de la publicidad, sobre todo en lo referido a apuestas deportivas, estaba dirigida a hombres ensalzando valores preferentemente masculinos: competitividad, sexo, deportes... Esta diferencia entre géneros se hace más notable en el recuerdo del contenido publicitario. Diversos estudios indican que las personas que ya juegan presentan un mayor recuerdo del contenido publicitario, por lo puede existir una relación entre la conducta de juego de

los hombres y un mayor recuerdo. Aun así, no se debe descuidar como influye el contenido publicitario en las mujeres, ya que el contenido de estos anuncios está en constante cambio y cada vez más se utilizan otro tipo de estrategias más destinadas hacia el público general, donde el objetivo es captar al mayor número de potenciales jugadores, sin importar ninguna condición de género o edad.

PERCEPCIÓN NORMATIVA y PERCEPCION DEL RIESGO. La normalización del juego es similar tanto en hombres como en mujeres, pero los varones presentan menor percepción del riesgo que las mujeres. Por lo tanto, ambos grupos consideran que la actividad del juego es normal entre la gente de su edad.

MOTIVACIONES PARA APOSTAR. Cabe destacar que las motivaciones que más peso tienen en ambos géneros a la hora de jugar son las financieras/económicas y las de placer. Es decir, si los adolescentes jugasen lo harían para ganar dinero y porque les gusta esta actividad. Además, los hombres le dan bastante más importancia al motivo económico que las mujeres. Se puede observar que las motivaciones sociales se presentan de manera similar en ambos sexos. Y respecto a las motivaciones de afrontamiento, los hombres lo considerarían como un motivo con más peso para jugar que las mujeres, estando asociado este motivo a mayor severidad de juego.

SESGOS COGNITIVOS. Por último, la presencia de sesgos cognitivos relacionados con la actividad de juego aparece de manera similar en ambos géneros, siendo ligeramente mayores en mujeres. Destacan los sesgos cognitivos relacionados con el desconocimiento de la probabilidad, donde se observan medias elevadas en ambos casos. Suelen ser conceptos que son difíciles de asimilar y además es un momento académico en el que están aprendiendo acerca de estos contenidos, lo que puede explicar las altas puntuaciones en este aspecto.

### c. Eficacia del programa

A través de los datos aportados en esta evaluación, se puede confirmar que la implementación del programa *Qué te Juegas?* ha cumplido los objetivos que tenía propuestos.

El objetivo principal del programa es reducir la intención de juego de los/las adolescentes. En los resultados expuestos anteriormente se observa una disminución notable de dicha variable. Este hecho es importante ya que distintos modelos psicológicos, explican que la intención predice la ocurrencia de una conducta (Ajzen, 1991). Por lo que, reduciendo la intención de juego, se espera que se reduzca la probabilidad de que la conducta de juego aparezca en un futuro. Para reducir esta intención, durante las sesiones del programa se ha trabajado sobre los distintos factores de riesgo que la literatura científica destaca como importantes.

Durante la primera sesión se identificaron los distintos motivos que las personas pueden tener para jugar, para a continuación asociarlos con los distintos niveles de gravedad del juego de apuestas. Los resultados muestran que los/las jóvenes han tomado conciencia sobre la importancia de saber por qué motivos se lleva a cabo una conducta de riesgo, como en este caso, la de apostar. El motivo que más ha destacado en los adolescentes es el financiero, que reduce significativamente su presencia después de haber recibido el programa (apartado 3.c.viii).

La segunda sesión ha estado dirigida a la reducción de los sesgos cognitivos que se suelen dar en este tipo de actividades. Los resultados muestran que la sesión ha sido eficaz (ver apartado 3.c.ix). Reduciendo las creencias erróneas, a menudo relacionadas con la superstición o con la ilusión de controlar el azar, se ayuda a que la conducta de juego no se inicie, o si se inicia, sea más difícil que se mantenga. Los conocimientos transmitidos en la segunda sesión del programa fomentan el pensamiento lógico y por consiguiente desmontan algunas de las creencias que tienen los/las jóvenes apuestan.

A través del trabajo de la tercera sesión, los adolescentes han adoptado posturas más críticas sobre el contenido publicitario después de la implementación del programa. Este aspecto es relevante ya que la publicidad está siendo un medio muy potente que

está normalizando la actividad del juego en todos los rangos de edad. Los adolescentes que han recibido el programa no encuentran tan atractivos los anuncios de apuestas y se muestran más en desacuerdo con los mensajes publicitarios (ver apartado 3.c.v)

No se ha podido observar un cambio significativo en las variables de percepción del riesgo y percepción normativa. El equipo de trabajo está constantemente modificando el programa tras cada evaluación para mejorar distintos aspectos, este es uno de ellos.

Si a todo lo comentado se le añade que la frecuencia, gasto, y severidad de juego se reduce notablemente en aquellas personas que puntúan en ellas, podemos concluir que la implementación del programa ha sido de utilidad para prevenir el abuso del juego de apuestas entre los y las adolescentes ilicitanos.

En resumen, el programa ¿Qué te juegas? aplicado en los centros de Villena se ha mostrado eficaz con los siguientes objetivos:

- Reducir la intención de juego.
- Reducir las variables de conducta: frecuencia, gasto y severidad de juego.
- Promover una actitud crítica hacia la publicidad.
- Reducir la ilusión de control sobre los resultados del azar.