

# LUDOPATÍA



ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

¿Quién nos dijo qué está mal? Si es legal, si todos lo hacen, si hay más sitios de apuestas que espacios que promuevan hacerlo de forma responsable, si las celebridades lo promocionan, si los controles son insuficientes, si de eso no se habla, si lo tengo habilitado y me regalan plata, si con lo que sé del tema es fácil ganar.

Prohibir algo que para buena parte de sus consumidores no está habilitado ¿es la salida? Parece ridículo creer que servicios que socialmente son definidos con palabras como “diversión”, “juego”, “plata fácil”, van a ser evadidos por un público de consumidores sobreestimulados, cuya validación de la propuesta ha sido realizada en un comercial que ve en todos lados por personalidades en las que cree. Del otro lado, el lento o distraído Estado brinda placebos a ciudadanos heridos frente a un enemigo cuya dimensión infinita y agilidad para recrearse y entrometerse en todos los frentes evidencia que venimos perdiendo la batalla.

Hoy mendocinos, argentinos, ciudadanos del mundo están atravesados por la pandemia del “juego”. Poco más de 30 años pasaron desde que la OMS reconociera a la ludopatía como una enfermedad; padecimiento que impacta en la salud mental, física, emocional de pacientes y familias que muchas veces no poseen los recursos económicos para enfrentar sus consecuencias. Niños que no cuentan con la madurez emocional “juegan” a escondidas de la familia y la noticia llega tarde, cuando el chico está perdido y el resumen de la tarjeta nos avisa que hace 40 días estalló el problema. Familias agobiadas y sin herramientas de un País en que los gastos no programados tienen el rótulo de IMPOSIBLES.

La era digital ha transformado radicalmente la forma en que nos relacionamos con las apuestas, convirtiendo a las plataformas online en focos de contagio certero de esta enfermedad. La facilidad de acceso, el anonimato, sus recompensas instantáneas y sistemas utilizados en estos entornos virtuales crean un cóctel adictivo que atrapa indiscriminadamente a millones de personas a nivel global.



¿Y si nos damos una estrategia que además de limitar busque construir ciudadanía? Las contradicciones en las respuestas de la encuesta, las lógicas en el consumo digital, la falta de herramientas para entender que tenemos un problema nos permiten inferir que el único camino para revertir la situación se encuentra en la ilustración, fortalecer el discernimiento, dar información sobre las consecuencias, sacar el velo tabú, difundir espacios para solucionarlo y comprometerse con la comunicación del riesgo sobreviniente a la práctica irresponsable.

Omitir la visibilización de la problemática que la Dirección General de Escuelas intenta hacer del flagelo o la multidimensional intervención que la UNCuyo lleva adelante con los alumnos de sus colegios secundarios en los que se animó a consultar a través de una encuesta y que de manera urgente aborda con diálogo sobre ludopatía, consumos problemáticos y educación financiera sería no reconocer el esfuerzo. Desde “Demokratía” también creemos que la solución se encuentra en el ejercicio pleno de derechos por ciudadanos que, informados y educados, toman decisiones responsables. Por ello, aportamos los resultados de este estudio de opinión pública que integra análisis de conversación digital y una encuesta presencial para colaborar con el remedio.

La batalla contra la ludopatía en los tiempos que corren exige colaboración entre familias, empresas, gobiernos, instituciones de salud mental y la sociedad toda. Sólo a través de un esfuerzo conjunto podemos garantizar una existencia responsable y saludable en la versión digital de nuestras vidas.



**Nicolás González Perejamo**

Director  
Demokratía





# GOOGLE TRENDS



El estudio del comportamiento humano mediante el seguimiento de los temas de interés en los buscadores permite identificar los intereses de la población en el fuero más íntimo de la interacción digital.

Sabido es que, ante cualquier duda, en la actualidad los motores de búsqueda han sustituido a las enciclopedias, diccionarios o incluso la consulta a las personas más cultas o instruidas de la familia.

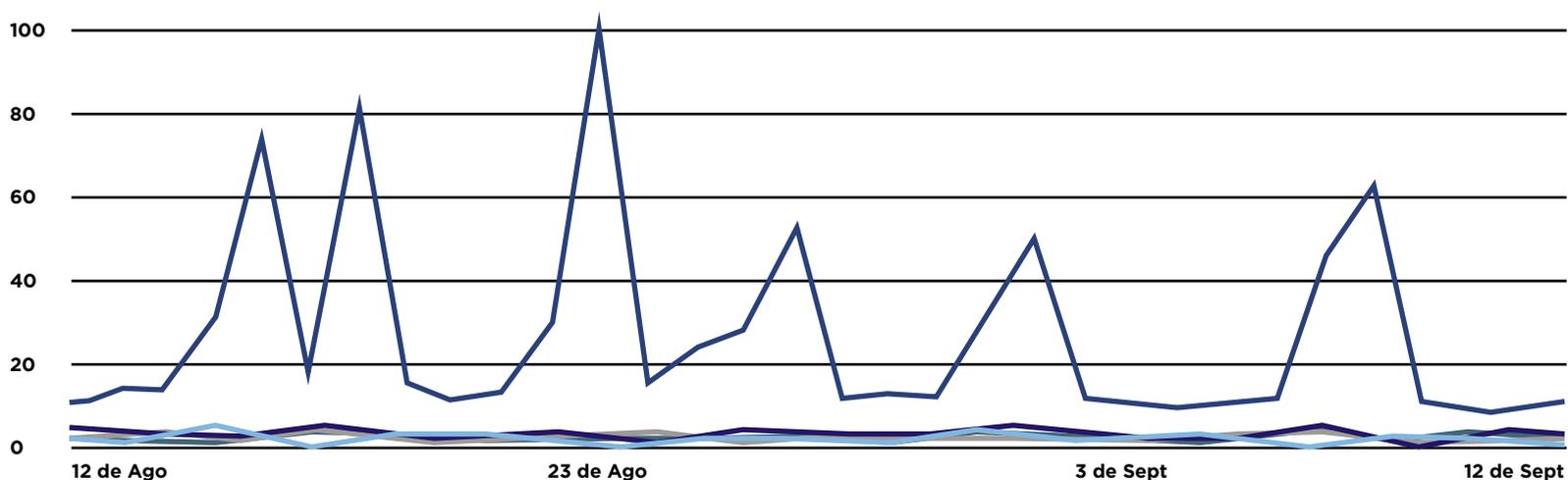
Esta tendencia, potenciada por la inmediatez con la que se puede acceder a la información a través del celular, principal medio de acceso a ésta, y con Google como el motor de búsqueda líder en Argentina, nos lleva a realizar un análisis de los intereses manifestados a través de las consultas realizadas en internet durante el último mes sobre el objeto de estudio del presente trabajo.



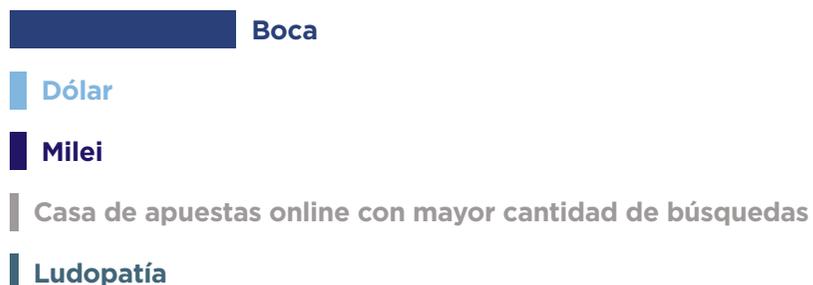
Para poder contextualizar el análisis de la huella digital que generamos al buscar información sobre diversos temas de interés cotidiano en los motores de búsqueda, es necesario vincular el tema central de este estudio con otros tópicos de diferentes escalas y ámbitos.

Para ello, proponemos un enfoque en tres niveles. En el primero, seleccionamos el término “Boca”, por ser el tema de mayor relevancia en forma constante en la Provincia de Mendoza, para reflejar los asuntos socialmente relevantes y de interés masivo. En un segundo nivel, agrupamos temas políticos, económicos y sociales, representados a través de los términos “dólar” y “Milei”. Por último, encontramos Ludopatía y a una de las casas de apuestas online más populares.

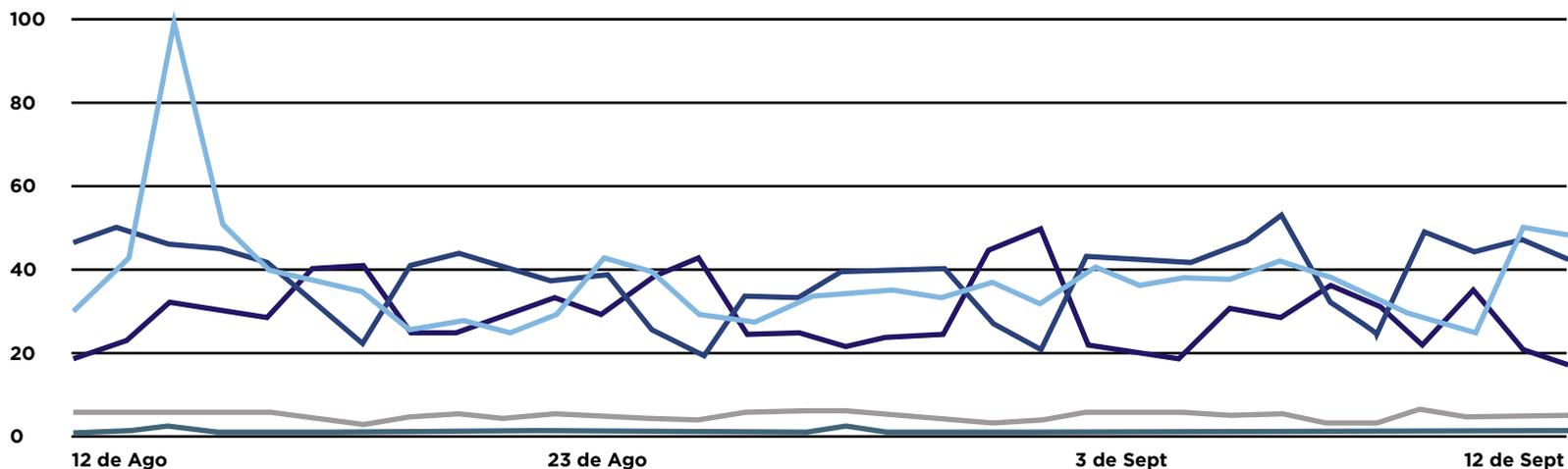
En este primer gráfico, se visualiza que la palabra Boca es la más buscada durante todo el periodo analizado, con picos máximos constantes de búsquedas. Los términos “Dólar” y “Milei”, se encuentran alejados de la cantidad de resultados que arroja el término más popular. Y, en última posición, se observa Ludopatía y la casa de apuestas online. De esta manera podemos ver cómo se comporta el tema de análisis vinculado a temas importantes en la vida cotidiana de los argentinos.



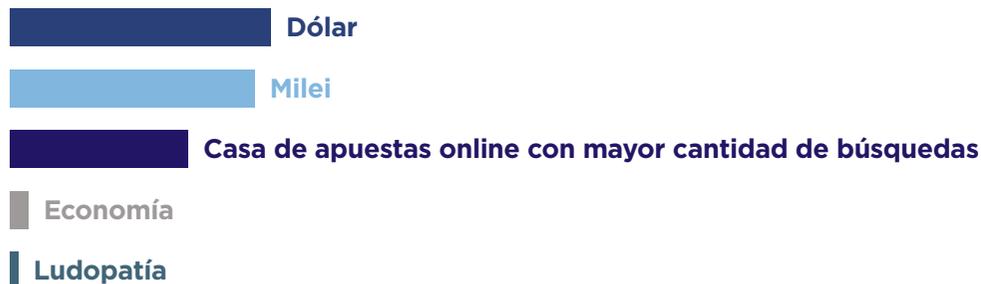
## Media



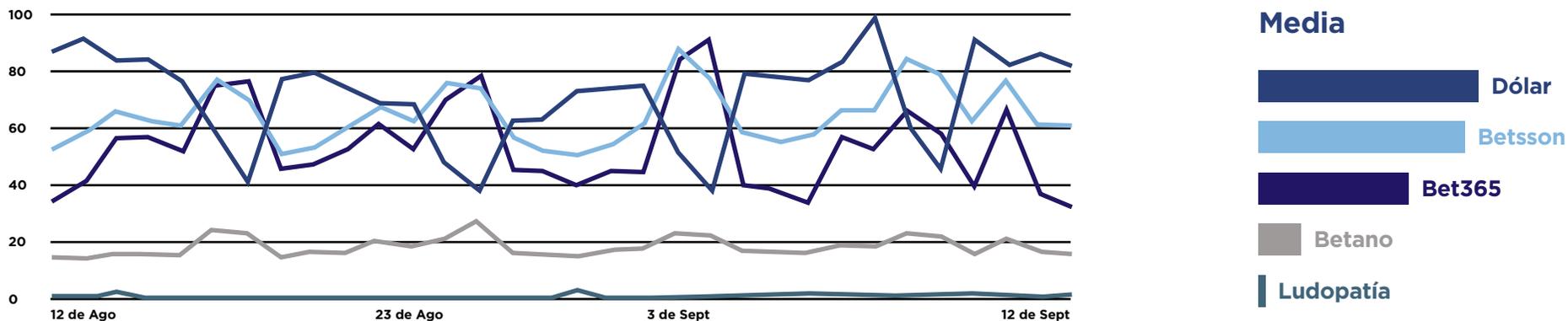
En este segundo cuadro, podemos observar cómo se relacionan las palabras “Ludopatía” y una de las casas más conocidas de apuestas, con los términos “Dólar”, “Economía” y “Milei”; notando que “Dólar”, “Milei” y “la casa de apuestas” presentan búsquedas constantes a lo largo de todo el mes en casi igual medida, salvo Milei que el día 14 de agosto tuvo un pico máximo. Respecto a los términos restantes, “Ludopatía” y “Economía”, se observa que, si bien tuvieron un nivel de búsquedas constantes a lo largo de todo el mes, el mismo está muy alejado de los anteriores, constituyéndose en temas de interés, pero de menor importancia.



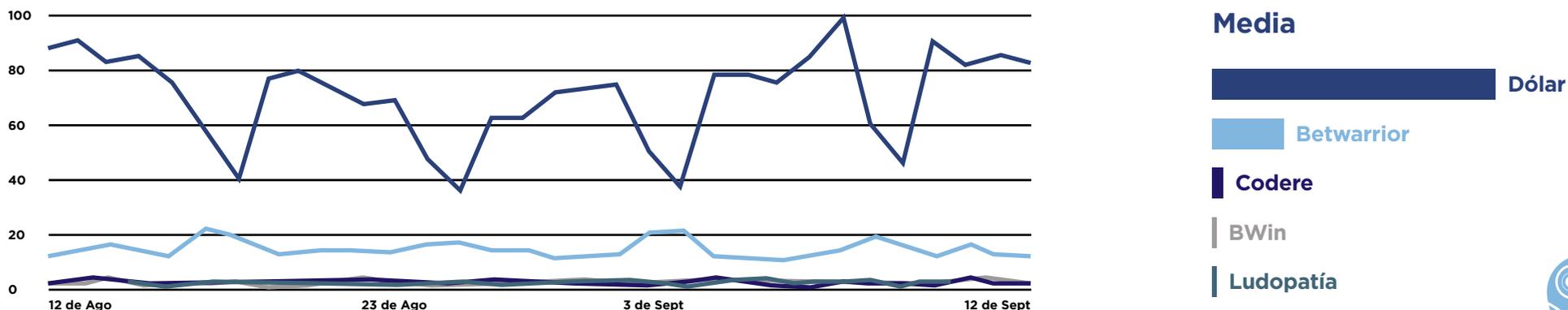
## Media



Al comparar el término “Ludopatía” con “Dólar” y tres de las principales casas de apuestas observamos que “Dólar”, “Bet365” y “Betsson” se muestran similares a lo largo de todo el mes con picos de búsquedas irregulares. Luego encontramos a “Betano”, otras de las principales casas de apuestas con búsquedas constantes, pero sin máximos elevados, y en último lugar “Ludopatía” casi sin resultados.



En esta segunda comparación de los términos “Ludopatía y “Dólar” con otras tres casas de apuestas online, vemos que “Dólar” es lo más buscado, con constantes irregulares a lo largo del periodo analizado y por debajo encontramos a “Betwarrior”, con una constante lineal en menor medida. Por último, los otros términos casi no arrojan resultados.



# Búsquedas relacionadas

## Ludopatía

- Qué es la ludopatía
- Ludopatía tratamiento
- La ludopatía
- Qué significa ludopatía

## Apuestas

- Apuestas deportivas
- Apuestas online
- Apuestas Argentina
- Casino

## Apuestas deportivas

- Apuestas deportivas Argentina
- Apuestas deportivas Bet365
- Bet 365
- Apuestas deportivas Betson

## Casino Online

- Casino magic
- Casino magic online
- Casino club
- Casino online Argentina

El proceso por el cual las personas investigan temas de interés en los motores de búsqueda generalmente no se detiene en el primer intento. A menudo, se realizan búsquedas adicionales para ajustar los resultados obtenidos sobre el tema en cuestión. Esto nos permite deducir las razones fundamentales que impulsan a los usuarios a buscar información sobre ciertos temas que consideran importantes. En consecuencia, ponemos énfasis en las búsquedas correlativas a la inicial, ya que en su conjunto evidencian la intención firme de los usuarios al buscar determinados términos en Google. En el caso de las apuestas online, los usuarios suelen comparar diferentes sitios antes de tomar una decisión, por lo que buscan varias opciones al mismo tiempo para encontrar aquella que les brinde, por ejemplo, mejor precio o para poder participar en varios lugares a la vez; lo que revela una intencionalidad clara a la hora de jugar.



# Búsquedas relacionadas

## Bet365

- Casino 365
- Bet casino 365
- Bet365
- 1xbet

## Betsson

- Betsson
- Casino
- Betano
- Casino online

## Betano

- Casino
- Casino betano
- Betano argentina
- Bet365

## Codere

- Codere Argentina
- River codere
- Casino
- Casino codere

## Betwarrior

- Betwarrior Argentina
- Betwarrior casino
- Betwarrior pba
- Betsson

## Bwin

- 1win
- Bwin argentina
- Betsson
- Bwin casino





# DIARIOS



ΔΣΜΟΚΡΑΤΙΑ

A continuación, graficamos la cantidad de noticias publicadas por los medios digitales nacionales que registran más visitas sobre “Ludopatía” y “Apuestas” durante la semana del 4 al 11 de septiembre. En total, se publicaron 63 noticias referidas a “Apuestas” y sólo 6 a “Ludopatía”. Al contrastar los números, se observa que los portales dan mayor difusión al tema de las apuestas que a la adicción al juego.

## “LUDOPATÍA”



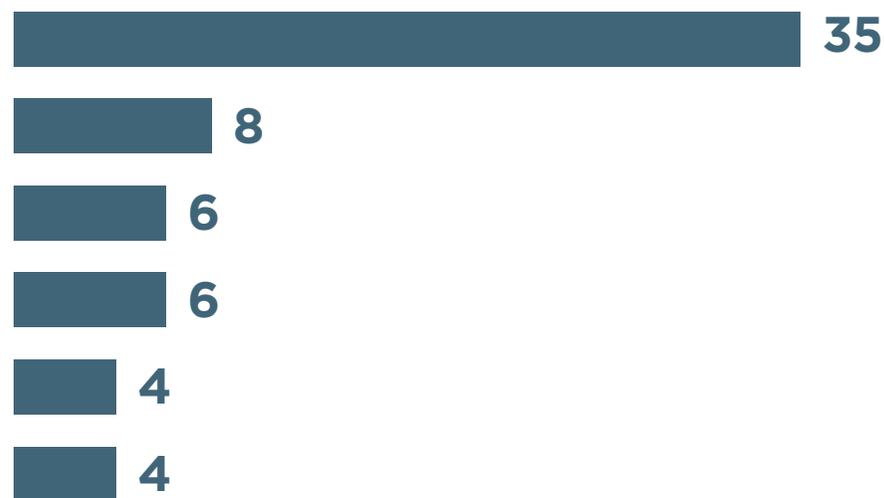
**6**

## Noticias que mencionan

La Nación
Infobae
El Destape Web
Ámbito Financiero
Minuto Uno
Página 12

**TOTAL**

## “APUESTAS”



**63**



# Noticias en diarios sobre Ludopatía.

Aquí hemos reunido los títulos elegidos por los medios digitales de mayor consumo al publicar noticias referidas a Ludopatía en adolescentes y niños en las últimas semanas del periodo analizado.

**Ludopatía infantil: la Ciudad ya bloqueó el acceso a sitios de apuestas en 1770 escuelas públicas**

**“Hablar es ganar”, la nueva campaña de la Ciudad contra la ludopatía infantil**

**Tenía 14 años, perdió US\$400 mil en apuestas y hoy está en recuperación: el peligro de la ludopatía infantil**

**Ludopatía en adolescentes: por qué puede ser la puerta de entrada para la ansiedad y la depresión**

**Ludopatía infantil: la Defensoría del Pueblo le pidió al BCRA que controle las cuentas de menores de edad**

**Ludopatía infantil: en lo que va del año ya se bloquearon más de mil sitios de apuestas ilegales en Argentina**

**Empezó a apostar a los 17 años, hizo jugadas por 140 mil dólares y se había prometido rehabilitarse: “Jamás pensé que podría suicidarse”**

**Ludopatía: irresponsable promoción de las apuestas online entre menores**

LUDOPATÍA

**La crisis agrava la ludopatía en adolescentes argentinos: “Uno termina apostando su vida”**

**Ludopatía: los chicos piden ayuda en silencio**



ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ

# APLICACIONES



ΔΣΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Acceso por aplicaciones

La competencia en el sector de las apuestas online ha llevado a las empresas a ofrecer cada vez más opciones y promociones atractivas. Las aplicaciones móviles, cada vez más intuitivas, fáciles de usar, y con altas calificaciones, se han convertido en una herramienta indispensable para captar y fidelizar a los apostadores. Con una amplia gama de deportes, “Bonos de bienvenida” (que consisten en otorgar una suma de dinero inicial en forma gratuita funcionando como una suerte de “anzuelo”), campeonatos y mercados disponibles, las casas de apuestas buscan satisfacer los gustos de todos los perfiles de jugadores, y así atraer a la mayor cantidad de personas.

## Apps de apuestas mejor calificadas



### Bono de bienvenida

Si

Si

Si

Si

Si

Si

### Mercado de apuestas

5/5

3/5

5/5

4/5

4/5

5/5

### Valoración en la tienda de la experiencia

4.6/5

4.2/5

4.2/5

4.1/5

4/5

4.5/5

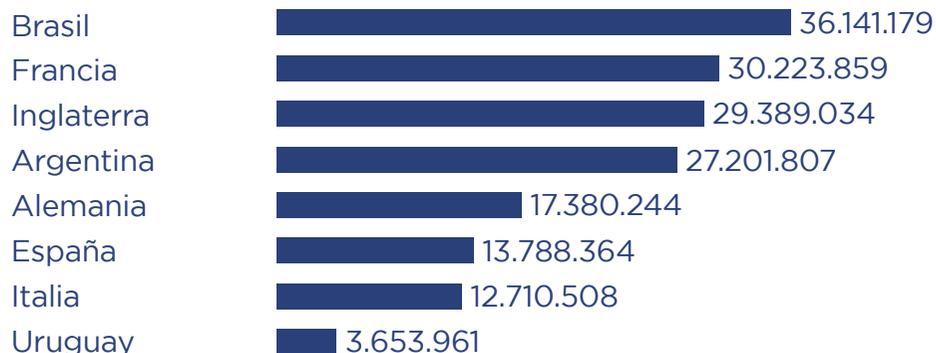
# REDES SOCIALES



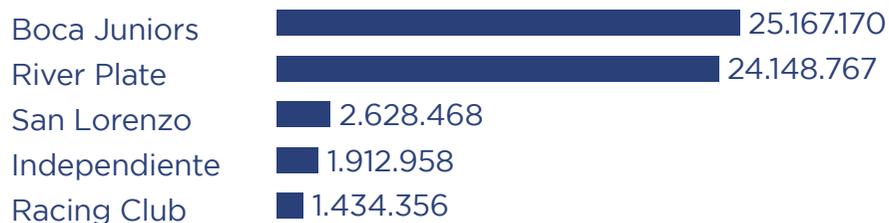
# Comparación del total de seguidores de Instagram, Facebook y X

En la comparación de los gráficos se puede notar la diferencia que existe entre la cantidad de seguidores que tienen las cuentas oficiales de los equipos de fútbol y seleccionados nacionales y de las casas de apuestas online que auspician a los mismos. El motivo de ello es que éstas a menudo no vinculan sus redes sociales a su página web, o simplemente no tienen cuentas oficiales en las plataformas. De esta manera evitan o limitan la forma en que los usuarios pueden manifestar su disconformidad con las prestaciones de su servicio o los problemas que las apuestas les acarrearán. La diferencia numérica además demuestra que, aun cuando las redes sociales actualmente constituyen el principal medio a través del cual la gente interactúa y expresa su opinión, las empresas no precisan un espacio en ellas para conseguir nuevos usuarios y mantenerse vigentes, ya que el interés por sus servicios provoca en las personas una búsqueda activa de sus servicios.

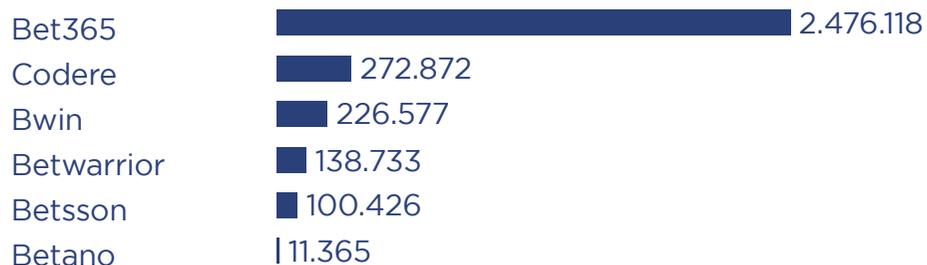
## Cantidad de seguidores por selección de fútbol del mundo



## Cantidad de seguidores por clubes de fútbol de Argentina



## Cantidad de seguidores de las casas de apuestas





# FICHA TÉCNICA SOCIAL LISTENING



## **Social Listening:**

Análisis de conversación digital a partir de herramientas de escucha activa



## **Medios sociales analizados:**

Meta, Google Trends, Dicen los Medios, diarios digitales.



## **Fecha objeto de estudio:**

Del 12 de agosto al 12 de septiembre.



## **Fecha del análisis:**

12 de septiembre de 2024.



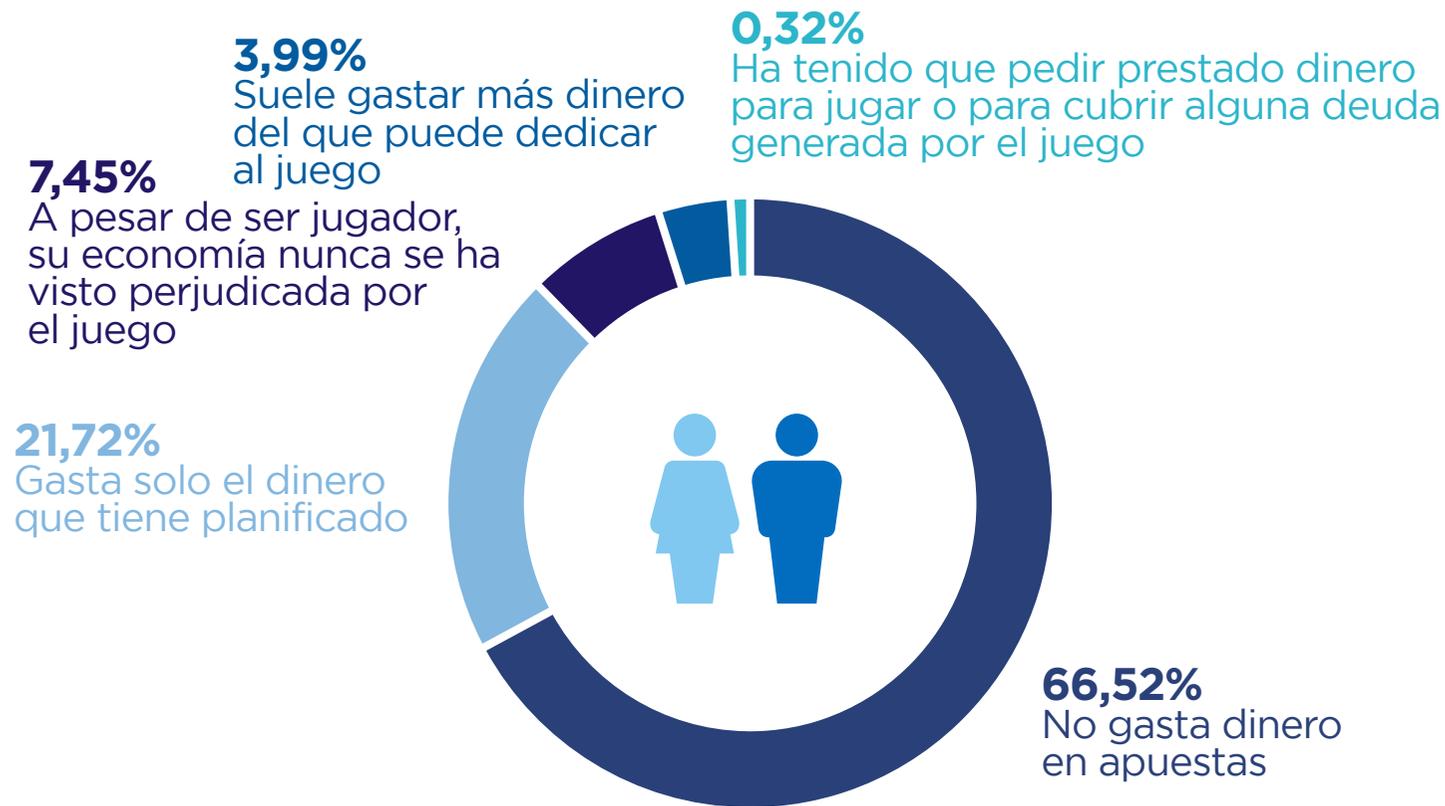


# RELEVAMIENTO

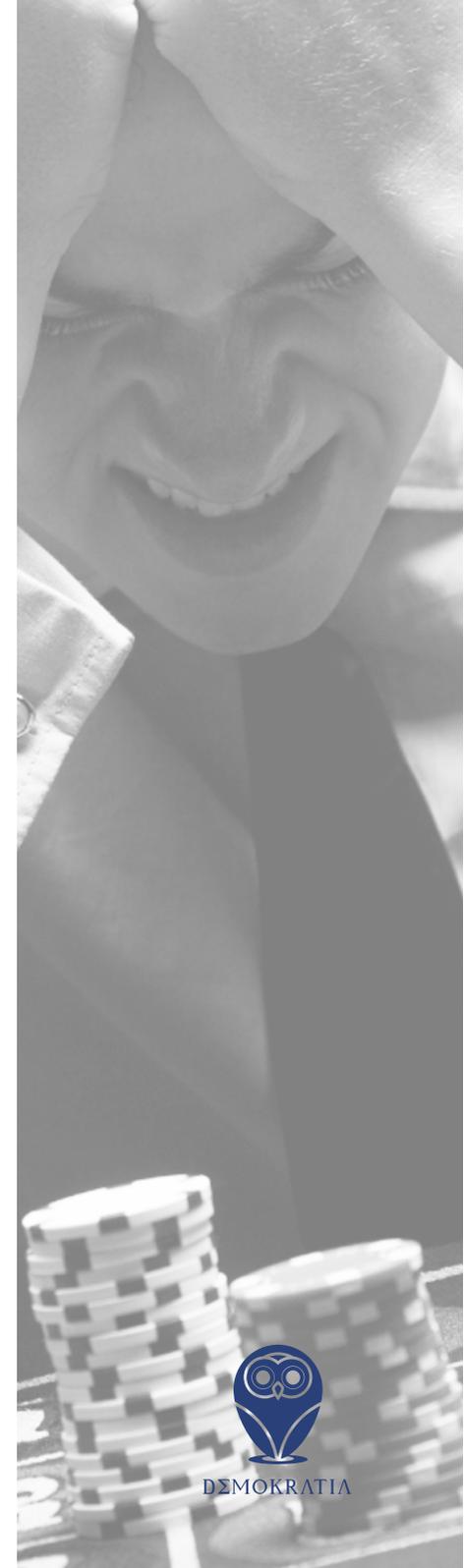


ΔΣΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Repercusión en las economías personales.

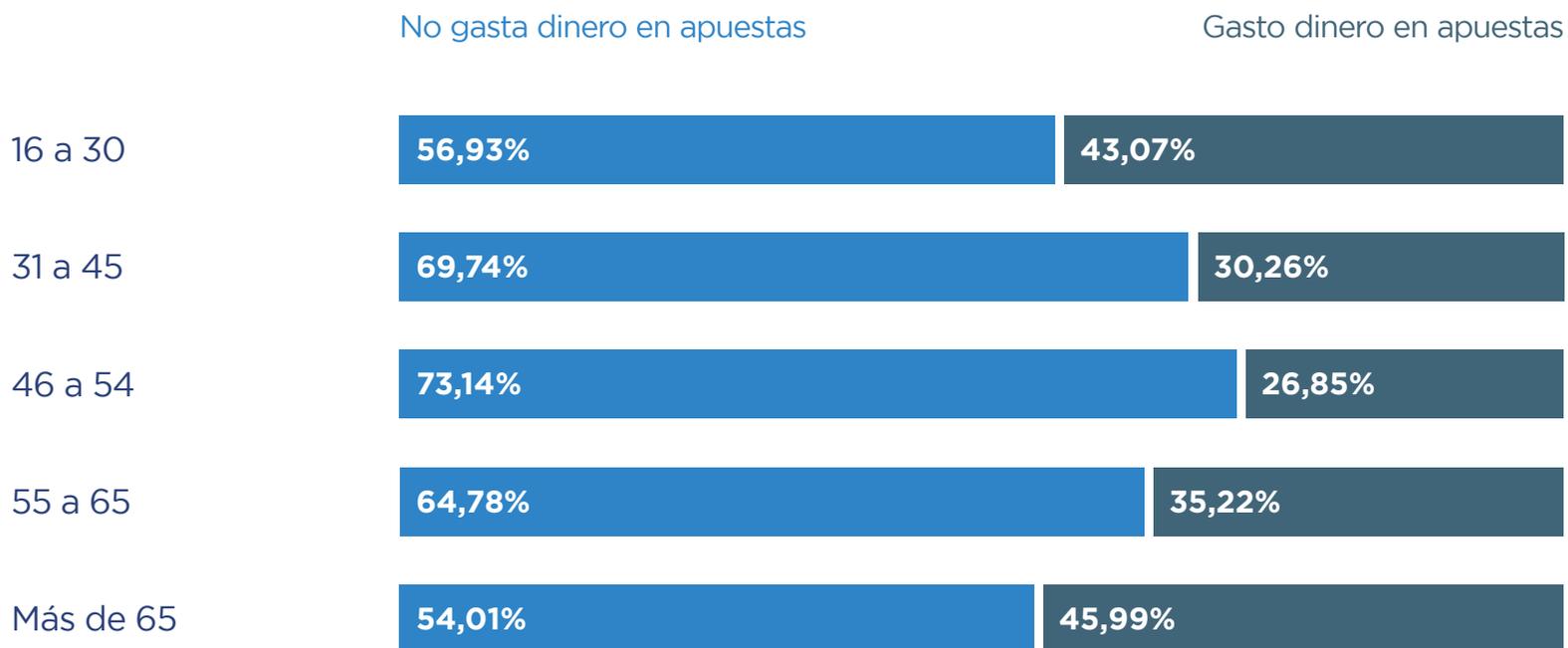


Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



# Repercusión en las economías personales.

## Distribuido por edad.



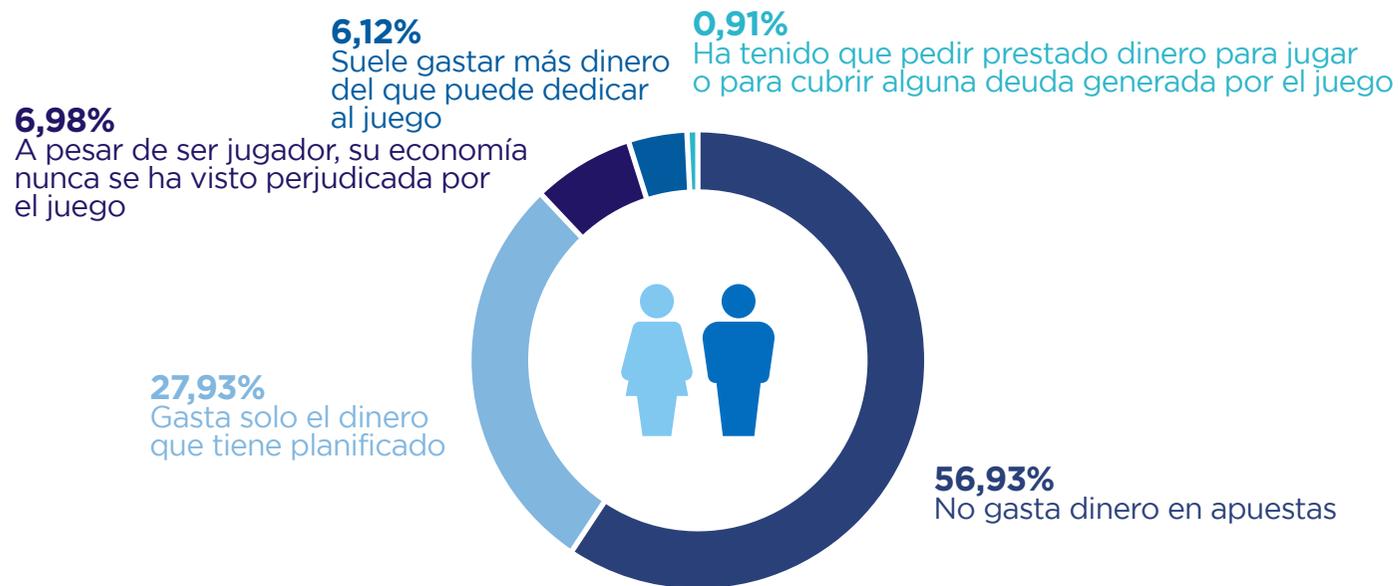
Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



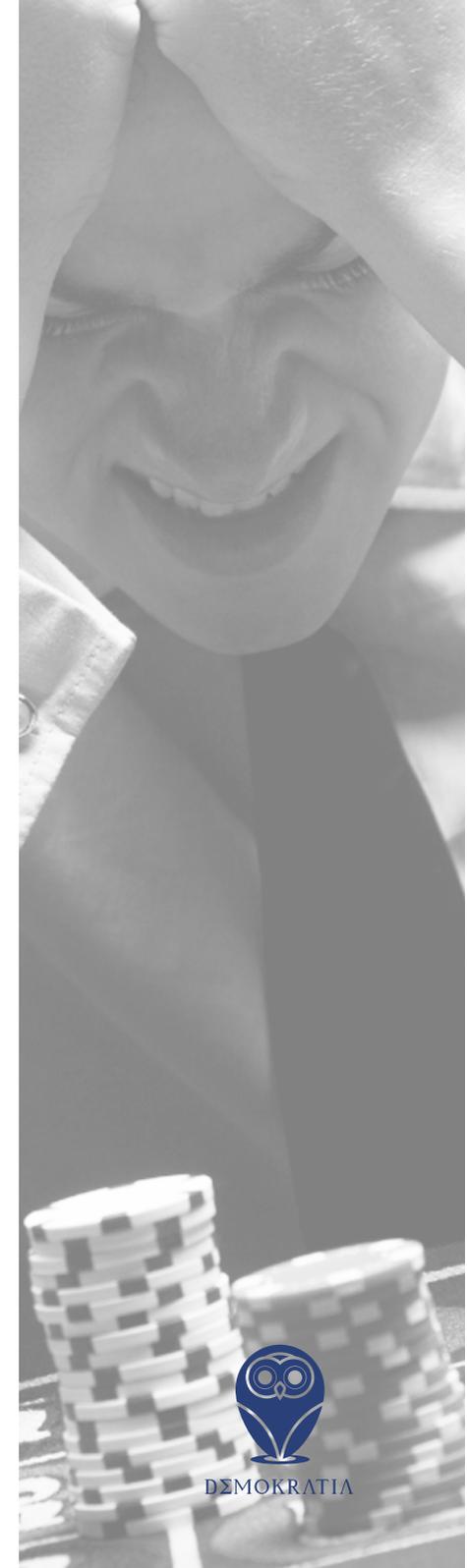
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Repercusión en las economías personales.

Distribuido por edad. De 16 a 30.



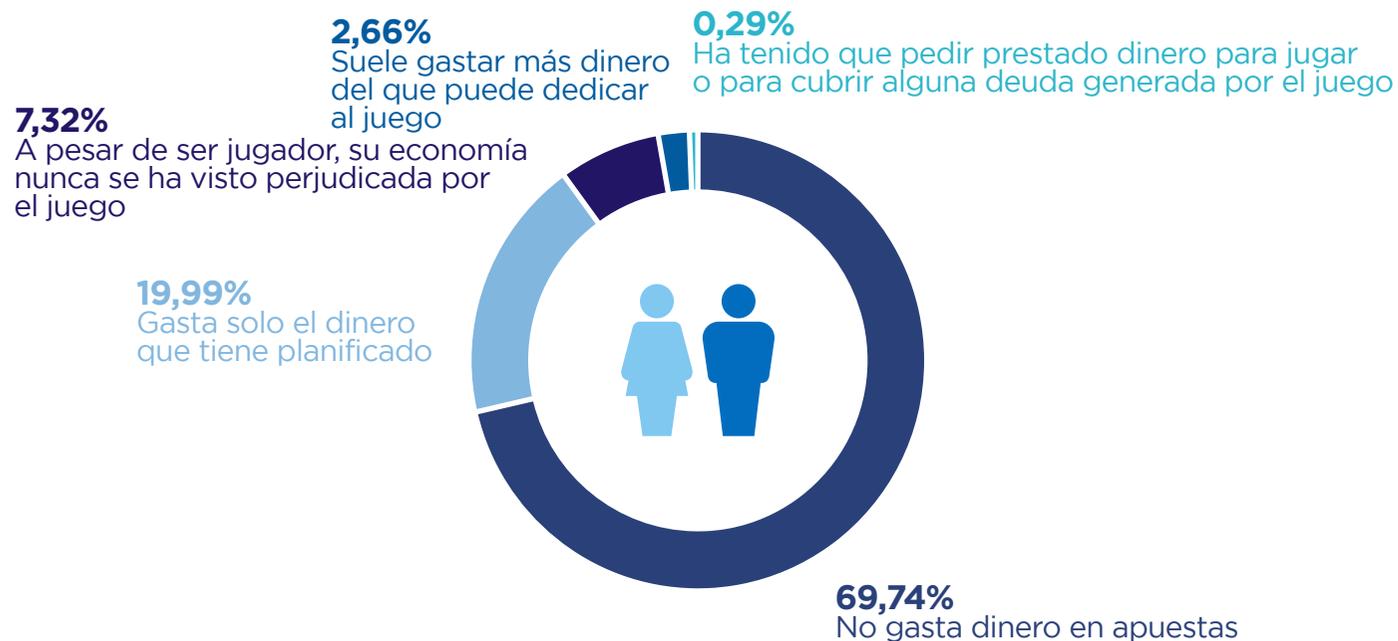
Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



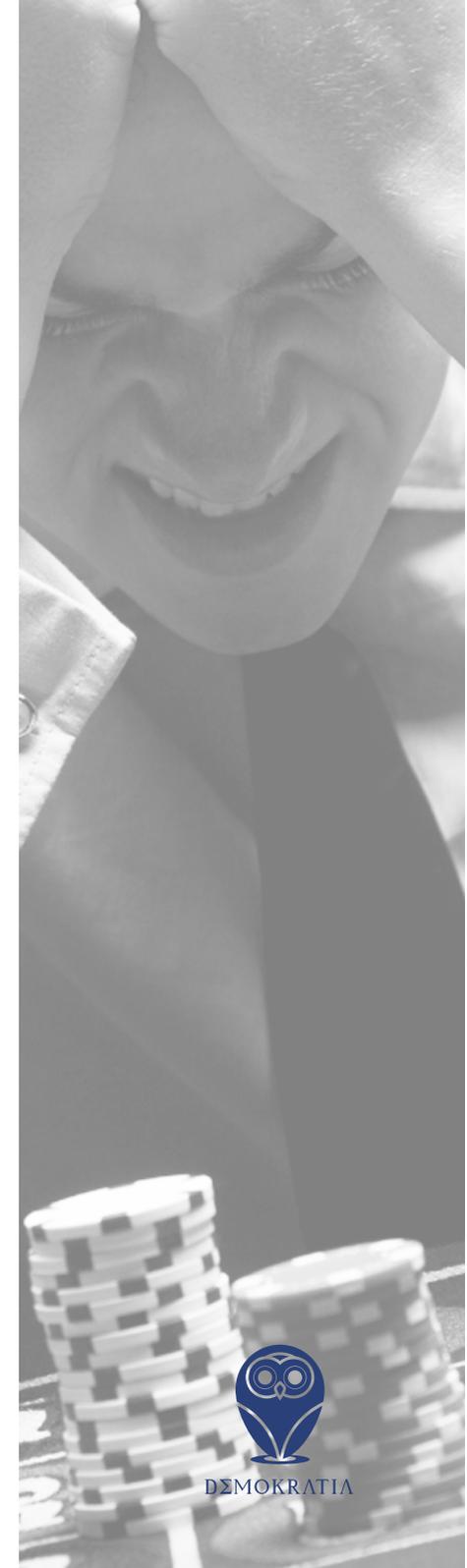
ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Repercusión en las economías personales.

Distribuido por edad. De 31 a 44.



Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

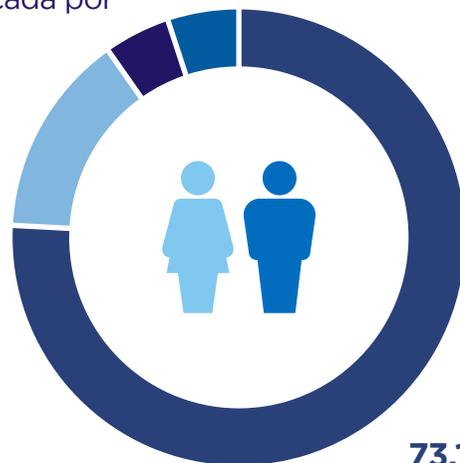
# Repercusión en las economías personales. Distribuido por edad. De 45 a 54.

**4,26%**

A pesar de ser jugador, su economía nunca se ha visto perjudicada por el juego

**17,51%**

Gasta solo el dinero que tiene planificado



**5,09%**

Suele gastar más dinero del que puede dedicar al juego

**73,14%**

No gasta dinero en apuestas

Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



# Repercusión en las economías personales. Distribuido por edad. De 55 a 65.

**7,61%**

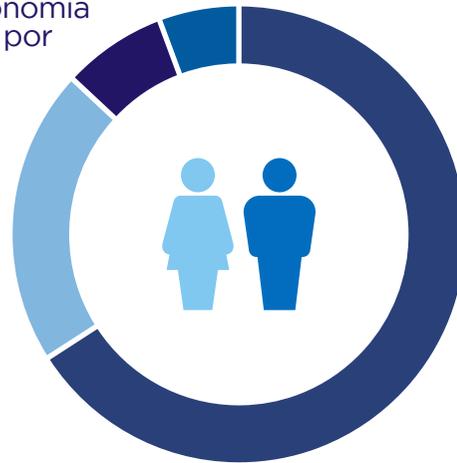
A pesar de ser jugador, su economía nunca se ha visto perjudicada por el juego

**5,81%**

Suele gastar más dinero del que puede dedicar al juego

**21,80%**

Gasta solo el dinero que tiene planificado



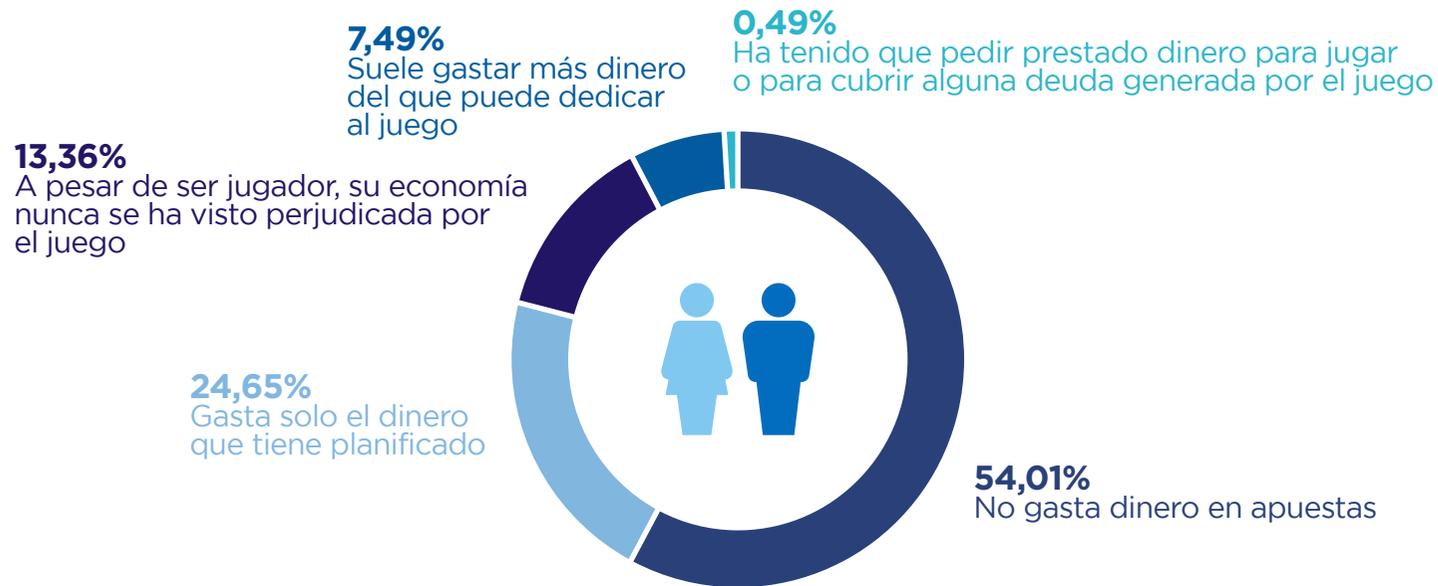
**64,78%**

No gasta dinero en apuestas

Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



# Repercusión en las economías personales. Distribuido por edad. Más de 65.

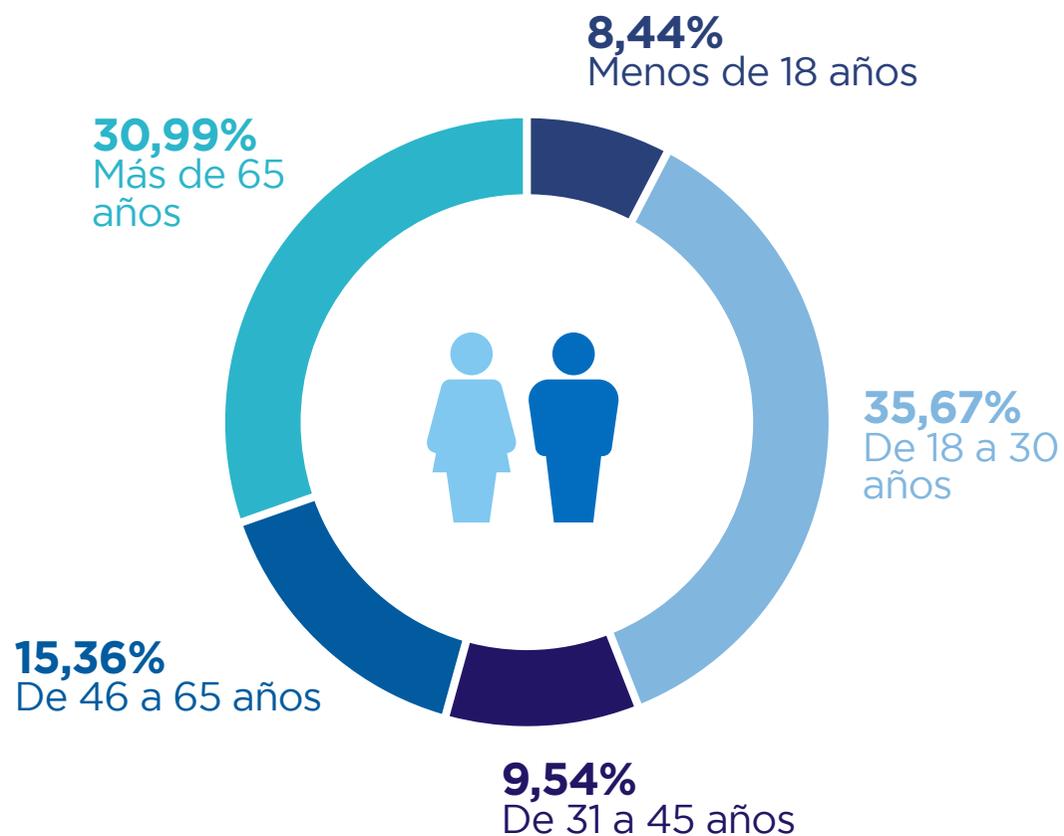


Con relación al dinero que invierte en juegos de azar, usted diría que...



ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Creencia sobre edad de los apostadores.



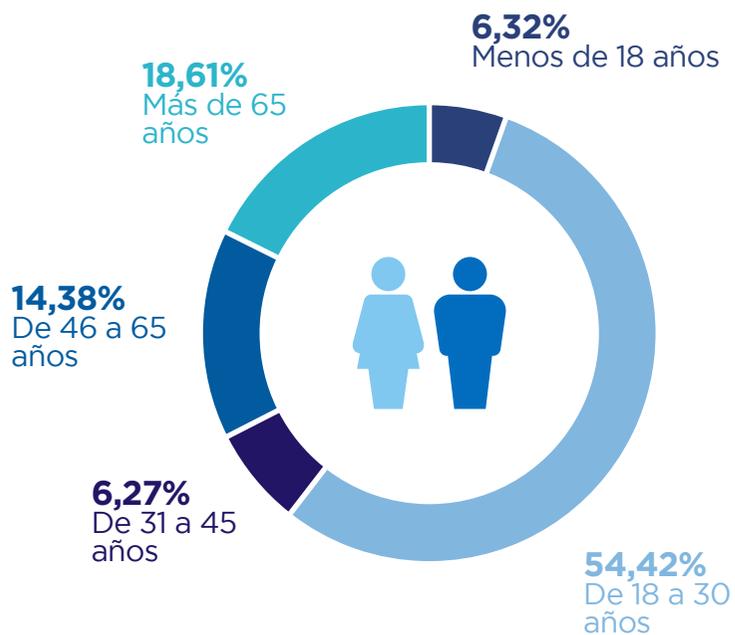
Para usted ¿qué edad tienen las personas que conoce a las que le gusta apostar?



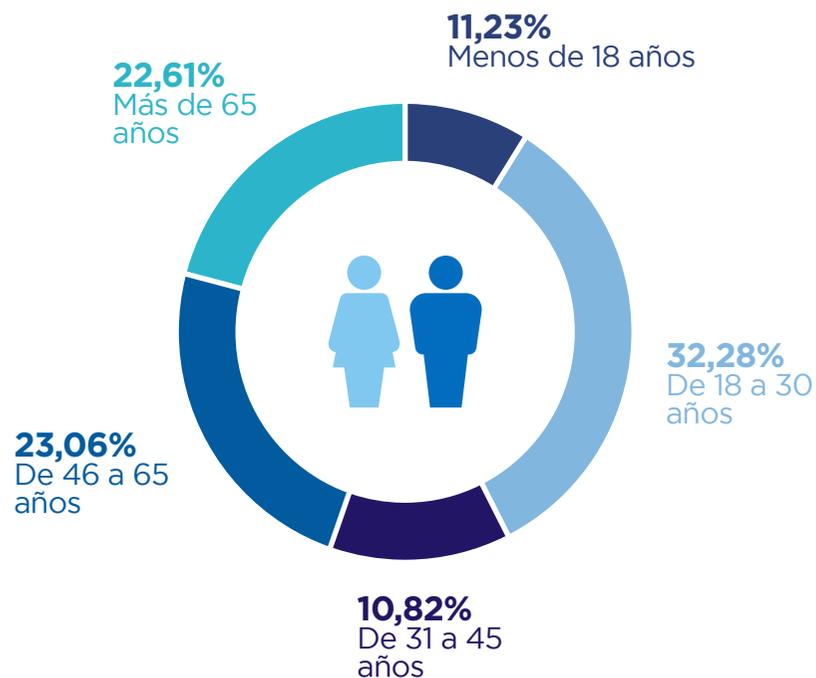
# Creencia sobre edad de los apostadores.

## Distribuido por edad.

De 16 a 30.



De 31 a 44.



Para usted ¿qué edad tienen las personas que conoce a las que le gusta apostar?



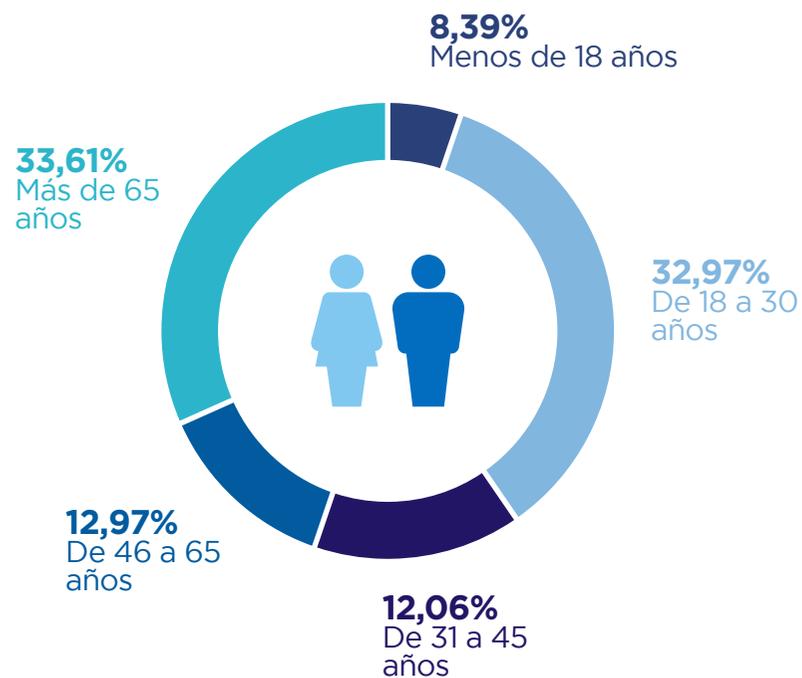
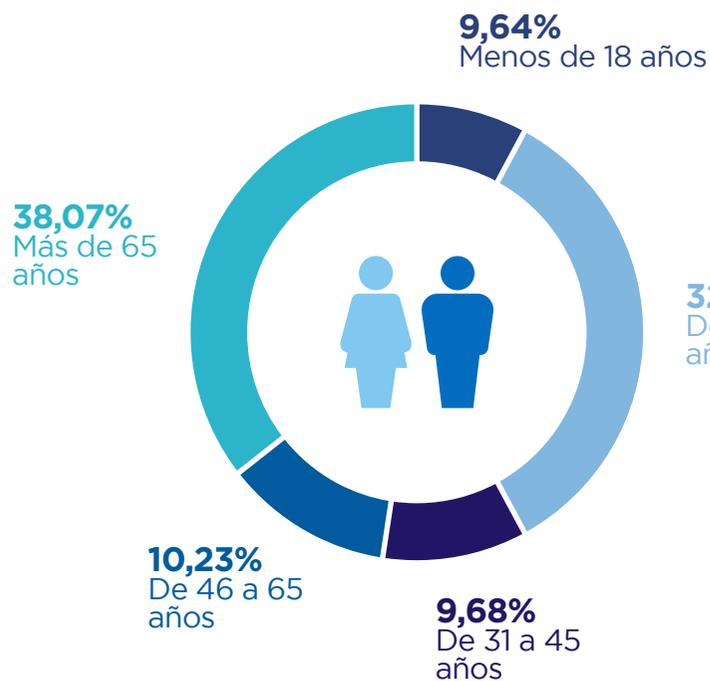
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Creencia sobre edad de los apostadores.

## Distribuido por edad.

De 45 a 54.

De 55 a 65.



Para usted ¿qué edad tienen las personas que conoce a las que le gusta apostar?

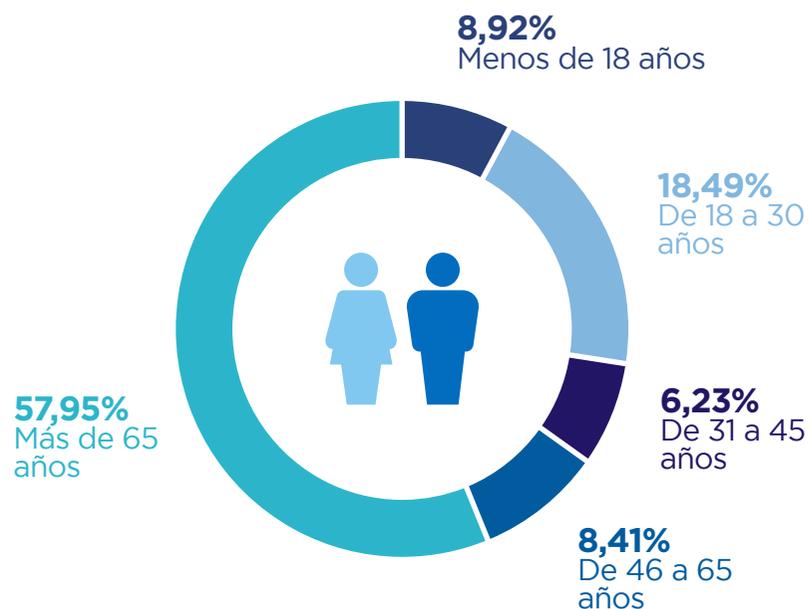


ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Creencia sobre edad de los apostadores.

Distribuido por edad.

Más de 65



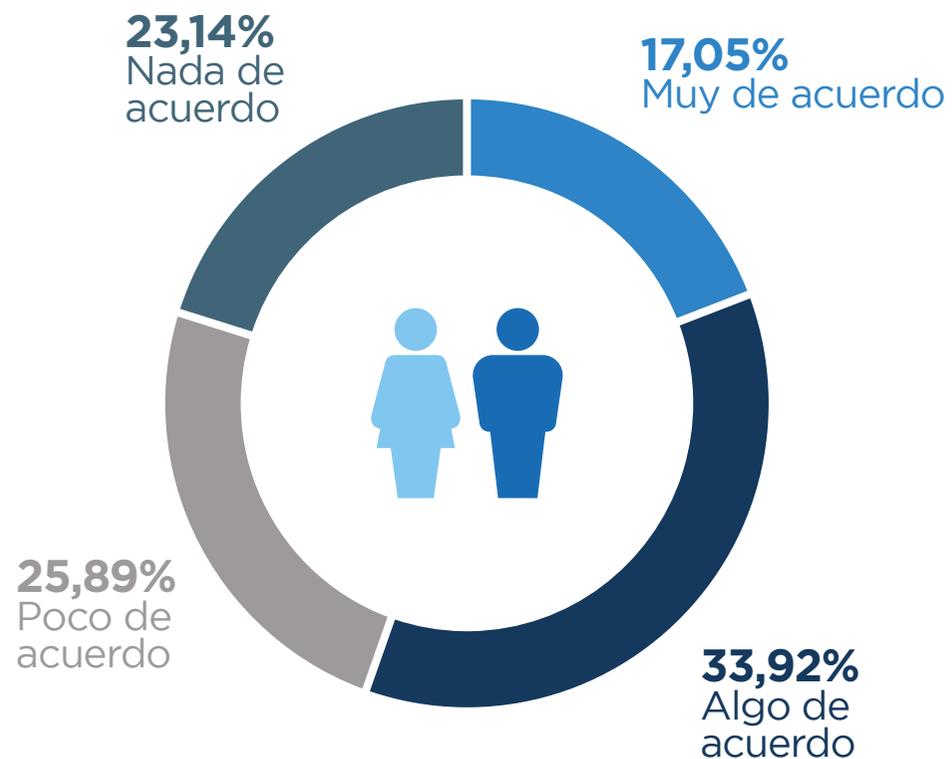
Para usted ¿qué edad tienen las personas que conoce a las que le gusta apostar?



ΔΣΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Cuando gana, deja de jugar.

Entre personas que ha jugado.



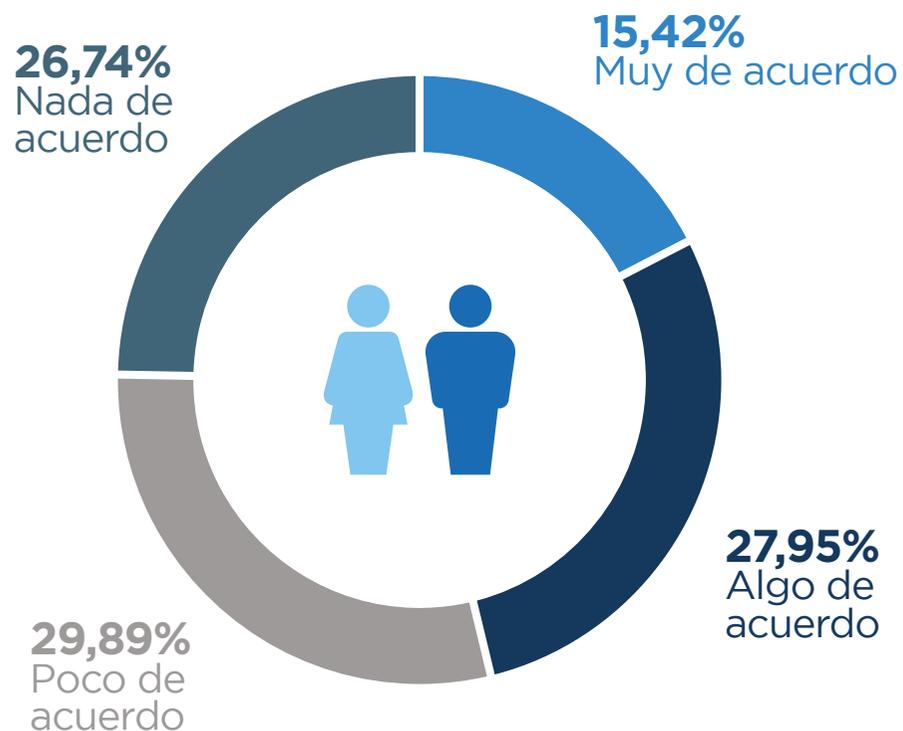
¿Cuál es su grado de acuerdo con la frase  
“cuando gano, dejo de jugar y me voy con el premio a casa.”



ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

# En ocasiones, después de jugar, me repito que nunca volveré a hacerlo.

Entre personas que ha jugado.



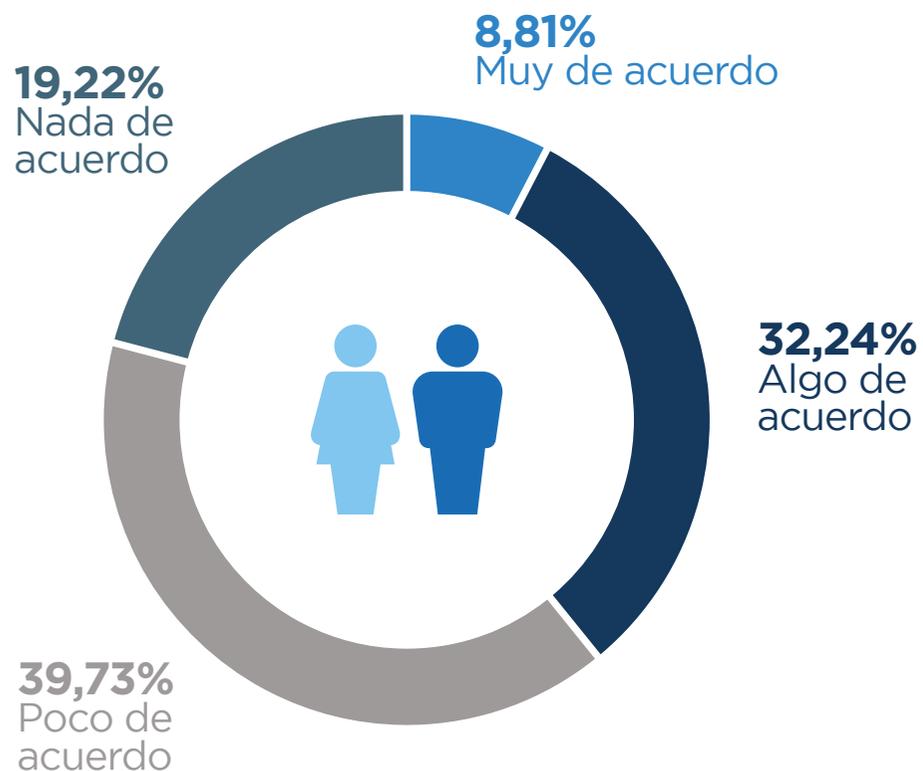
¿Cuál es su grado de acuerdo con la frase  
“en ocasiones, después de jugar, me repito que no volveré a hacerlo.”



ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ

# He creído que puedo ser más listo/a que el sistema de juego.

Entre personas que ha jugado.

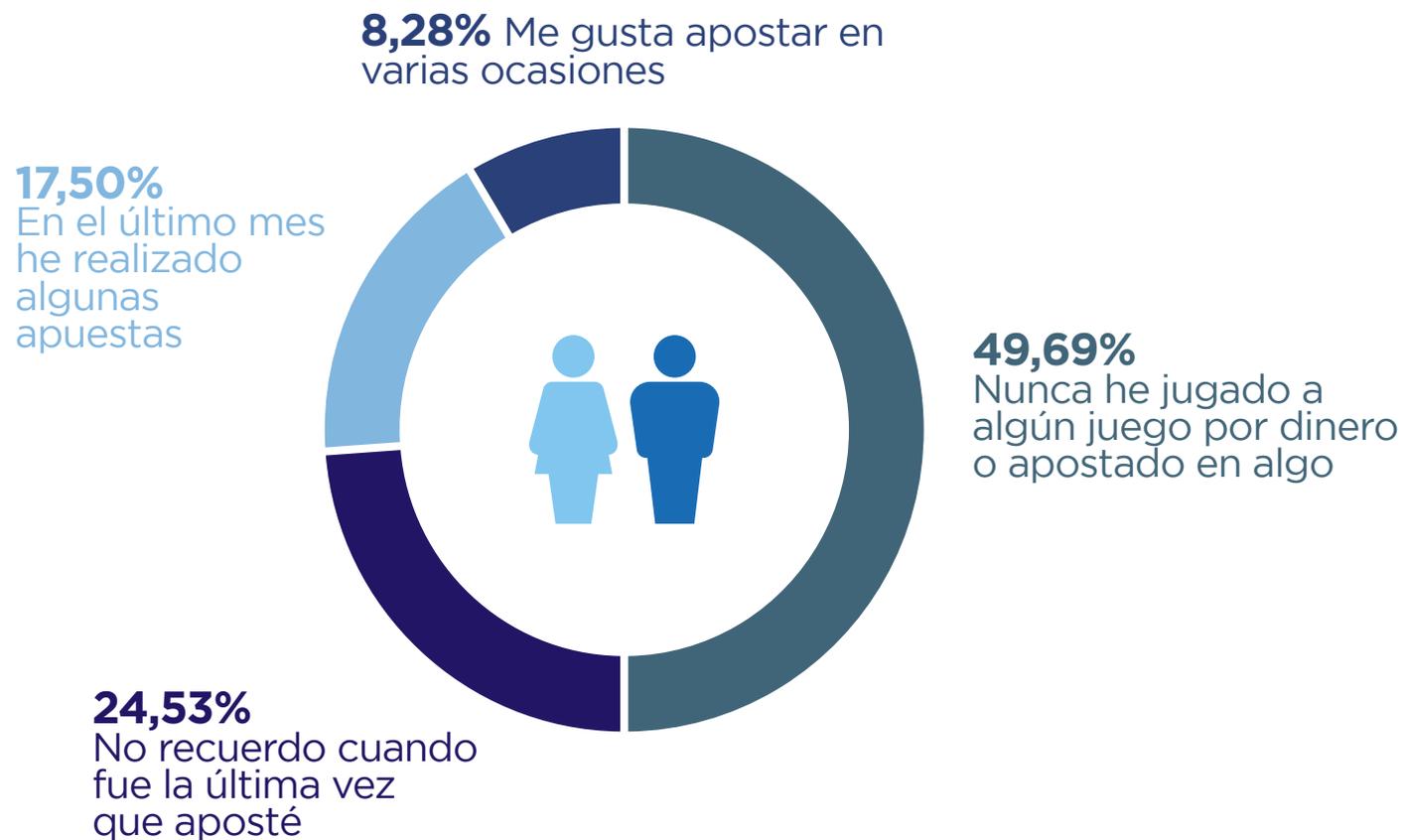


¿Cuál es su grado de acuerdo con la frase  
“he creído que puedo ser más listo/a que el sistema de juego.”



ΔΣΜΟΚΡΑΤΙΑ

# Interés en apostar en juegos de azar.



Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?

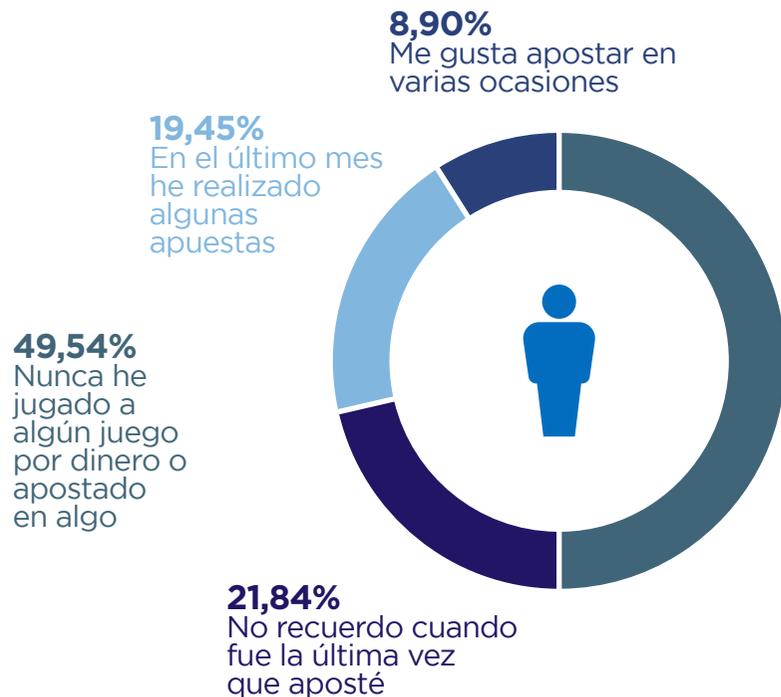
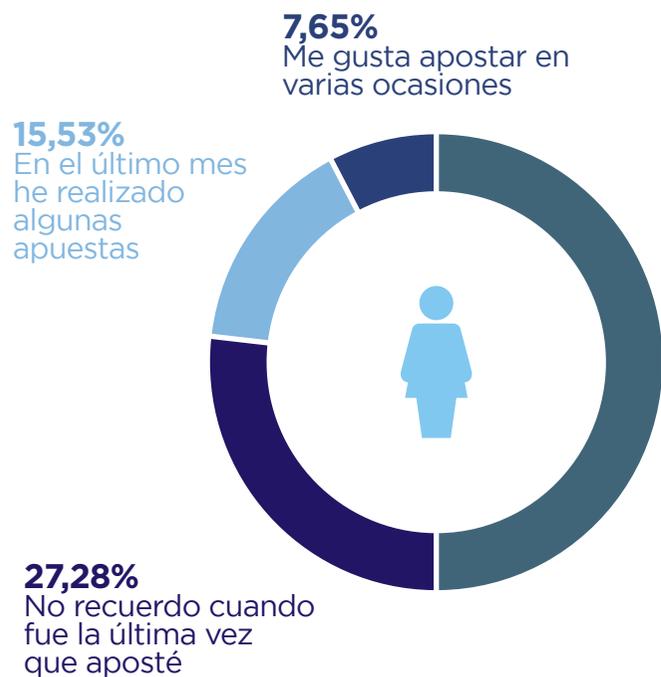


ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ



# Interés en apostar en juegos de azar.

## Distribuido por género.



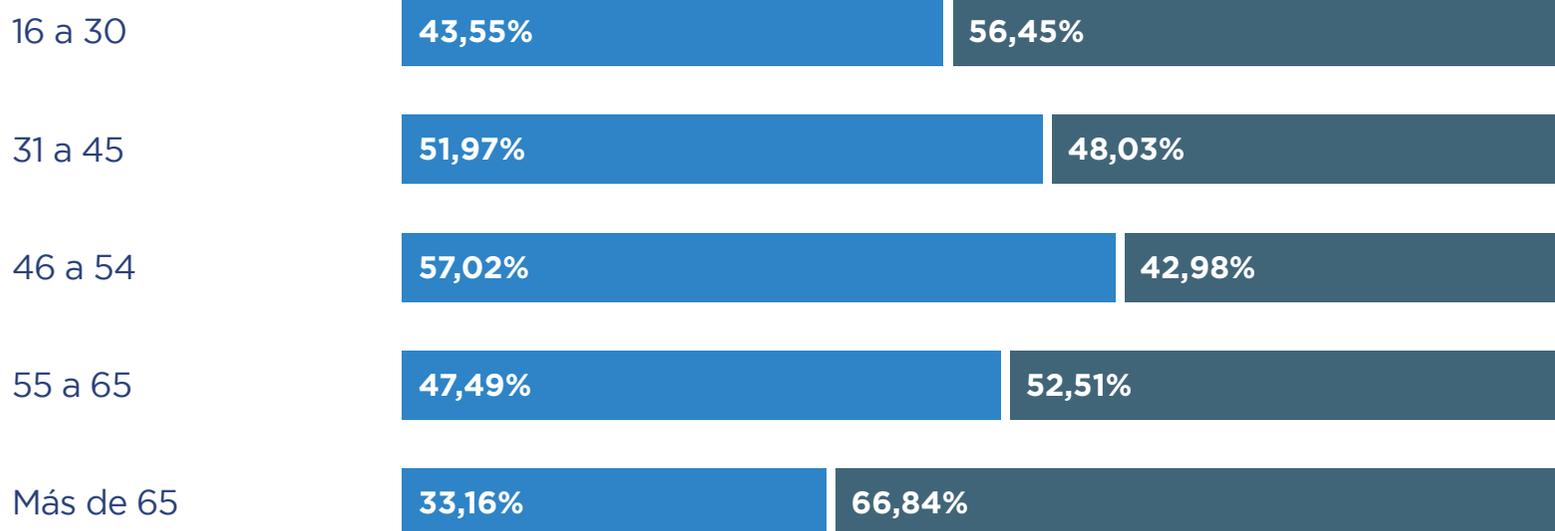
Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?



# Interés en apostar en juegos de azar.

Dice no haber jugado

Le interesa el juego



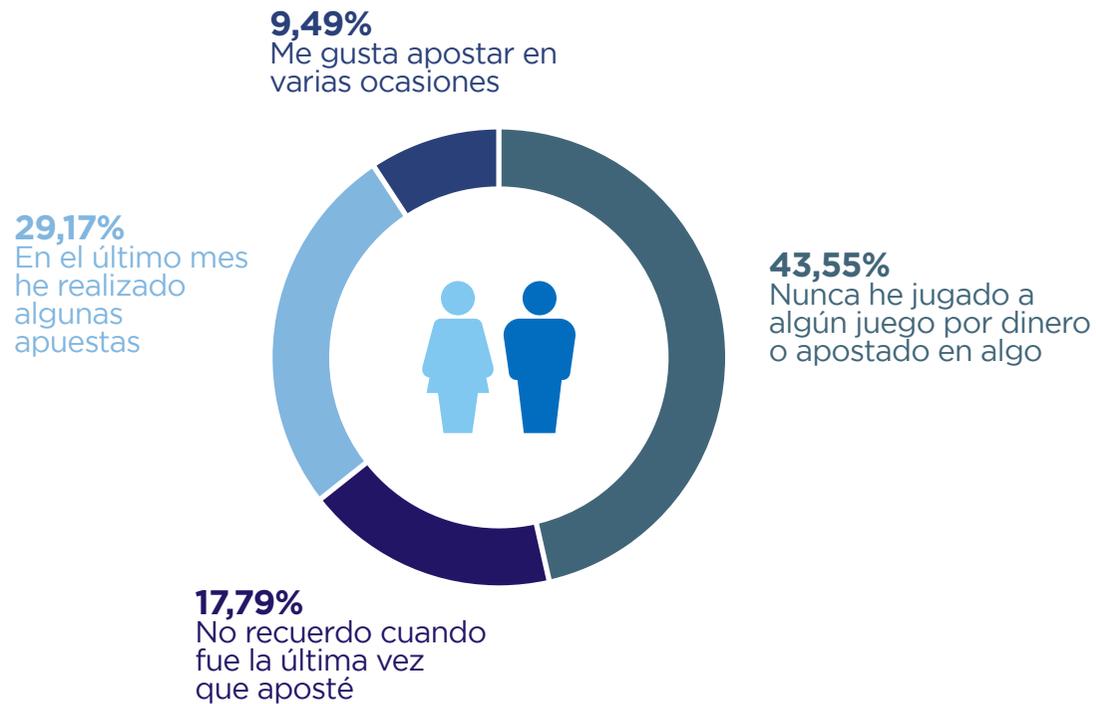
Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?



DEMOKRATIA

# Interés en apostar en juegos de azar.

Distribuido por edad. De 16 a 30.

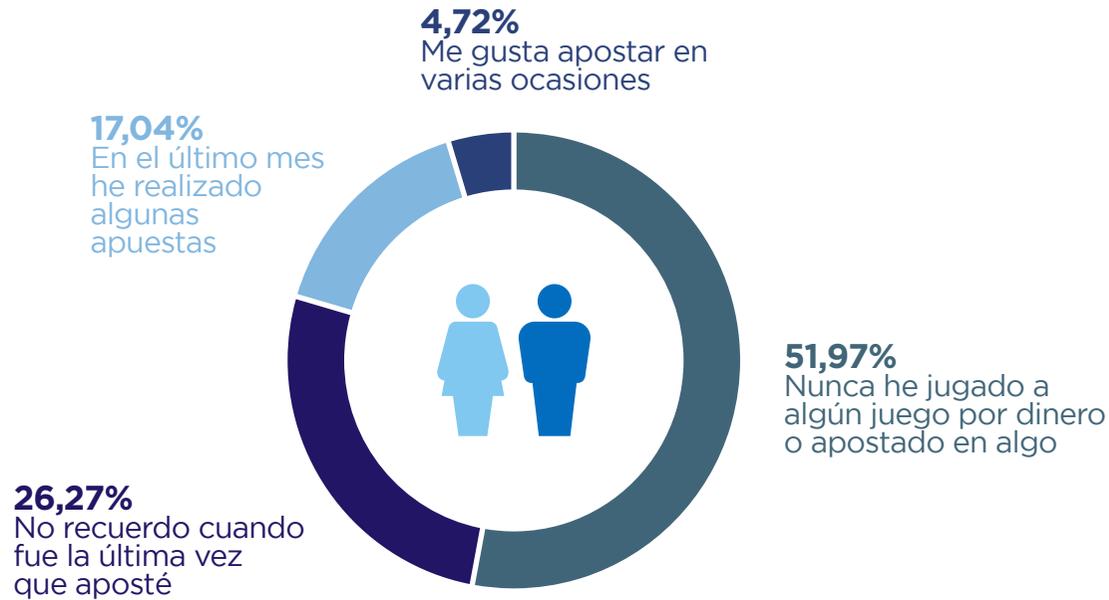


Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?



# Interés en apostar en juegos de azar.

Distribuido por edad. De 31 a 44.



Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?

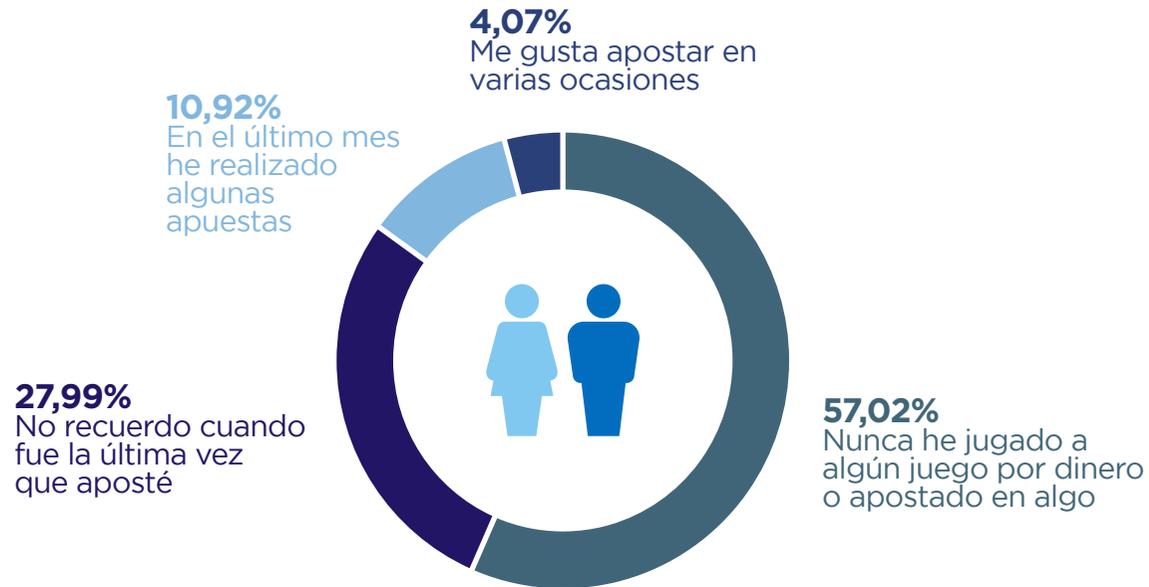


ΔΕΜΟΚΡΑΤΙΑ



# Interés en apostar en juegos de azar.

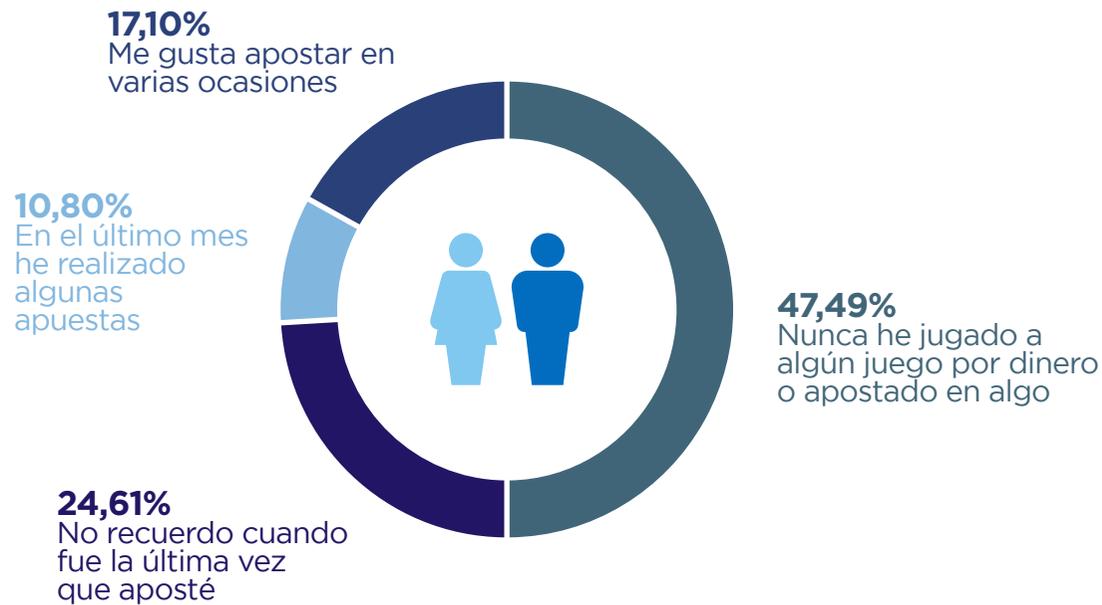
Distribuido por edad. De 45 a 54.



Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?



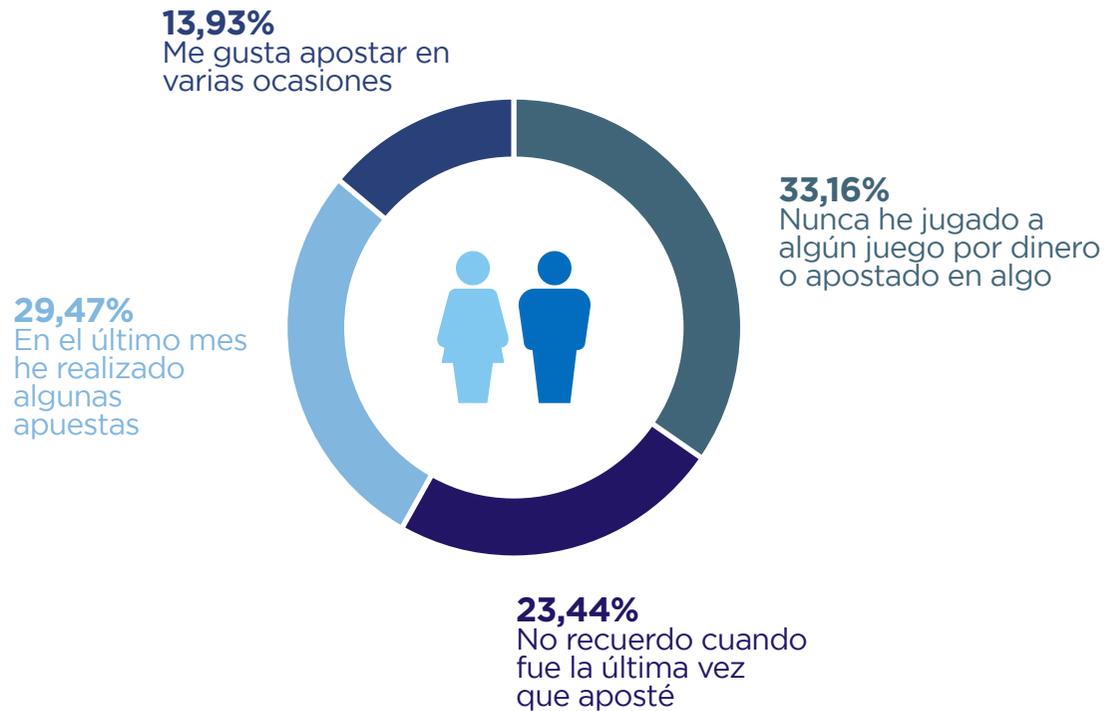
# Interés en apostar en juegos de azar. Distribuido por edad. De 55 a 65.



Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?



# Interés en apostar en juegos de azar. Distribuido por edad. Más de 65.



Si tuviera que definir su relación con los juegos de azar, ¿cuánto le interesa el juego?





# FICHA TÉCNICA RELEVAMIENTO



- ✓ **Ámbito:** Norte de la Provincia de Mendoza.  
Departamentos:
- Ciudad de Mendoza
  - Godoy Cruz
  - Guaymallén.
  - Las Heras.
  - Luján de Cuyo.
  - Maipú.

- ✓ **Universo:** Total de la población de más de 16 años.

- ✓ **Muestra:** Estratificado, coincidental y proporcional al peso poblacional.

- ✓ **Procedimiento:** Se realizaron 713 entrevistas presenciales en 104 sectores territoriales acorde a las características poblacionales definidas por el censo y los datos demográficos que otorga la DEIE.

- ✓ **Tiempo:** Relevamiento realizado entre el 9 y el 13 de Septiembre de 2024.

- ✓ **Confianza:** 95% con +/- 3,25%.

