

Segundo informe sobre
la percepción social
respecto al juego
de azar en España

IPOLGOB

Instituto de Política y Gobernanza

Universidad Carlos III de Madrid

Mayo de 2011

**SEGUNDO INFORME
SOBRE LA PERCEPCIÓN
SOCIAL RESPECTO AL
JUEGO DE AZAR EN
ESPAÑA**

IPOLGOB

Instituto de Política y Gobernanza

Con el patrocinio de:
FUNDACIÓN CODERE

ISBN: 978-84-89315-61-7
Depósito Legal: M-28809-2011

AUTORES:
F.J. Ruiz Martínez (Coordinador)
J.I. Cases Méndez
J.A. Gómez Yáñez
C. Lalanda
J.R. Romero
A. Cases Comyn

© Copyright 2011.
Queda totalmente prohibida la reproducción total
o parcial de la obra, sin la expresa autorización de los autores.

ÍNDICE

Presentación	7
---------------------------	----------

Parte I: La sociología del juego de azar en España	9
---	----------

1. La práctica del juego. Datos generales.....	11
2. Perfil sociológico de los jugadores: ¿quiénes juegan?	17
3. ¿Quiénes juegan a cada juego?	20
4. Los juegos y las nuevas tecnologías: Internet y SMS	33
5. La imagen de los juegos de azar. ¿Qué es el juego?.....	34
5.1. El azar.....	34
5.2. La imagen del juego en la sociedad	35
6. ¿Cómo se juega?	40
6.1. El tiempo destinado al juego.....	40
6.2. ¿Qué es el juego para los jugadores?	41
7. El gasto en juego.....	46
7.1. Las cantidades jugadas	46
7.2. Topes a las cantidades jugadas	56
7.3. El impacto de la crisis sobre las cantidades jugadas: gasto bajo control	57

Parte II: El juego *on line* 59

1. Perfil sociológico de los jugadores por Internet	61
2. La práctica del juego por Internet en España	63
3. Sociología de los juegos por Internet.....	66
4. ¿Cómo se juega por Internet?	68
4.1. Desde donde se juega	68
4.2. Frecuencia de juego	68
4.3. Duración de la sesión por Internet.....	71
5. El dinero jugado. Estimación del volumen de mercado del juego por Internet	73
6. Conocimiento de la organización del juego por Internet ...	78
6.1. Aspectos generales.....	78
6.2. Criterios de elección de un operador de juego <i>on line</i>	79

Conclusiones 80

7. Conclusiones.....	83
----------------------	----

Anexos 87

A.1. Metodología	89
A.2. Cuestionario a la población general	91
A.3. Cuestionario <i>on line</i>	95

PRESENTACIÓN

La gran difusión alcanzada por el estudio encargado y presentado por el Instituto de Política y Gobernanza (IPOLGOB) sobre el juego presencial y el juego *on line* en España en 2009 aconsejó repetir la publicación del correspondiente a 2010, ya que no sólo se permite así establecer comparaciones entre los dos años, sino que se ponen las bases de lo que puede ser una utilísima serie de datos sobre la evolución de estos dos canales de juego en un momento de cambio sustancial de los mismos.

La aprobación por las Cortes generales de la Ley de Regulación del Juego (BOE de 28 de mayo de 2011) promulgada, entre otras finalidades importantes, para permitir la privatización parcial de las Loterías del Estado y regular de modo general y directo el juego *on line* practicado en España, significa que, aunque con mucho retraso, el Estado decidió (a pesar de las dificultades jurídicas existentes en razón de la competencia exclusiva atribuida en materia de juego de azar a las comunidades autónomas) regular un fenómeno, el juego *on line*, libre hasta el momento de cualquier limitación administrativa, lo que ha producido enormes perjuicios tanto a las empresas de juego presencial autorizadas en España como importantes mermas en los ingresos de la Hacienda Pública que los ha venido desperdiciando, incomprensiblemente, en momentos de tanta necesidad¹.

Como he señalado en otro lugar más extensamente, la regulación del juego de azar en España, a pesar de la proliferación interminable de normas, no ha respondido a uno de los principales retos: la implantación y posterior desarrollo del juego *on line* y la ausencia de regulación hasta este momento ha sido un ejemplo palpable sobre el significado del "no hacer" en una política pública².

1. Para un mayor desarrollo del tema vf. IPOLGOB, *La Gestión de los Juegos Públicos. Especial referencia al proceso de reorganización de los juegos en el Estado Español*, Madrid: IPOLGOB/ Universidad Carlos III de Madrid, 2010.

2. Dye T.R., *Understanding Public Policy*, 1992. New Jersey: Prentice Hall. También en Cases, J.I. "La importancia social y política de la industria del juego en España" en J.I. Cases y G. Gusano *La Industria del Juego*, Pamplona, Aranzadi, 2009, pags. 15-26.

El equipo profesional que ha trabajado en esta publicación está compuesto por los doctores J.A. Gómez Yáñez y Fco. Javier Ruiz Martínez, además de quien suscribe, miembros del Instituto de Política y Gobernanza, así como por los letrados José Ramón Romero, Carlos Lalanda y Ana Cases Comyn vinculados al mismo a través del convenio que el Centro de Estudios de Políticas y Legislación sobre el Juego (CELEJ) firmó con IPOLGOB. Gracias a todos ellos ha podido depurarse el cúmulo de datos de los que se disponía así como acomodarse en su presentación para una mejor comprensión por parte de quienes no sean verdaderos "iniciados" en estas cuestiones.

A su vez, el Instituto de Política y Gobernanza disfruta de la posibilidad de mantener una línea de investigación sobre ocio y entretenimiento gracias a la generosa aportación que la Fundación Codere realiza anualmente a la Universidad Carlos III de Madrid. Muy gustosamente hago aquí reconocimiento expreso de esta relación existente entre el mundo empresarial y el académico que ha facilitado en sus tres años de vigencia la emisión de varios informes, realizaciones de seminarios y la impresión, con ésta, de cuatro publicaciones.

José Ignacio Cases

PARTE I

La sociología del juego de azar en España

1. La práctica del juego en España. Datos generales

Como se concluía en la primera edición del estudio sociológico sobre el juego en España³, jugar en España es universal. Casi todos los españoles entre 15 y 75 años han jugado alguna vez a algún juego de azar arriesgando dinero. Sobre este telón de fondo uno de los aspectos centrales que va a mostrar este informe es que la crisis está alterando algunos de los patrones de comportamiento de los españoles ante los juegos:

- Ha crecido la cantidad de jugadores a juegos "impulsivos" y fáciles (pasivos): lotería nacional, euromillón, cupones de la ONCE y quinielas.

- Pese a esto, algunos jugadores han dejado de jugar.

- Los jugadores arriesgan menos dinero. El control sobre los gastos en el juego se ha incrementado, sucede lo mismo que en todos los capítulos del presupuesto doméstico, especialmente los relacionados con el ocio⁴.

En suma, los que jugaban habitualmente el año pasado juegan menos y algunos han dejado de hacerlo, y se han incorporado algunos jugadores a los juegos más tradicionales y baratos para ver si consiguen un ayudita gracias a la suerte. Además, Internet como vía de acceso a juegos también crece, tanto en jugadores como en cantidades invertidas.

3. Ruiz Martínez. F.J, *Una aproximación a la percepción sobre el comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España*, Madrid: IPOLGOB/Universidad Carlos III, 2010.

4. Véase la serie de informes mensuales: Perspectivas del Consumo, Millward Brown, www.millwardbrown.es. También los informes mensuales de la "Encuesta de consumo en los hogares de la Comunidad de Madrid", de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid (www.cocim.es), ambos bajo la dirección técnica de José Antonio Gómez Yáñez.

Uno de los cambios más relevantes es el descenso en la cantidad de dinero que arriesga cada jugador: un 27,2% de los entrevistados, representativos de la población española entre 15 y 75 años, afirma jugar menos que hace un año (véase punto 8.3.) Quienes más han reducido sus gastos son las personas de generaciones intermedias activas (de 25 a 44 años) (31,2%), los sectores de clase media-media (30.7%) y media baja (27.7%), y los jugadores menos frecuentes: esporádicos (36.4%), infrecuentes (30.4%) y los "no jugadores", que aunque afirmen no jugar nunca en realidad sí juegan algo, siquiera sea en reuniones familiares u ocasiones sociales (sorteo de Navidad) (40.0%). Pero un dato especialmente revelador es que un 26,1% de los jugadores habituales (los que juegan todos los días o varias veces a la semana) también declara haber reducido sus gastos en juego durante este año, y el número de jugadores habituales también ha disminuido. Como se verá, este dato gravitará sobre todo el informe. Como se deduce de los datos anteriores, los sectores que más están reduciendo las cantidades que juegan son los activos de estatus medio-medio o medio bajo, o sea, los que se sienten más vulnerables ante la crisis y los que han sufrido su impacto en términos de desempleo, reducción de ingresos o tienen, como poco, una sensación de inseguridad en el empleo.

Que los jugadores hayan reducido su gasto personal en juego no es extraño, porque está sucediendo en todos los capítulos de gasto doméstico: una de las características más relevantes de la crisis es que está imponiendo una severa disciplina a los gastos. En todos los bienes, el impulso ha sido sustituido por el control, y la percepción de control sobre los gastos en el juego también ha crecido. Entre el deseo de adquirir algo y alargar la mano para obtenerlo se ha interpuesto un proceso racional que lleva a hacer un instantáneo balance coste-beneficio. De este modo, el precio ha pasado a ser una variable fundamental en las decisiones de consumo, lo que, por ejemplo, está favoreciendo a las marcas de la distribución en detrimento de las marcas de fabricantes en gran cantidad de sectores. El juego no es una excepción a este proceso global impuesto por la crisis. Pero tiene una vertiente especial, una chispa si se quiere ver así, que también opera de forma casi racional. De un lado, el gasto sobre el juego se controla, como en todos los demás aspectos vitales pero, por otro lado, el juego *ofrece una oportunidad de conseguir un premio, es decir, de encontrar un cierto respiro económico, a bajo precio, y sujeto al albur de la suerte, no requiere dedicación ni mayor esfuerzo, incluso gratifica*

instantáneamente con instantes de ilusión. Ambas dinámicas se encuentran: se controlan los gastos y al tiempo se tiente la suerte. En suma, los que ya jugaban el año pasado controlan sus gastos pero algunos que no lo hacían tientan la suerte.

Un dato llamativo es que una parte de la población se ha distanciado del juego. Esto se refleja en el porcentaje que declara no haber jugado nunca ningún juego de azar "arriesgando dinero" pasa del 7,6% al 13,0% entre 2009 y 2010. Este "olvido", que puede ser técnico, ya que se incluyó en el cuestionario la idea de "arriesgando dinero" que no aparecía en el cuestionario del año anterior, se traduce en una disminución de aproximadamente un 6% en el recuerdo de haber jugado los juegos más convencionales (tabla 1): lotería, lotería primitiva-euromillón, cupones de la ONCE o quinielas. Se trata de un dato aparentemente contradictorio con el incremento del número de personas que declara jugar "habitualmente", pero lo más probable, al margen del detalle técnico mencionado, es que se trate un segmento de personas que han dejado de jugar lo que les lleva a "distanciar" su respuesta. En las encuestas, las frustraciones tratan de distanciarse, como en cualquier conversación normal entre desconocidos.

A la vez, se ha producido un aumento del número de personas que declara jugar habitualmente algún juego, del 49.4% al 58.4%. Este incremento se localiza en los juegos pasivos e impulsivos, en los que puede tentar a la suerte de forma fácil y por muy poco dinero: lotería, loterías primitivas y euromillón, cupones de ONCE y, en menor medida, quinielas (tabla 1).

Como muestra el gráfico 1, cuando se pregunta por la frecuencia con la que se juega a juegos de azar se produce un deslizamiento hacia una menor intensidad en comparación con el año pasado: de los "habituales" a los "semanales", de estos a los "esporádicos" (pasan del 14.1% al 16.4%), y de los "infrecuentes" (del 35.5% al 30.6%) a los "no jugadores" (del 15.6% al 19,3%). En este último dato vuelve a sugerir que un segmento de la población ha dejado de jugar incluso de forma esporádica.

De una forma u otra, los datos recogidos vienen a converger en que, aunque haya más personas que juegan, lo hacen con menos frecuencia y en menor cuantía. Los estragos de la crisis se manifiestan de las dos maneras.

Por otro lado, se detecta un incremento de la práctica de juegos *on line* y por teléfono o SMS. Han pasado del 4,8% al 6,6% quienes declaran haber jugado por Internet a alguno de los juegos contemplados en la tabla 1. Por teléfono o SMS la práctica de estos juegos ha pasado del 4.1% al 5.6%. En el caso de estos últimos es relevante señalar que los concursos de preguntas y respuestas amenizados por animadores o animadoras han reducido un tanto su incidencia (de 2,6% a 2,1%), abriéndose en cambio como vía de acceso a otros juegos más tradicionales (tabla 1).

Los juegos más extendidos son los tradicionales pasivos, gestionados por organismos públicos: lotería, loterías primitivas y euromillón, juegos de la ONCE y, en menor medida, las quinielas. Los tres primeros han experimentado un fuerte incremento en el número de personas que dicen jugarlos habitualmente –en realidad, que los juegan de vez en cuando–, y son jugados alguna vez por más de la mitad de la población. Los demás juegos tienen públicos y niveles de práctica mucho más reducidos, apenas alterados en el espacio de un año entre las dos olas del estudio (tabla 1). Los perfiles de los practicantes de cada juego son muy diferentes como se mostraba el año pasado. La estructura sociológica de estos juegos, pese a las alteraciones inducidas por la crisis, se mantiene inalterable.

Tabla 1 A
DATOS GENERALES SOBRE LA PRÁCTICA
DEL JUEGO EN ESPAÑA

FRECUENCIA DE JUEGO

Base: Total población de 18 a 70 años. (%)

	Ha jugado alguna vez (*)		Juega habitualmente	
	2.009	2.010	2.009	2.010
Lotería Nacional	83,0	75,6	16,1	32,4
Euromillón, loterías primitivas	61,3	55,1	28,5	33,2
Cupones de la ONCE y otros juegos de la ONCE	60,8	54,6	10,2	18,3
Quinielas	46,0	34,8	8,4	10,2
Bingo	26,5	19,4	0,3	1,6
Maquinas de juegos de bares o salones	15,6	9,4	0,2	0,3
Juegos de casino o ir a un casino	11,2	7,5	0,5	0,5
Otras loterías	11,0	12,2	2,4	2,8
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una chica	7,5	4,8	0,2	0,3
Juegos on line, por Internet: póker, loterías, etc. "arriesgando dinero" (**)	7,1	6,4	1,3	1,3
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc.	5,7	4,8	0,1	0,7
Póker rooms o torneos de póker	3,5	5,9	0,7	1,4
No juega ninguno	7,6	13,0	50,6	41,6
Declara jugar algún juego habitualmente			49,4	58,4
(n)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

(*) En el cuestionario de 2009 esta pregunta se hacía de forma genérica. En 2010 se incluyó específicamente la aclaración "arriesgando dinero", lo que puede explicar en parte el leve descenso de jugadores.

(**) En el cuestionario de 2010 se insistió sobre la idea de "arriesgando dinero" en este epígrafe.

Tabla 1 B
DATOS GENERALES SOBRE LA PRÁCTICA
DEL JUEGO EN ESPAÑA

FRECUENCIA DE JUEGO A TRAVÉS DE INTERNET Y SMS

Base: Total población de 18 a 70 años. (%)

	Ha jugado por Internet		Ha jugado por teléfono o SMS	
	2.009	2.010	2.009	2.010
Lotería Nacional	0,2	1.5	0,4	2.0
Euromillón, loterías primitivas	0,4	0.8	0,1	0.3
Cupones y otros juegos de la ONCE	0,1	0.3		0.1
Quinielas	0,2	0.4		0.1
Bingo	0,1	0.2		0.1
Máquinas de juegos de bares o salones	0,1	0.1		0.1
Juegos de casino o ir a un casino	0,1	0.1		
Otras loterías	0,2	0.3	0,2	0.1
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una chica	0,2	0.5	3,6	2.5
Juegos on line, por Internet: póker, loterías, etc. "arriesgando dinero" (**)	2,6	2.1		0.4
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc.	0,3	0.1		0.1
Póker rooms o torneos de póker	0,7	1.0		
No juega ninguno	95,2	93.4	95,9	94.4
Ha jugado alguno de estos juegos por Internet	4.8	6.6	4,1	5,6
(n)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

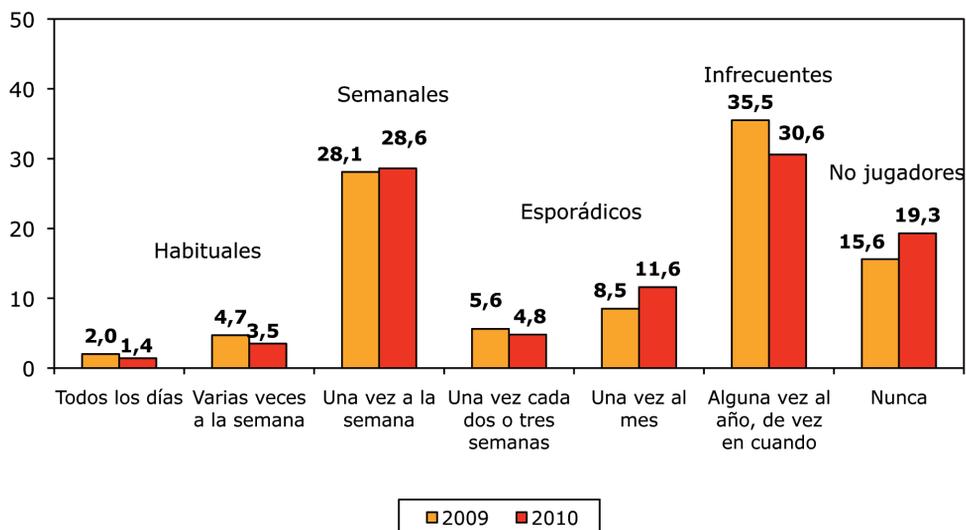
(*) En el cuestionario de 2009 esta pregunta se hacía de forma genérica.

En 2010 se incluyó específicamente la aclaración "arriesgando dinero", lo que puede explicar en parte el leve descenso de jugadores.

(**) En el cuestionario de 2010 se insistió sobre la idea de "arriesgando dinero" en este epígrafe.

Gráfico 1

Frecuencia de práctica de juegos de azar en España (%)



2. Perfil sociológico de los jugadores

Como es natural dados los altos niveles de práctica, el perfil de los jugadores se confunde con el de la población. No obstante hay ciertos rasgos que definen el universo de los jugadores con algunos rasgos específicos (tabla 2).

Juegan más los hombres que las mujeres, aunque la relación de ambos sexos respecto al juego se ha equilibrado en relación con el año pasado. Hace un año el 41,5% de los hombres afirmaba jugar al menos una vez a la semana, ahora sólo lo declara un 36,9%. Mientras, entre las mujeres el 28,2% decía jugar más de una vez a la semana, ahora lo hace un 30,2%. Si hace un año el 59,8% de las mujeres declaraba no jugar o hacerlo una vez al año o sólo de

vez en cuando, ahora lo declara un 54.7%. Entre los hombres esta proporción ha pasado del 42.3% al 45,3%. En suma, la relación de los sexos ante el juego se ha equilibrado, aunque siguen jugando más los hombres.

Juegan más las generaciones intermedias, de 35 a 55 años que los jóvenes menores de 25 años o los mayores de 55. En la franja entre 45 y 55 se ha producido un descenso de los jugadores habituales. La mayor parte de los jóvenes de 18 a 25 años no juega nunca o lo hace sólo alguna vez al año (60.9%), lo mismo sucede con las personas mayores de 55 años. Por el contrario, el 41.8% de los comprendidos entre 35 y 44 años juega al menos una vez a la semana, como el 33.0% de los comprendidos entre 45 y 54. Incluso en estas últimas cifras se observa un descenso de los niveles de juego de los sectores más proclives.

La práctica de juego crece en paralelo al estatus socioeconómico, o lo que es lo mismo, con los recursos que se pueden destinar al juego. El 70,0% de las personas de estatus bajo no juega nunca o lo hace esporádicamente. A la inversa, el 29,3% de las personas de estatus alto juega al menos una vez a la semana, aunque hace un año era el 37,8%, así como el 36,0% de quienes pueden ubicarse en el estatus medio alto y el 34,8% en el estatus medio. En definitiva, las restricciones en las cantidades dedicadas al juego han alcanzado a todos los niveles sociales.

En fin, se mantiene la tónica de que el perfil sociológico de los jugadores sea bastante similar al del conjunto de la población con algunos matices. Gravita más sobre los hombres, aunque menos que el año pasado, las generaciones intermedias menores de 45 años y los estatus sociales medios o altos. Como contrapunto al año pasado, se observa una menor intensidad en la práctica del juego, así como una retracción más acusada entre el conjunto de los hombres y las generaciones intermedias altas (de 45 a 55 años) y de estatus alto o medio alto. Visto con cierta perspectiva, cabría afirmar estas oscilaciones en el perfil sociológico de los jugadores pueden explicarse por el impacto de la crisis: la mayor retracción se produce en los sectores que han decidido controlar gastos y en los más amenazados en el empleo: hombres de la generación intermedia madura.

Tabla 2

FRECUENCIA DE JUEGO SEGÚN CARACTERÍSTICAS SOCIOLÓGICAS (2011)

TIPOLOGÍA DE JUGADORES SEGÚN FRECUENCIA DE JUEGO

Porcentaje de jugadores según variables sociológicas (%)

Tipología	Habituales		Semanales	Esporádicos		Infrecuentes	No jugadores	Total (n)
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada dos o tres meses	Una vez al año, de vez en cuando	Nunca	
Total	1.4	3.5	28.6	4.8	11.6	30.8	19.3	(1000)
Hombres	1.6	4.0	31.3	5.6	12.1	26.8	18.5	(496)
Mujeres	1.2	3.0	26.0	4.0	11.1	34.7	20.0	(504)
De 18 a 25 años	0.0	3.8	15.0	5.3	15.0	21.1	39.8	(133)
De 25 a 34 años	1.4	2.8	29.6	6.9	11.6	26.9	20.8	(216)
De 35 a 44 años	2.4	4.3	35.1	2.9	10.6	33.2	11.5	(208)
De 45 a 54 años	0.6	2.9	29.5	5.2	8.7	39.3	13.9	(173)
De 55 a 64 años	2.5	3.7	30.2	3.7	12.3	35.2	25.9	(162)
De 65 a 75 años	0.9	3.7	26.9	4.6	13.0	12.3	25.0	(108)
Estatus alto	0.0	2.0	27.3	8.1	14.1	31.1	17.2	(99)
Estatus medio alto	1.6	3.8	26.9	4.3	10.2	36.0	17.2	(186)
Estatus medio medio	1.4	4.2	30.1	4.4	12.4	28.2	19.3	(429)
Estatus medio bajo	1.7	2.5	29.7	5.1	10.6	30.9	19.5	(236)
Estatus bajo	2.0	4.0	20.0	2.0	10.0	32.0	30.0	(50)

3. ¿Quiénes juegan a cada juego?

Como ya se ha avanzado, el impacto de la crisis ha alterado algunos de los aspectos que parecían estructurales de la sociología del juego en España, lo que ha afectado a algunos juegos más que a otros.

Cada juego tiene su público como se puede comprobar en los conjunto de tablas 3 y 4, en los que se sintetizan las principales variables sociológicas de quienes han jugado alguna vez (tablas 3) o declaran jugar habitualmente (tablas 4) a los distintos juegos de azar incluidos en esta investigación.

A la Lotería Nacional ha jugado alguna vez prácticamente todo el mundo: el 83,0% y el 75.6% recuerdan haberlo hecho en 2009 y 2010, incluyendo entre la cuarta parte y un tercio de quienes no se consideran jugadores. En consecuencia, sus perfiles casi se confunden con los de la población (tabla 3A). Jugar a la lotería habitualmente (tabla 4A) es más restringido, como es natural, pero en 2010 se produjo una explosión de jugadores que tentaron la suerte, sobre todo, esporádicos, infrecuentes o no jugadores. Como resultado, el perfil sociológico de los jugadores a la lotería se ha expandido hacia sectores más jóvenes (menores de 45 años) y de estatus sociales más altos que quienes venían jugando en 2009. Pese a ello, sigue siendo un perfil más bien envejecido, aunque algo rejuvenecido.

Las Loterías Primitivas, Euromillón y similares, han sido jugadas en alguna ocasión por entre un 55,1% y un 61.3%, según datos de 2010 y 2009, respectivamente (tabla 3A). Como la Lotería Nacional, el número de sus jugadores habituales creció en 2010, rejuveneciendo su perfil, que es ahora más bien masculino, de edades intermedias amplias (de 25 a 55 años, especialmente entre los 35 y 44), de estatus alto o medio y con una fuerte carga de jugadores habituales, semanales o esporádicos, es decir, más/menos frecuentes en su afición por la apuesta (tabla 4A). La capacidad de este juego para atraer la atención de los infrecuentes o no jugadores es limitada.

Los cupones de la ONCE con un nivel de juego esporádico similar a las loterías primitivas tienen un nivel de práctica habitual sensiblemente menor: 10,2% en 2009 y del 18,3% en 2.010 (tabla 4A). La compra de los cupones crece en paralelo a la edad y su bloque de compradores habituales se sitúa entre los mayores de 35 años. Al contrario de los anteriores, se juega crecientemente según desciende el estatus socioeconómico, pese a que en 2.010 ha crecido el juego de los cupones con regularidad en todos los sectores sociales.

El perfil de los habituales de las quinielas es muy marcado, coincidente con los aficionados al fútbol: esencialmente masculino, joven menor de 35 años y de estatus medio hacia arriba en la escala social, como corresponde al perfil de las edades activas. De los grandes juegos es el que menos ha crecido desde 2009, lo que es un indicador del carácter tentativo e impulsivo de la compra de Lotería Nacional, primitivas y cupones de la ONCE. Al contrario, las quinielas requieren un esfuerzo de reflexión, un cierto conocimiento acumulado, e implican un nivel de dificultad y lógica que escapa al comportamiento impulsivo. En cuanto hay que pensar algo, aunque sea el pronóstico de una serie de partidos de fútbol, el esfuerzo no parece merecer la pena y rompe en encantamiento de tentar la suerte.

Las quinielas tienen una doble dimensión, por un lado son un juego especializado, que gravita sobre los aficionados al fútbol, pero por otro son un juego popular, con una perfil de jugadores esporádico casi tan indiferenciado como los juegos anteriores.

Lotería, lotería primitiva, cupones y quinielas son los grandes juegos populares que en un momento u otro se juegan casi por cualquier residente en España, con los que se tiene una gran familiaridad y forman parte del paisaje. Los siguientes son, por así denominarlos, especializados, su práctica depende de características muy marcadas por parte de sus practicantes, casi de su idiosincrasia. Este carácter especializado no impide que, en casi todos, los niveles de recuerdo de práctica hayan disminuido durante 2010, aunque sus practicantes habituales se han mantenido. Otra vez el impacto de la crisis deja huellas.

Los datos del bingo implican cierta corrección y precisión sobre los ofrecidos el año pasado (tablas 3B y 4B). El recuerdo de su práctica en alguna ocasión, ha disminuido desde el 26.5% al 19.4%, pero

la declaración de jugarlo habitualmente ha aumentado del 0.3% al 1.6%. Tendemos a pensar que, dadas las reducidas dimensiones de la muestra de jugadores de bingo obtenida, los datos del año pasado adolecieron de un sesgo hacia la infrarrepresentación y cierta imprecisión. El perfil de su jugadores es algo más femenino que masculino, bastante intergeneracional, pero con un perfil algo envejecido prolongándose largamente hasta más allá de los 50, de estatus sociales medio-medio hacia abajo. Y practicado por una mezcla de jugadores habituales y de esporádicos que flotan por la salas sin regularidad o de vez en cuando.

Las máquinas de bares atraen a los hombres fundamentalmente, jóvenes o de edades intermedias, de estatus medio y jugadores habituales o semanales, aunque en los datos de 2010 este perfil parece haberse diluido un tanto, a la vez que ha disminuido sensiblemente la cantidad de personas que dicen haberlo jugado alguna vez. Las máquinas apenas son frecuentadas por jugadores que tengan un hábito de juego menos frecuente. La fácil disponibilidad de la máquina incentiva a estos jugadores, mientras que deja indiferentes a otros.

Los datos de 2009 y 2010 muestran que los clientes de los casinos vienen a ser parejas con el añadido de algunos hombres solos, con edades polarizadas: jóvenes (menores de 35 años) o mayores (mayores de 55); de estatus medio-medio o medio alto y con fuerte presencia de jugadores habituales o semanales. También hay numerosos jugadores infrecuentes, atraídos por el glamour que desprende el ambiente del casino.

Otras loterías tienen un nivel de práctica esporádica entre el 11% y el 12,2%, y una práctica habitual levemente al alza, desde el 2,4% al 2.8%. Con alguna salvedad, reproduce los perfiles de la Lotería Nacional a menor escala: la juegan indistintamente hombres y mujeres, de edades elevadas, por encima de los 35 años, aunque de estatus sociales medio-medio hacia arriba y la juegan sobre todo jugadores habituales.

Los concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una animadora, son jugados de forma habitual por sólo el 0,3% de los residentes en España, pero alguna vez por un 7,5% en 2009, aunque este recuerdo descendió al 4.8% en 2.010. Sus jugadores suelen ser mujeres jóvenes, menores

de 35 años, de estatus sociales medios o bajos. Estos juegos utilizan casi como único canal de comunicación y participación el SMS.

El 6,4% afirma haber jugado alguna vez juegos por azar por Internet, disminuyendo un poco del 7,1% que se registró en 2.009, aunque la causa de este descenso estriba en que se incluye la idea de "arriesgando dinero" en el texto de la pregunta. Quienes juegan por Internet tienen un fuerte sesgo masculino, que se difumina algo entre los jugadores esporádicos. En todo caso, son jóvenes, menores de 35 años, con muy tenue presencia de mayores de 45 años. Por encima de esa edad el volumen de jugadores por Internet es muy escaso. Por estatus sociales se sitúan en niveles altos y medios, y se pueden considerar jugadores habituales. En definitiva, el perfil sociológico de los jugadores por Internet es muy homogéneo y se corresponde más con los internautas en general que con los jugadores. Puede decirse que es un colectivo con características claramente delimitadas.

Las apuestas a carreras de caballos o similares son una actividad en la que se amalgaman habituales y semanales con esporádicos; pero a la que apenas acceden los infrecuentes y, mucho menos, los no jugadores. Estas apuestas son mayoritariamente masculinas, de edades intermedias o mayores, es decir, de 25 a 35 años o mayores de 55 años; de estatus medio alto y alto. Tienen un perfil similar a las quinielas, al tener un perfil de juego de "azar restringido", requiere un nivel de conocimientos sobre la actividad para apostar solventemente y también un cierto componente deportivo.

Se ha registrado un incremento de la práctica del póker y similares. La información disponible no permite desglosar si se juega en el hogar o bien en casinos u otros establecimientos. Pero podría parecer lógico que se estuviera registrando un incremento de la práctica en el hogar, tanto *on line* como en reuniones de amigos, en el contexto de la privatización del ocio que ha impulsado la crisis: de manera genérica, las actividades en casa han crecido, favoreciendo también la compra de productos *premium* para su consumo en el hogar (bebidas, alimentos, videoconsolas, etc.); el hogar privado ha sustituido en parte al restaurante como espacio de reunión para cenar con anfitriones o situaciones similares. En este contexto, el incremento de la práctica de juegos como el póker adquiere lógica. El perfil de su práctica es fuertemente masculino, menor de 35 años y de estatus alto o medio alto, ensamblándose jugadores habituales y esporádicos, con jugadores sociales plausiblemente.

Vistas las cosas a la inversa, ¿cómo son quiénes no juegan? El perfil de los "no jugadores", ya sea esporádicos o los que no juegan habitualmente a ninguno de estos juegos, es el reverso negativo del perfil de los jugadores desarrollado antes. Los no jugadores son:

- Esencialmente mujeres, aunque en 2.010 este dato se ha equilibrado considerablemente.

- Jóvenes menores de 25 años, pero a partir de esa edad se ha difuminado bastante el perfil de los "no jugadores", acorde con el incremento de jugadores infrecuentes que se ha producido.

- Se ha homogeneizado también por estatus social, si bien entre las personas de estatus bajo sigue habiendo una barrera económica que limita su acceso al juego.

- Por último, cabe afirmar, como se verá más adelante, que en la actitud de un segmento de no jugadores anida una opinión negativa sobre el juego, que en algunas ocasiones roza la hostilidad.

Tabla 3 A

PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES HAN JUGADO ALGUNA VEZ A CADA JUEGO

Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% de jugadores en cada segmento)

	Lotería Nacional		Euromillón/Primitiva		Cupones y juegos ONCE		Quinielas	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	83,0	75,6	61,3	55,1	60,8	54,6	46,0	34,8
Hombres	83,5	74,2	65,9	58,3	59,3	51,6	58,7	43,8
Mujeres	82,5	77,0	56,7	52,0	62,3	57,5	33,5	26,0
De 18 a 25 años	49,3	50,4	44,1	42,1	32,4	34,6	43,4	37,6
De 25 a 34 años	85,4	74,1	67,1	63,4	59,8	52,8	51,1	41,7
De 35 a 44 años	90,3	80,8	72,3	61,5	67,0	62,0	50,5	37,5
De 45 a 54 años	93,6	82,1	67,4	58,4	70,9	59,5	47,1	28,3
De 55 a 64 años	90,2	84,6	51,5	50,0	65,9	59,3	39,4	29,6
De 65 a 75 años	81,5	75,9	54,1	44,4	63,7	53,7	38,5	30,6
Estatus alto	92,7	69,7	74,4	53,5	62,2	50,5	48,8	42,4
Estatus medio alto	83,1	78,0	60,1	59,7	64,0	57,0	52,2	37,1
Estatus medio medio	84,6	75,8	64,5	58,3	62,5	53,4	47,1	36,8
Estatus medio bajo	77,3	76,7	54,2	49,6	54,6	27,1	42,3	27,1
Estatus bajo	81,3	72,0	46,9	40,0	65,6	30,0	18,8	30,0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)								
Habituales	94,0	85,7	85,1	77,6	76,1	79,6	71,6	51,0
Semanales	94,3	87,8	85,4	84,3	69,4	68,9	55,5	43,4
Esporádicos	89,4	88,4	78,0	73,8	74,5	66,5	58,2	51,8
Infrecuentes	90,4	88,0	50,4	40,9	62,0	57,1	43,1	30,8
No jugadores	35,3	24,4	17,3	13,0	23,7	13,0	13,5	9,8

Tabla 3 B

**PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES HAN
JUGADO ALGUNA VEZ A CADA JUEGO**

Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% de jugadores en cada segmento)

	Bingo		Máquinas bares		Casinos	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	26,5	19.4	15,6	9.4	11,2	7.5
Hombres	25,6	18.8	23,4	15.1	11,5	7.9
Mujeres	27,4	20.0	7,9	3.8	10,9	7.1
De 18 a 25 años	25,7	26.3	18,4	14.3	12,5	12.8
De 25 a 34 años	31,1	19.4	17,8	13.9	14,6	7.4
De 35 a 44 años	25,7	17.8	19,4	4.8	9,7	5.3
De 45 a 54 años	27,3	20.8	16,3	10.4	8,1	5.8
De 55 a 64 años	26,5	19.1	6,8	8.6	12,9	9.3
De 65 a 75 años	20,0	12.0	11,1	2.8	8,9	5.6
Estatus alto	25,6	20.2	19,5	8.1	24,4	13.1
Estatus medio alto	36,0	22.6	18,5	13.4	19,1	9.7
Estatus medio medio	25,7	21.2	17,0	10.0	9,6	8.4
Estatus medio bajo	22,7	16.1	11,2	6.8	5,8	3.4
Estatus bajo	18,8	6.0	6,3	6.0	0,0	0.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	44,8	30.6	25,4	12.2	13,4	10.2
Semanales	32,4	19.9	18,5	14.7	13,9	10.5
Esporádicos	29,1	26.8	21,3	8.5	14,2	9.1
Infrecuentes	21,7	22.7	14,4	8.4	9,6	6.8
No jugadores	16,7	4.1	3,8	3.1	6,4	2.1

Tabla 3 C

**PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES HAN
JUGADO ALGUNA VEZ A CADA JUEGO**

Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% de jugadores en cada segmento)

	Otras loterías		Concurso preg-resp. Televisión		Juegos on line, Internet (*)	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	11,0	12.2	7,5	4.8	7,1	6.4
Hombres	14,1	11.5	7,1	3.2	7,5	8.3
Mujeres	7,9	12.9	7,9	6.3	6,7	4.6
De 18 a 25 años	8,8	11.3	11,0	8.3	25,0	17.3
De 25 a 34 años	14,2	11.6	11,4	7.4	11,9	12.0
De 35 a 44 años	12,6	16.8	8,3	2.9	3,9	4.3
De 45 a 54 años	10,5	9.8	4,7	4.0	1,2	2.3
De 55 a 64 años	12,9	11.7	5,3	3.1	0,8	0.6
De 65 a 75 años	4,4	10.2	2,2	2.8	0,0	0.9
Estatus alto	17,1	15.2	3,7	4.0	6,1	6.1
Estatus medio alto	10,1	12.9	5,1	3.2	9,0	8.1
Estatus medio medio	12,5	11.7	8,7	5.6	8,5	7.5
Estatus medio bajo	7,7	13.1	8,5	5.1	4,6	4.2
Estatus bajo	6,3	4.0	6,3	4.0	0,0	2.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	25,4	26.5	9,0	10.2	10,4	16.3
Semanales	13,9	14.0	11,4	4.5	6,0	7.3
Esporádicos	13,5	17.7	12,8	7.3	13,5	11.0
Infrecuentes	9,0	10.7	3,7	3.9	5,9	4.2
No jugadores	1,9	3.6	3,8	3.1	4,5	2.1

(*) En el cuestionario de 2.010 se añadió la restricción "arriesgando dinero".

Tabla 3 D
PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES
HAN JUGADO ALGUNA VEZ A CADA JUEGO.
PERFIL SOCIOLOGICO DE LOS "NO JUGADORES"

Jugadores de cada juego por segmentos de población
 (% de jugadores en cada segmento)

	Apuestas carreras caballos, galgos		Póker rooms, o torneos de póker		No jugadores	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	5,7	4.8	3,5	5.9	7,6	13.0
Hombres	7,7	6.3	4,6	9.1	5,2	12.1
Mujeres	3,8	3.4	2,4	2.8	9,9	13.9
De 18 a 25 años	2,9	6.8	10,3	18.8	18,4	25.6
De 25 a 34 años	9,1	4.2	4,6	7.4	5,0	14.8
De 35 a 44 años	3,9	5.3	3,4	3.8	4,9	8.7
De 45 a 54 años	3,5	4.6	1,2	3.5	4,7	8.7
De 55 a 64 años	8,3	4.3	0,8	0.6	6,1	7.4
De 65 a 75 años	5,9	3.7	0,7	2.8	10,4	17.6
Estatus alto	6,1	8.1	6,1	8.2	1,2	15.2
Estatus medio alto	12,4	7.5	5,1	7.3	4,5	9.7
Estatus medio medio	5,4	4.9	3,6	4.9	6,7	13.8
Estatus medio bajo	1,5	2.1	1,5	4.2	12,3	12.7
Estatus bajo	6,3	0.0	3,1	1.0	15,6	16.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	11,9	8.2	4,5	8.2	0,0	0.0
Semanales	8,2	7.3	3,9	5.9	0,0	0.0
Esporádicos	4,3	4.9	6,4	12.8	0,0	0.0
Infrecuentes	4,5	4.2	2,5	4.5	0,8	1.3
No jugadores	2,6	1.0	1,9	1.6	46,8	65.3

Tabla 4 A

**PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES DECLARAN JUGAR
HABITUALMENTE A CADA JUEGO**

(% de jugadores en cada segmento)

(% de quienes juegan habitualmente)

	Lotería Nacional		Euromillón/Primitiva		Cupones ONCE		Quinielas	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	16,1	32,4	28,5	33,2	10,2	18,3	8,4	10,2
Hombres	14,3	32,1	33,5	36,5	9,5	17,3	13,5	14,5
Mujeres	17,9	32,7	23,6	30,0	10,9	19,2	3,4	6,0
De 18 a 25 años	1,5	19,5	13,2	20,3	3,7	6,8	16,9	15,0
De 25 a 34 años	14,2	22,7	30,1	38,4	7,8	15,7	10,5	16,2
De 35 a 44 años	11,7	38,9	39,3	39,9	9,7	23,6	8,3	12,5
De 45 a 54 años	25,6	35,3	30,8	31,8	15,1	19,1	5,2	5,2
De 55 a 64 años	24,2	38,9	24,2	33,3	10,6	23,5	3,8	4,3
De 65 a 75 años	20,7	40,7	25,9	27,8	14,8	18,5	5,2	4,6
Estatus alto	22,0	32,3	34,1	30,3	7,3	15,2	8,5	14,1
Estatus medio alto	15,7	31,7	25,3	32,3	9,0	16,7	11,8	9,7
Estatus medio medio	13,4	32,9	30,8	37,1	10,9	19,1	8,5	11,7
Estatus medio bajo	18,1	32,6	25,8	30,1	10,4	19,1	6,5	6,8
Estatus bajo	25,0	30,0	21,9	24,0	12,5	20,0	3,1	8,0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)								
Habituales	26,9	44,9	62,7	53,1	29,9	55,1	14,9	24,5
Semanales	24,2	41,6	63,0	67,8	15,3	28,7	19,6	17,8
Esporádicos	14,2	35,4	39,7	45,7	17,7	23,2	11,3	12,2
Infrecuentes	15,2	36,4	2,8	9,7	3,9	10,1	0,8	5,8
No jugadores	0,6	6,7	0,0	3,6	0,0	2,6	0,0	0,5

Tabla 4 B

PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES DECLARAN JUGAR HABITUALMENTE A CADA JUEGO

(% de jugadores en cada segmento)

(% de quienes juegan habitualmente)

	Bingo		Máquinas bares		Casinos	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	0,3	1.6	0,2	0.3	0,5	0.5
Hombres	0,0	1.4	0,4	0.4	0,8	0.4
Mujeres	0,6	1.8	0,0	0.2	0,2	0.6
De 18 a 25 años	0,7	3.8	0,7	0.8	1,5	0.8
De 25 a 34 años	0,9	1.4	0,0	0.9	0,5	0.9
De 35 a 44 años	0,0	1.0	0,5	0.0	0,0	0.5
De 45 a 54 años	0,0	1.2	0,0	0.0	0,0	0.0
De 55 a 64 años	0,0	1.2	0,0	0.0	0,8	0.6
De 65 a 75 años	0,0	1.9	0,0	0.0	0,7	0.0
Estatus alto	1,2	0.0	0,0	1.0	0,0	2.0
Estatus medio alto	0,6	1.1	0,6	0.0	0,6	0.0
Estatus medio medio	0,2	1.4	0,2	0.2	0,7	0.5
Estatus medio bajo	0,0	3.0	0,0	0.0	0,4	0.4
Estatus bajo	0,0	2.0	0,0	2.0	0,0	0.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	0,0	4.1	1,5	0.0	1,5	0.0
Semanales	0,4	1.7	0,0	0.3	0,7	1.4
Esporádicos	0,0	3.0	0,7	0.6	0,7	0.0
Infrecuentes	0,6	1.3	0,0	0.3	0,3	0.3
No jugadores	0,0	0.0	0,0	0.0	0,0	0.0

Tabla 4 C

**PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES DECLARAN
JUGAR HABITUALMENTE A CADA JUEGO**

(% de jugadores en cada segmento)
(% de quienes dicen jugar habitualmente)

	Otras loterías		Concurso pregunta- respuesta televisión		Juegos por Internet	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	2,4	2.8	0,2	0.3	1,3	1.3
Hombres	2,8	2.8	0,0	0.2	2,2	2.2
Mujeres	2,0	2.8	0,4	0.4	0,4	0.4
De 18 a 25 años	0,0	0.8	1,5	1.5	5,1	5.3
De 25 a 34 años	0,9	1.4	0,0	0.0	1,8	0.5
De 35 a 44 años	4,9	5.3	0,0	0.5	0,0	1.0
De 45 a 54 años	2,9	1.2	0,0	0.0	0,6	1.2
De 55 a 64 años	3,0	4.3	0,0	0.0	0,8	0.6
De 65 a 75 años	2,2	3.7	0,0	0.0	0,0	0.0
Estatus alto	4,9	4.0	0,0	0.0	1,2	2.0
Estatus medio alto	3,4	2.7	0,6	0.0	2,8	1.6
Estatus medio medio	2,5	2.6	0,2	0.5	1,6	0.7
Estatus medio bajo	0,8	3.4	0,0	0.4	0,0	2.1
Estatus bajo	3,1	0.0	0,0	0.0	0,0	0.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	9,0	10.2	0,0	0.0	6,0	8.2
Semanales	5,0	5.9	0,4	0.3	1,4	1.0
Esporádicos	2,1	0.6	0,7	0.6	2,1	2.4
Infrecuentes	0,3	1.0	0,0	0.3	0,6	0.0
No jugadores	0,0	1.0	0,0	0.0	0,0	1.0

Tabla 4 D

PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES DECLARAN JUGAR HABITUALMENTE A CADA JUEGO

(% de jugadores en cada segmento)

(% de quienes dicen jugar habitualmente)

	Apuestas carreras caballos, galgos		Póker rooms, o torneos de póker		No juegan habitualmente	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Total	0,1	0.7	0,7	1.4	50,6	41.6
Hombres	0,2	1.2	1,2	2.2	44,4	39.5
Mujeres	0,0	0.2	0,2	0.6	56,7	43.7
De 18 a 25 años	0,0	2.3	2,2	7.5	62,5	53.4
De 25 a 34 años	0,5	0.5	1,8	1.4	49,3	43.1
De 35 a 44 años	0,0	1.0	0,0	0.5	46,6	36.5
De 45 a 54 años	0,0	0.0	0,0	0.0	46,5	45.1
De 55 a 64 años	0,0	0.6	0,0	0.0	51,5	34.6
De 65 a 75 años	0,0	0.0	0,0	0.0	51,1	38.9
Estatus alto	0,0	1.0	1,2	5.1	42,7	43.4
Estatus medio alto	0,0	1.1	1,1	0.5	48,3	44.6
Estatus medio medio	0,2	0.9	0,9	1.9	51,1	38.2
Estatus medio bajo	0,0	0.0	0,0	0.0	52,7	41.9
Estatus bajo	0,0	0.0	0,0	0.0	59,4	54.0
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)						
Habituales	0,0	2.0	1,5	8.2	3,0	6.1
Semanales	0,0	0.3	1,4	1.0	7,8	8.0
Esporádicos	0,7	1.8	1,4	2.4	30,5	22.6
Infrecuentes	0,0	0.0	0,0	0.0	80,0	56.8
No jugadores	0,0	1.0	0,0	1.0	99,4	92.2

4. Los juegos y las nuevas tecnologías: Internet y SMS

Internet y el SMS avanzaron durante 2010 como canales de distribución de la oferta de juegos (retornando a los datos reflejados en la tabla 1).

Cuando se pregunta por los juegos que se han jugado por Internet, el 6,6% de la población entre 15 y 75 años declara haber jugado a alguno, este porcentaje fue un 4,8% el año anterior⁵. El salto más llamativo se produjo en los juegos generalistas, en los que también se ha incrementado la práctica convencional, como la Lotería Nacional (el 1,5% declaró haber utilizado Internet para jugar) y el euromillón (0.8%), lo que indica que este canal va abriéndose paso poco a poco como vía para apostar a estos juegos. Con todo, Internet sigue vinculado a los juegos que parecen ideados para este medio: juegos on line y partidas de póker, loterías rápidas, etc.

En general, los usuarios de Internet detectados a través de esta pregunta son hombres (8.9%) mucho más que mujeres (5.2%), jóvenes menores de 25 años (9.8%) o entre 25 y 44 años (8,5%), de estatus alto (18,4%), medio alto (7.0%) o medio (12,8%). Es decir, un perfil muy similar al que se detecta cuando se pregunta genéricamente por el juego en Internet. Viene a reflejar un segmento de la población que más navega por Internet. En todo caso, la parte II de este informe se destina a la sociología del juego por Internet.

El SMS es menos utilizado que Internet, aunque crece como canal de distribución de juegos: del 4,1% en 2.009 al 5.6% en 2.010. Sigue siendo el canal preferente de los concursos preguntas y respuestas, pero además se ha abierto a la Lotería Nacional y a otros juegos, aunque todavía con escasa relevancia. Como canal de distribución del juego el SMS tiene un perfil distinto a Internet: equilibrado entre hombres (5.2%) y mujeres (6.0%), preferentemente de edad intermedia, de 35 a 45 años (7.2%).

5. Recuérdese que en esta investigación el porcentaje de personas que juegan por Internet se obtiene de dos maneras: mediante una pregunta genérica y sumando las personas que dicen haber jugado alguna vez a alguno de los juegos a través de Internet.

En el SMS como canal de distribución del juego se está produciendo una bifurcación: los sectores de estatus social más alto lo están utilizando para acceder a concursos convencionales: Lotería Nacional, euromillón, primitivas, etc.; en tanto que los sectores medios lo utilizan para los concursos de preguntas y respuestas.

5. La imagen de los juegos de azar. ¿Qué es el juego?

5.1. El azar.

La imagen de los juegos de azar en la sociedad española es muy homogénea, todos los sectores sociales la comparten, con escasas diferencias, también es muy estable: a lo largo del año que media entre las dos ediciones de este estudio no hay variación.

Hay un acuerdo general en que lo que domina en estos juegos es el azar, acaso matizado mínimamente por un resquicio dejado a la habilidad del jugador, más allá de su inteligencia.

	2.009	2.010
El azar	88.9	82.3
La inteligencia del jugador	7.7	4.6
La habilidad del jugador		9.8
NS/NC	3.4	3.3
(n)	(1.000)	(1.000)

5.2 La imagen del juego en la sociedad.

En la edición del año pasado se intentó precisar algo más la imagen social del juego. Para ello se introdujo en el cuestionario una pregunta en la que se sugería a los entrevistados distintas ideas, que ellos podían elegir con independencia del número que cada entrevistado señalase. De este modo, se concluía que la visión dominante del juego es que se trata de una forma de recaudación de impuestos (43,0% compartía esta idea). El segundo vector dominante era que el juego se trata de una forma de derroche, un vicio, idea que apoyaba un 39,7% de los entrevistados, especialmente entre la mujeres (42,5%) y entre quienes juegan de forma infrecuente (45,9%) o no juegan nunca (56,4%). Es obviamente, una opinión que sostiene un segmento de no jugadores que, además de no jugar habitualmente, mantiene una posición beligerante con el juego, casi hostil.

Otra elemento asociado a la imagen del juego es que se trata de una industria o negocio de algunas empresas (35,6%). Y, como se señalaba, de forma un tanto paradójica, los elementos que más afectan a los jugadores eran los que menos parecían definir la imagen social del juego: un entretenimiento (31,2%) o, de forma más vaga, una vía para hacerse rico (26,2%).

En esta edición se ha tratado de profundizar algo más en la imagen social del juego, incluyendo algunos atributos de imagen más y cambiando la formulación de la pregunta, de modo que se pedía a cada entrevistado que señale si está de acuerdo o en desacuerdo con cada uno de los rasgos sometidos a su consideración. De este modo, pensamos, la imagen social del juego puede quedar mejor definida. Los resultados obtenidos a partir de esta batería de preguntas se recogen en el gráfico 2 y en las tablas 5 y 6.

Es llamativo que los dos rasgos más marcados de la imagen del juego sean económicos y, por así decirlo, globales: su carácter de industria o sector de algunas empresas y que es una actividad de

la que se recaudan impuestos. Sobre ambos está de acuerdo más del 80% de los entrevistados y se extiende homogéneamente entre todos los sectores sociales los sectores sociales.

En un segundo plano quedan dos elementos que parecen operar en sentido inverso en la imagen social del juego. Por un lado, la idea de que es un vicio o un derroche por otro, la de que es una actividad económica que genera empleo.

La idea de que es un vicio o un derroche la mantienen sobre todos los sectores que no juegan, entre cuyos integrantes hay un núcleo que desarrolla un discurso abiertamente hostil al juego (que incide en la idea de ludopatía y mantiene una posición moralmente sancionadora del juego). Entre los que se declaran no jugadores o los jugadores infrecuentes el 70,5% y el 73,1%, respectivamente, comparten este discurso, que también está presente entre las personas de estatus social bajo (80,0%). En definitiva, se cruzan dos vectores en esta valoración: un cierto sentido moral de derroche o vicio que procede de quienes recelan del juego –de todos los sectores sociales ya que se basa en una posición moral– y una relativa incomprensión al hecho de jugar dinero desde las posiciones sociales más necesitadas, en las que lógicamente la idea de arriesgar dinero no parece fácil de compartir. La visión del juego como un sector generador de empleo es vista sobre todo por los ocupados.

En una posición más diluida queda la idea de que es un entretenimiento, una vertiente más de las actividades de ocio. El 57,1% de los entrevistados comparte esta opinión, pero no la comparte un 39,0%. Como es natural, esta idea la sostienen sobre todo los jugadores habituales y se hace menos intensa conforme disminuye la tendencia a jugar.

Por último, con saldos negativos, quedan las ideas de que el juego genera beneficios para la sociedad y de que es una forma de hacerse rico. Es obvio que la idea de que genera beneficios para la sociedad es débil, aunque es fuertemente combatida por quienes no juegan: el 63,7% está en desacuerdo con esta idea. El discurso hostil al juego se extiende a la idea de que es una actividad de efectos socialmente negativos.

Es muy llamativo que estas ideas sean compartidas en el conjunto de la sociedad en proporciones muy similares en todos los segmentos

sociales. La única que parece diferenciar es la que se refiere a la consideración del juego como un entretenimiento: para la gran mayoría de los jugadores habituales lo es (69,4%), así como para un 60,7% de los semanales o esporádicos. Sin embargo, disminuye hasta casi el 50% entre los infrecuentes o los no jugadores. Cabe afirmar que las opiniones y actitudes ante el juego hunden sus raíces en la idiosincrasia y valores morales o personales más que en segmentaciones sociales más o menos objetivas (generacionales, de género, de estatus social).

TABLA 5

IMAGEN DEL JUEGO EN LA SOCIEDAD (%)

Texto de la pregunta: "El juego es ..."

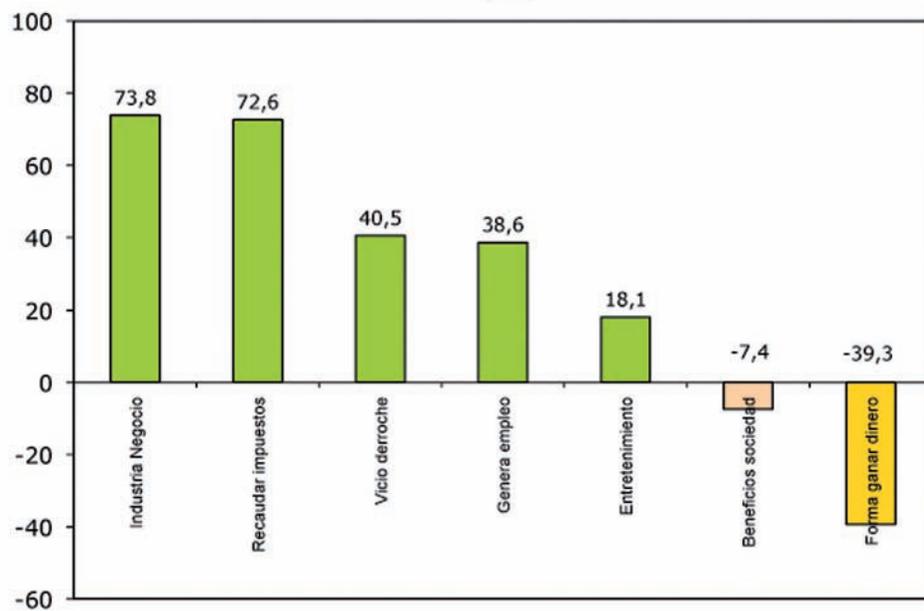
	Acuerdo	Desacuerdo	NS/NC
Una industria, un negocio de algunas empresas	85.4	11.6	3.0
Una actividad de la que se recaudan impuestos	83.3	10.7	6.0
Un vicio, una forma de derroche	67.5	27.0	5.5
Un sector económico que genera puestos de trabajo	66.5	27.9	5.6
Una forma de entretenimiento, una diversión	57.1	39.0	3.9
Una actividad que genera beneficios a la sociedad	42.8	50.2	7.0
Una forma de ganar dinero o de hacerse rico	29.2	68.5	2.3

TABLA 6
IMAGEN DEL JUEGO SEGÚN TIPOLOGÍA
DE LOS JUGADORES Y LOS QUE SE DECLARAN
NO JUGADORES (%)

Texto de la pregunta: “El juego es ...”

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Una industria, un negocio de algunas empresas	85.4	83.7	84.3	89.6	86.7	81.9
Una actividad de la que se recaudan impuestos	83.3	79.6	87.1	89.0	81.8	76.2
Un vicio, una forma de derroche	67.5	69.4	57.3	70.7	73.1	70.5
Un sector económico que genera puestos de trabajo	66.5	65.3	65.7	72.0	66.9	62.7
Una forma de entretenimiento, una diversión	57.1	69.4	59.8	62.2	51.3	54.9
Una actividad que genera beneficios a la sociedad	42.8	40.8	54.9	45.1	39.6	28.5
Una forma de ganar dinero o de hacerse rico	29.2	38.8	37.8	26.8	24.4	23.8
(n)	(1.000)	(49)	(286)	(164)	(308)	(193)

Gráfico 2
Aspectos de la imagen del juego en España
(%)



6. ¿Cómo se juega?

6.1. Tiempo destinado al juego.

Quienes juegan, ¿lo hacen solos o en compañía de otras personas que también juegan o miran? Los datos indican que el juego es, esencialmente, una actividad solitaria, eventualmente compartida con otras personas que juegan, pero esencialmente, es una actividad solitaria, como se desprende a las respuestas a la pregunta sobre en qué compañía está el jugador cuando juega:

	2.009	2.010
Sólo	66.4	54.8
Con otras personas que juegan	20.1	12.9
Con otras personas que miran	1.4	1.4
Le da igual	11.3	24.7
NS/NC	0.8	5.8
(n)	(497)	(588)

Bajo estos datos globales, hay dos patrones. Para los jugadores más frecuentes, los que juegan una vez al mes o más, el juego es un placer o un entretenimiento solitario, aunque puede compartirse con otras personas, por supuesto. Un segundo patrón, mucho más débil, permite detectar una función social del juego: para un segmento de los infrecuentes o no jugadores que ocasionalmente lo han hecho, hay un componente de socialización o de compartir un rato de entretenimiento con otras personas; esto se detecta entre este tipo de jugadores jóvenes menores de 35 años mujeres y en los estatus sociales medio-medio y medio alto (tabla 7).

Además de solitaria, el juego es una actividad rápida, casi inmediata. Seguramente impulsiva también. En un día laborable típico, los jugadores le destinan apenas unos minutos, de donde se deduce que no es una actividad de cuya práctica se extraiga un placer o una satisfacción, por sí misma. Da la impresión de que su significado para los jugadores es externo a la actividad en sí, está ligada a la obtención de un premio.

La generalidad de los jugadores le dedica muy poco tiempo, apenas 10 minutos. Como es natural, los entrevistados que destinan más tiempo constituyen una reducida minoría compuesta por jugadores habituales, entre los que se detecta un conjunto de personas que declara destinar entre una hora y media y tres horas diarias en días laborables, un 4,4% (tabla 8). La media en minutos se sitúa en 12,3 entre los jugadores habituales y en el umbral de los 10 minutos para todos los demás jugadores, incluyendo a los no jugadores que eventualmente puedan jugar a algo. Como se observa, estas medias son muy estables, apenas varían en relación con los datos obtenidos en 2009.

Entre los jugadores *on line* obtenidos a partir de la muestra general, los datos indican un tiempo dedicado al juego que supera ampliamente los dedicados por la media de la población e incluso por los jugadores habituales, superando los 24 minutos de juego ante las pantallas (tabla 9). El estudio sobre una submuestra de jugadores *on line* precisará mejor este dato, en la segunda parte de este estudio.

6.2. ¿Qué es el juego para los jugadores?

Cuando se plantea a los jugadores qué es para ellos el juego se pone de relieve la complejidad de este fenómeno, entre las distintas tipologías de jugadores hay visiones diferentes del juego (tablas 10 y 11).

En primer lugar, para los jugadores el juego es una actividad sometida a autocontrol. El 91.0% declara que controla el dinero que juega. A diferencia de lo que pudiera deducirse de la respuesta de los jugadores cuando se les pregunta con quién juegan, en su mayor parte, como hemos visto, afirman jugar solos, el juego tiene

capacidad de socialización, aunque esta varía según la idiosincrasia de los individuos. De este modo, jugar en compañía gusta en ciertos momentos: aproximadamente la mitad declara que le gusta jugar cuando lo hacen sus compañeros de trabajo o amigos porque puede permitirle charlar con ellos. Esta opinión es más compartida por los jugadores habituales o semanales más que entre los esporádicos, para quienes el juego no suele ser una vía de relación social.

Los jugadores no contemplan el juego como una actividad intelectual, en el sentido de activar la mente o de pensar. Más bien, como se vio al analizar el breve tiempo que se destina al juego, salvo para los jugadores a juegos que tienen una barrera de entrada en términos de conocimiento previo –quinielas, apuestas deportivas, casino- domina en el juego la despreocupada subordinación al albur de la suerte, consiste en un desafío, un deseo de tentar a la suerte. No obstante, entre los jugadores habituales está más extendida la opinión de que jugar permite activar la mente, pero no llega a ser mayoritaria.

Tampoco se contempla el juego como una actividad relajante, aunque sí por la mitad de los habituales. El juego más que distanciar de las preocupaciones parece estar adherido a ellas. Al menos para una parte considerable de los jugadores la preocupaciones impulsan a jugar, más que un placer por sí mismo se entreteje con el deseo de obtener recursos que mejoren la situación económica, con una inversión limitada en recursos económicos, materiales e intelectuales, con un impulso impremeditado y sin esfuerzo. Se desea tentar a la suerte a ver si se obtiene una ayudita o un gran premio con escasas barreras de entrada para vivir tal ilusión. Si no se cumple, la pérdida es de escasa entidad y se justifica como coste del momento de ilusión vivido, en su caso, como el coste de una actividad de ocio como otra cualquiera. De esta manera, el juego no es una manera de reducir el stress, quizá al revés, se juega para excitar una vertiente placentera del cerebro: la ilusión, en cierto modo, implica casi un incremento del stress, en sentido positivo compensatorio.

En suma, el juego aparece como una actividad que hay que someter a autocontrol y cuyas satisfacciones son externas a su mera práctica. La satisfacción se encuentra en la *expectativa* del premio, en el mero hecho de jugar, en la posibilidad de obtener cierta holgura económica desafiando a la suerte y contra toda lógica y, además, sin necesidad de pararse a pensar mucho, como resultado

de un movimiento impulsivo no deliberado ni premeditado. De esta impulsividad y de desafiar a la lógica se obtiene un placer, una cierta complacencia. Para parte de los jugadores el juego no es una forma de evasión de las preocupaciones cotidianas, parece ser un intento de aliviarlas. No aleja de tales preocupaciones, forma parte indirecta de ellas, es una resultante impremeditada de ellas. Da la sensación de que los jugadores se bifurcaran en este punto. Para una parte el juego es un entretenimiento, para otros es una especie de resultado de las preocupaciones diarias: si éstas no existieran se sentirían menos motivados a jugar. Esto explica que en tiempo de crisis el número de jugadores aumente y que, durante este periodo, estas vertientes del juego sean relevantes social y estadísticamente.

Tabla 7

JUEGO Y SOCIALIZACIÓN SEGÚN TIPOS DE JUGADORES

(Y ENTRE LOS NO JUGADORES, QUE SIN EMBARGO, JUEGAN ALGO) (%)

	Total		Habituales		Semanales		Esporádicos		Infrecuentes		No jugadores	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Sólo	66.4	54.8	66.2	56.5	67.6	56.7	70.4	61.2	59.2	42.2	25.0	73.3
Con otras personas que juegan	20.1	12.9	16.9	10.9	20.8	14.1	17.3	11.6	23.9	14.1	25.0	0.0
Me da igual	11.3	24.7	15.4	28.3	9.7	25.1	11.2	24.8	14.1	23.0	0.0	20.0
Con otras personas que miran	1.4	1.4	1.5	2.2	1.5	1.1	1.0	1.6	1.4	3.7	0.0	0.0
NS/NC	0.8	5.8	0.0	3.2	0.4	3.0	0.0	0.9	1.4	17.0	50.0	6.7
(n)	(497)	(588)	(65)	(46)	(259)	(263)	(98)	(129)	(71)	(135)	(4)	(15)

Tabla 8

**TIEMPO DESTINADO EN UN DÍA LABORABLE
AL JUEGO (% Jugadores)**

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Unos minutos	67.9	82.6	72.2	69.8	51.9	73.3
Un cuarto de hora	4.6	6.5	7.2	3.1	0.7	0.0
Media hora	2.9	6.5	1.0	2.1	2.2	0.0
Una hora	1.4	0.0	2.7	0.0	0.0	6.7
Una hora y media	0.2	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0
Dos o tres horas	0.7	2.2	0.4	1.6	0.0	0.0
Más de tres horas	0.5	0.0	0.0	1.6	0.7	0.0
NS/NC	21.9	0.0	14.4	21.7	44.4	20.0
Media (en minutos) (2010)	10.1	12.3	9.1	12.7	8.3	9.6
Media (en minutos) (2009)	10.1	15.9	9.3	9.4	8.4	8.0
(n)	(588)	(46)	(263)	(129)	(135)	(15)

Tabla 9

**TIEMPO DESTINADO EN UN DÍA LABORABLE AL
JUEGO POR JUGADORES *ON LINE* (% Jugadores)**

	Total	Declaran haber jugado algún juego de azar <i>POR INTERNET</i>
Unos minutos	67.9	52.9
Un cuarto de hora	4.6	11.6
Media hora	2.9	7.8
Una hora	1.4	3.9
Una hora y media	0.2	2.0
Dos o tres horas	0.7	3.9
Más de tres horas	0.5	2.0
NS/NC	21.9	15.7
(n)	(588)	(64)
Media (en minutos 2.010)	10.1	24.1
Media (en minutos 2.009)	10.1	24.8

TABLA 10

¿QUÉ ES EL JUEGO PARA LOS JUGADORES?

Base: Declaran jugar habitualmente algún juego de azar arriesgando dinero (%)

	Acuerdo	Desacuerdo	NS/NC
Controlo el dinero que juego	91,0	7,8	1,2
Me gusta jugar cuando lo hacen también mis compañeros o amigos	47,6	50,9	1,5
Jugar permite charlar con amigos o compañeros de trabajo	39,5	58,3	2,2
Jugar a los juegos que yo practico me permite pensar, activar la mente	29,9	69,2	0,9
Jugar me relaja, me permite pasar un rato distraído de otras preocupaciones	28,4	69,7	1,9
Jugar me permite reducir el stress de otras preocupaciones diarias	23,3	75,0	1,7

TABLA 11

**¿QUÉ ES EL JUEGO PARA LOS JUGADORES?
SEGÚN TIPOLOGÍA DE LOS JUGADORES
Y LOS NO JUGADORES**

Base: Declaran jugar habitualmente algún juego de azar arriesgando dinero (%)

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Controlo el dinero que juego	91,0	87,0	93,2	91,5	88,9	80,0
Me gusta jugar cuando lo hacen también mis compañeros o amigos	47,6	56,5	51,7	45,7	41,5	20,0
Jugar permite charlar con amigos o compañeros de trabajo	39,5	41,3	42,6	43,4	30,4	26,7
Jugar a los juegos que yo practico me permite pensar, activar la mente	29,9	41,3	31,9	31,0	20,7	33,3
Jugar me relaja, me permite pasar un rato distraído de otras preocupaciones	28,4	52,2	28,5	26,4	23,0	20,0
Jugar me permite reducir el stress de otras preocupaciones diarias	23,3	34,8	24,0	24,0	18,5	13,3
(n)	(588)	(46)	(263)	(129)	(135)	(15)

7. El gasto en juego

7.1. Las cantidades jugadas.

Como se comprobó en la edición anterior de este informe, el análisis de las cantidades jugadas va más allá de la mera transcripción de las respuestas a la pregunta: "¿Qué cantidad mensual juega habitualmente en este tipo de juegos, por término medio?". Como en casi todas las magnitudes económicas, el recuerdo de las cantidades arriesgadas en juego está sometido a múltiples tensiones⁶ que alejan la respuesta de la realidad: olvidos, vagos recuerdos, exageraciones en algunos casos, problemas de cálculo porque los entrevistados no tienen referencias claras de lo que gastan, cesión implícita a presiones sociales para dar respuestas socialmente bien vistas, tendencia al redondeo, etc.

Para analizar este tema se toman como referencia los datos globales sobre el juego, las estimaciones oficiales que dan lugar al *Informe Anual del juego en España 2009*, de la Subdirección general de Estudios y Relaciones Institucionales de la Secretaría General Técnica del Ministerio del Interior (tabla 12)⁷. En síntesis, se estima que en España se movió en 2.009 un volumen de cantidades jugadas de 30.111 millones de €, lo que supuso un retroceso desde los 32.309 millones de € de 2008. De esta cantidad, el 68.5% retornó a los jugadores en forma de premios, de donde se deduce que en 2009 se gastaron efectivamente 9.499 millones de € en juego, un 6,5% menos de los 10.158 millones de € que se gastaron en 2.008. Esta es la última estimación oficial disponible publicada en el momento de redactar este informe, por tanto, se tomará como referencia para comparar los datos obtenidos en diciembre de 2008 y en diciembre de 2009, ya que no hay datos disponibles sobre 2010.

6. Vf. Moore, J.C., Stinson, L.L. y Welniak, E.J.: "Income reporting in surveys: cognitive issues and measurement error", en Sirken, M.G. et al: *Cognition and survey research*, Willey, New York, 1998.

7. Estos datos son, sin duda, los mejores disponibles. No obstante, podrían contener imprecisiones de relieve derivadas de la escasa información existente y de la metodología utilizada para su recogida.

En términos relativos, estas estimaciones equivaldrían a un gasto por habitante entre 18 y 70 años de 287,32€/año o, lo que es lo mismo, a 23,94€/mes, significando ambos un retroceso en relación con 2008 del 6,5% (tabla 13).

Como se indicó en páginas anteriores, los datos de 2.010 reflejan un incremento del número de personas que han jugado en alguna ocasión a algún juego de azar arriesgando dinero, tendencia que se concentra sobre todo en los juegos pasivos, acompañado de un descenso en las cantidades jugadas por cada jugador. La tabla 14 refleja esta evolución, si bien las estimaciones per-cápita correspondientes a 2010 son todavía provisionales al no estar publicado aún el Informe sobre el Juego en España del Ministerio del Interior.

El número de jugadores habituales, que afirman jugar habitualmente algún juego de azar arriesgando dinero, extrapolando el porcentaje que declara jugar habitualmente, asciende a 19.554.000, es decir, algo más de tres millones más que en 2009. Este incremento se contrapesa con un sensible descenso de las cantidades jugadas: el gasto estimado mensual por jugador habitual, compatibilizando datos de nuestra encuesta y del ministerio del Interior, ha descendido desde 48,50€ a 40,50€, esto es, un serio descenso del 16,5% por jugador que se declara habitual.

Marginalmente, conviene reseñar que en el cuestionario de este año se ha introducido una importante modificación: se ha excluido la pregunta relativa a la cantidad ingresada por premios. Como se observó, los jugadores hacen automáticamente este desglose, para ellos el gasto es el saldo entre las cantidades arriesgadas y los premios obtenidos, los pequeños premios y reintegros se reciclan inmediatamente en nuevos intentos de tentar a la suerte, o se descuentan del gasto global efectuado. Los jugadores tienden a considerar el gasto en juego como el saldo entre lo que arriesgan y lo que obtienen, hacen una media un tanto impresionista sobre estas cantidades y las estiman como media mensual. Por esta razón se excluyó la pregunta sobre los premios.

Como suele suceder en otras investigaciones sobre cantidades económicas, da la impresión de que en esta media declarada han convergido dos tipos de sesgos: una regresión a una cantidad que consideran socialmente asumible (entre 6 y 30€/mes) para evitar

aparecer como un jugador que arriesga demasiado dinero (lo que podría proyectar una imagen algo irresponsable) y una regresión a la media, de modo que los jugadores que más arriesgan han declarado cantidades más reducidas, en tanto que alguno menos frecuente ha podido exagerar la cantidad que juegan mensualmente. En todo caso, la experiencia que se extrae de estos datos es que el resorte técnico para obtener información fiable sobre tema a través de encuestas es más complejo que la mera pregunta global.

Los datos recogidos durante dos años y contrastados con la realidad, inducen a pensar que los jugadores que declaran jugar habitualmente a los juegos considerados tienden a topar mentalmente su recuerdo de las cantidades gastadas en aproximadamente la mitad de lo real. En 2010 recuerdan haber gastado 20,9€/mes, mientras que la realidad lleva a pensar que este gasto de los jugadores habituales se situó en 40,5€/mes. Es decir, recuerdan alrededor del 50%, exactamente el 51,6% (plausiblemente este dato será corregido levemente a la baja cuando se disponga de los datos globales sobre el juego correspondientes a 2010). En 2009, cuando ya están disponibles las estimaciones oficiales definitivas para este año, el desvío entre la declaración y el gasto real oscila sobre el 50%, a la baja: recuerdan 22,5€/mes mientras que el gasto real calculado, según las estimaciones del *Informe Anual del Juego*⁸, fue de 48,5€/mes, es decir, se recuerda un 46.4% del gasto realmente efectuado.

Como es lógico, el tipo de jugador es la variable que más discrimina la cantidad jugada. Los jugadores habituales –que juegan todos los días o varias veces a la semana- declaran gastar 35,6€, cantidad similar a la que declaraban en 2009 (35,0€ mensuales), con la relevante salvedad de que ahora hay menos que se declaren jugadores diarios o de varias veces a la semana. Los semanales se sitúan también en una cifra similar a la que declaraban el año pasado (25,2€, frente a 22,5€), mientras que en los demás tipos de jugadores las cantidades disminuyen tanto en relación con los anteriores como en relación con lo que declaraban el pasado año (tabla 15).

8. Ministerio del Interior, *Informe Anual sobre el juego en España 2009*, Subdirección General de Relaciones Institucionales y Estudios del Ministerio del Interior, 2010.

Por sectores sociales el gasto es muy homogéneo y se mantienen los patrones del informe anterior. Un mayor gasto de los hombres y en las generaciones intermedias, pero con algunas salvedades. Ha crecido el gasto entre los jóvenes menores de 35 años y ha disminuido entre los mayores de 55 (tabla 16). El contraste entre las cantidades medias gastadas por los jugadores habituales por comunidad y la media declarada se recogen en la tabla 17.

Un aspecto reseñable es la percepción de los jugadores sobre la proporción que representa el gasto en juego sobre el total de sus presupuestos destinados al ocio. La tabla 18 muestra que, en general, la inmensa mayoría de los jugadores afirman que destinan al juego apenas nada o sólo una décima parte de este presupuesto. Sólo un 7% afirma que gasta más en juego. Esta proporción es ligeramente mayor entre los jugadores habituales o semanales, como es natural. La percepción más convencional de lo que se destina al juego ronda la media del 9,4%: 10,8% entre los habituales, 11,8% entre los semanales y 9,0% entre los esporádicos, disminuyendo mucho entre los infrecuentes (4,0%) (tabla 18).

Tabla 12
ESTIMACIÓN DE CANTIDADES JUGADAS
Y GASTO EN JUEGO EN ESPAÑA EN 2009,
SEGÚN EL INFORME EL JUEGO EN ESPAÑA 2009

	Tipo de juego	Cantidades jugadas Estimación (millones de €)	Premios Obtenidos Estimación (millones de €)	Gasto real en juego Estimación (Jugado-Premios) (millones de €)
Juegos privados	Casinos (*)	1.991	1.562	429
	Bingos	2.930	1.847	1.083
	Máquinas "B" (*)	13.364	10.023	3.341
Juegos ONLAE (**)	Lot. Nacional (sáb)	5.147	3.798	1.628
	Lot. Nacional (jue)	278		
	Quinielas	533	2.431	1.989
	Quinigol	11		
	Lot. Primitiva	3.860		
	Lototurf	12		
	Quíntuple plus	4		
ONCE (**)	Cupones ONCE	1.981	951	1.030
TOTAL				9.499
Gasto estimado por habitante de 18 a 75 años/año (€)				287,32
Gasto estimado por habitante de 18 a 75 años/mes (€)				23,94

Fuente: Ministerio del Interior, *Informe Anual sobre el juego en España 2009*, Subdirección General de Relaciones Institucionales y Estudios del Ministerio del Interior, 2010.

(*) Como refleja el propio Informe, las cantidades jugadas y los premios obtenidos en los casinos y máquinas "B" son difícilmente medibles, por lo que nos encontramos ante meras estimaciones, mientras que el "gasto en juego" de casinos sí se acerca bastante a la realidad.

(**) Incluye cantidades jugadas *on line*.

Tabla 13

**COMPARACIÓN DE LAS PRINCIPALES
MAGNITUDES DEL JUEGO EN ESPAÑA ENTRE
2008 Y 2009.**

INFORME ANUAL SOBRE EL JUEGO EN ESPAÑA

	2.008	2.009	Evolución
Cantidad total jugada/ arriesgada	32.309	30.111	- 6.8
Importe global de los premios	22.151	20.612	- 6.9
Gasto real en juego	10.158	9.499	- 6.5
Gasto medio por habitante/año	290.36	271.52	- 6.5
Gasto medio por habitante/mes	24.20	22.63	- 6.5

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio del Interior, *Informe Anual sobre el juego en España 2008*, e *Informe Anual sobre el juego en España 2009*, Subdirección General de Relaciones Institucionales y Estudios del Ministerio del Interior, 2009.

Tabla 14

CONTRASTE ENTRE LOS DATOS DECLARADOS Y LAS ESTIMACIONES OFICIALES

	2.009	2.010
Población comprendida entre 18 y 70 años (miles de habitantes)	33.061	33.198
Gasto en juego (millones de €) en 2009. (Datos Ministerio del Interior)	9.499	9.499 (*)
Jugadores habituales (% de la población)	49,4	58,9
Jugadores habituales (estimación) (miles de habitantes entre 18 y 70 años)	16.332	19.554
Gasto estimado mensual en juego por habitante entre 18 y 70 años, a partir de estimaciones del Ministerio del Interior (media en €) (base 2009)	23,9	23,8 (#)
Gasto estimado mensual medio en juego (cantidades jugadas menos premios obtenidos) por jugador habitual.	48,5	40,5 (#)
Cantidad mensual media declarada por los jugadores habituales (declaran jugar habitualmente algún juego de azar)⁹	22,5	20,9 (#)
Cobertura de la cantidad mensual declarada por los jugadores habituales sobre el gasto estimado mensual (%)	46,4	51,6 (#)

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio del Interior, *Informe Anual sobre el juego en España 2009*, Subdirección General de Relaciones Institucionales y Estudios del Ministerio del Interior, 2009.

(*) Datos provisionales hasta disponer del Informe sobre el Juego en España correspondiente a 2010. En esta tabla los datos de 2009 y 2010 se han elaborado a partir del Informe del Ministerio del Interior de 2009. Los datos de 2009 pueden considerarse definitivos.

(#) Estimaciones calculadas a partir de los datos del estudio realizado por IPOLGOB en 2010 (Ruiz Martínez, 2010, p. 40-48).

9. En concreto, quienes responden a esta pregunta son el 49,4% que declara jugar habitualmente a alguno de los juegos incluidos en la tabla 1.

Tabla 15

**DECLARACION DEL GASTO MENSUAL ESTIMADO
EN JUEGO, SEGÚN TIPO DE JUGADOR**

CANTIDADES JUGADAS

(% de jugadores de algún juego, según tipología de jugadores por la frecuencia de juego que declaran)

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
De 1 a 5 €	21.8	2.2	10.2	45.7	28.1	2.0
De 6 a 12 €	24.1	17.4	33.2	28.0	5.1	26.7
De 13 a 30 €	26.2	41.2	35.0	17.9	12.6	13.4
De 31 a 60 €	10.7	26.1	15.3	3.2	5.2	0.0
De 61 a 100 €	1.9	6.6	2.3	0.8	0.7	0.0
Más de 100 €	1.4	4.4	2.0	0	1.5	0.0
NS/NC	13.9	2.2	2.3	4.8	46.7	40.0
(n)	(588)	(46)	(263)	(129)	(135)	(15)

**ESTIMACIÓN DE LAS CANTIDADES JUGADAS
(MEDIA €/MES)**

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Media 2009	22.5	35.0	22.5	15.5	18.1	26.0
Media 2010	20.9	35.6	25.2	10.7	19.5	9.8

Tabla 16

**DECLARACIÓN DEL GASTO MENSUAL ESTIMADO
EN JUEGO POR SECTORES SOCIALES**

(Media declarada)

	Media declarada	
	2.009	2.010
Total	22,5	20.9
Hombres	25,3	24.7
Mujeres	18,5	15.4
De 18 a 25 años	17,6	21.6
De 25 a 34 años	17,9	22.8
De 35 a 44 años	27,2	22.9
De 45 a 54 años	21,3	22.2
De 55 a 64 años	28,8	21.4
De 65 a 75 años	21,8	13.4
Estatus alto	22,0	25.7
Estatus medio alto	22,5	22.9
Estatus medio medio	22,8	21.6
Estatus medio bajo	22,3	17.3
Estatus bajo	20,6	14.7
Tipología de los jugadores (ver tabla 1 y gráfico 2)		
Habituales	35,0	36.3
Semanales	22,5	24.0
Esporádicos	15,5	10.4
Infrecuentes	18,1	19.3
No jugadores	26,0	9.8
Jugadores <i>on line</i>	14,1	26.7

Tabla 17

**DECLARACIÓN DEL GASTO MENSUAL ESTIMADO
EN JUEGO POR JUGADORES HABITUALES, SEGÚN
COMUNIDADES**

(Euros mes)

	Media real estimada (*)	Media declarada	
		2.009	2.010
Total	48.5	22,5	20.9
<i>Sur: Andalucía, Canarias, Extremadura</i>	43.2	19,8	20.8
<i>Noreste: Aragón, Cataluña</i>	49.4	20,9	20.3
<i>Norte: Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco</i>	45.6	19,4	25.0
<i>Levante: Baleares, Murcia, Valencia</i>	48.6	19,8	17.0
<i>Centro: Castilla y León, Castilla La Mancha, Rioja</i>	36.9	28,7	23.1
<i>Madrid</i>	58.6	31,8	21.1

Fuente (*): Columna 1, elaboración propia a partir de estimaciones del Ministerio del Interior: *Informe sobre el Juego en España 2009, op. cit.* Los datos publicados en la pasada edición se han modificado para adecuarlos a los datos más recientes del Ministerio del Interior.

Tabla 18

PERCEPCIÓN SUBJETIVA DE LA PROPORCIÓN DEL PRESUPUESTO DESTINADO A OCIO QUE SE DEDICA AL JUEGO

Texto de la pregunta: "Le pediré ahora que haga un cálculo, ¿qué proporción del dinero que gasta en ocio cada mes o cada semana dedica a jugar?"

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes
Casi todo	1.7	0.0	3.0	0.8	0.0
Más de la mitad	0.9	0.0	0.8	2.3	0.0
La mitad	1.9	4.3	3.0	0.8	0.0
Algo menos de la mitad	3.7	2.2	4.6	5.4	1.5
La cuarta parte	4.9	15.2	6.5	3.1	0.7
La décima parte	13.6	19.6	19.0	12.4	3.0
Casi nada	65.5	54.3	59.3	70.5	77.0
NS/NC	7.8	4.3	3.8	4.7	17.8
(n)	(588)	(46)	(263)	(129)	(135)
Media €/mes	9.4	10.8	11.8	9.0	4.0

7.2. Topes a las cantidades jugadas.

El impacto de la crisis se extiende también a las cautelas que los jugadores ponen a las cantidades que arriesgan. En 2010, el 91,0% de los jugadores señala que controla las cantidades que juega. En

2009 sólo el 73,2% ponía límites a estas cantidades¹⁰. Se mantiene la tónica de que este comportamiento sea muy homogéneo entre los distintos sectores sociales y tipos de jugadores, los dos patrones descritos en ambos años se repiten en todos los sectores sociales y tipos de jugadores sin variación relevante.

7.3 Impacto de la crisis sobre las cantidades jugadas: gasto bajo control.

El impacto de la crisis también se está notando en la percepción creciente por parte de los jugadores de que juegan cada vez menos:

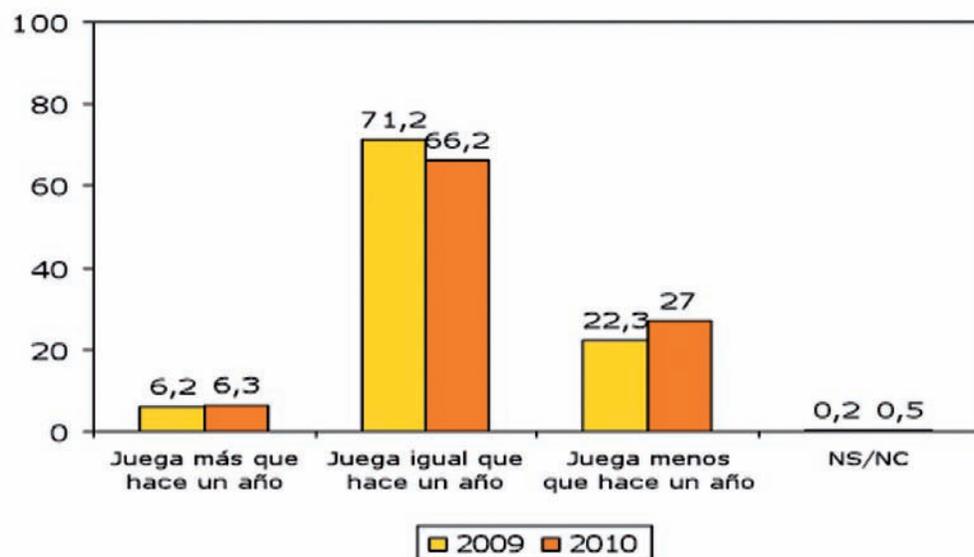
	2.009	2.010
Juega más que hace un año	6.2	6.3
Juega igual que hace un año	71.2	66.2
Juega menos que hace un año	22.3	27.0
NS/NC	0.3	0.5

Las percepciones subjetivas también parecen apuntar a que 2010 fue peor año para el juego y los jugadores que 2009, siguiendo por otro lado el patrón de evolución de los índices de confianza de los consumidores.

10. Ruiz Martínez, 2010, p. 55.

Gráfico 3

Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año
(%)



PARTE II

El juego *on line*¹¹

11. Vf. para una visión del marco jurídico del juego on line en ESPAÑA: Lalanda, C. "Los juegos de azar en internet. Aproximación jurídica desde la perspectiva del derecho español" en A. Palomar (coord.) *Régimen del Juego en España*, Pamplona: Aranzadi, 2006; Lalanda, C. "Los juegos on line: aspectos legales 2008", en M. Cuenca y M. Izaguirre (eds.) *Ocio y Juegos de Azar*, Bilbao: Universidad de Deusto, 2010; Andrés, R. " Problemática específica del juego on line y su aplicación a las apuestas deportivas" en A. Palomar (dir.) *Las Apuestas Deportivas*, Pamplona: Aranzadi, 2010.

1. Perfil sociológico de los jugadores por Internet

Como en el anterior estudio, en el cuestionario para la población general se introdujo una doble vía para estimar el volumen de personas que juegan por Internet. Por un lado, a través de una pregunta directa, en 2009 un 7,1% de los entrevistados señaló que había jugado por Internet en los últimos seis meses “a juegos on line, póker, loterías, etc.”. Mediante una batería de preguntas planteaba a los entrevistados si habían utilizado Internet para jugar alguno de la lista de juegos considerada en la parte anterior, respondiendo afirmativamente en 2009 un 4,8%. Para intentar ajustar mejor los datos, en la edición actual se incluyó en el cuestionario la precisión “arriesgando dinero”. El resultado ha sido que en ambas preguntas se han producido resultados muy similares: 6,4% y 6,2%, respectivamente. Algunos individuos han oscilado entre ambas respuestas, pero puede considerarse que esta aproximación es bastante precisa. Podemos concluir pues, tomando como referencia el dato más elevado, que un 6,4% de los españoles comprendidos entre 15 y 70 años han jugado alguna vez por Internet durante los seis últimos meses a juegos de azar arriesgando dinero durante el último año. Esto equivale a 2.240.000 individuos.

El perfil sociológico de quienes juegan por Internet es similar al de los internautas: preferentemente masculino, en aproximadamente dos tercios; menor de 45 años, gravitando especialmente en el corte entre 25 y 34 años y de estatus social fuertemente inclinado hacia sectores de estatus medio alto o alto. La muestra on line obtenida a partir de un panel de encuestados que acceden regularmente a Internet confirma este perfil (tabla 19).

Los datos de diciembre de 2010 sugieren una leve evolución: hay menor presencia de jóvenes menores de 25 años que lo que mostraron los datos correspondientes a diciembre de 2009. Esto es debido seguramente más a la precisión introducida en el cuestionario “arriesgando dinero” que a una evolución real de la composición sociológica de los jugadores por Internet. Esencialmente el año pasado se recogieron en estos datos jugadores jóvenes que realmente no arriesgaban dinero, ya que jugaban en webs gratuitas.

Tabla 19
PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUGADORES
POR INTERNET (%)

	Porcentaje de jugadores por Internet en cada variable				Composición sociológica de los jugadores por Internet				Muestra por Internet
	Declaran jugar por Internet al póker, loterías, etc.		Recuerdan haber jugado por Internet algún juego de azar		Declaran jugar por Internet al póker, loterías, etc.		Recuerdan haber jugado por Internet algún juego de azar		
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.010
Total	7,1	6,4	4,8	6,2					
Hombres	7,5	8,3	6,5	8,1	52,1	64,1	66,7	60,6	63,8
Mujeres	6,7	4,6	3,2	5,2	47,9	35,9	33,3	39,4	36,2
De 18 a 25 años	25,0	17,3	14,0	9,8	47,9	35,4	39,6	19,7	28,4
De 25 a 34 años	11,9	12,0	8,7	8,4	36,6	40,6	39,6	28,8	36,9
De 35 a 44 años	3,9	4,3	1,9	8,2	11,3	14,1	8,3	25,8	21,6
De 45 a 54 años	1,2	4,3	1,7	4,6	2,8	6,3	6,3	12,1	13,1
De 55 a 64 años	0,8	2,3	1,5	3,1	1,4	1,6	4,2	7,6	
De 65 a 75 años	0,0	0,7	0,7	3,7	0,0	1,6	2,1	6,1	
Estatus alto	6,1	6,1	3,7	7,1	7,0	9,4	6,3	10,6	12,5
Estatus medio alto	9,0	8,1	6,7	7,0	22,5	23,4	25,0	19,7	33,6
Estatus medio medio	8,5	7,5	6,0	8,4	53,5	50,0	56,3	54,5	47,2
Estatus medio bajo	4,6	4,2	2,3	3,8	16,9	15,6	12,5	13,6	6,0
Estatus bajo	0,0	2,0	0,0	2,0	0,0	1,6	0,0	1,5	0,7

2. La práctica del juego por Internet en España

Para analizar la práctica del juego por Internet se realizó una investigación ad hoc, a partir de 460 entrevistas autoadministradas por Internet con jugadores que utilizan este canal. La descripción metodológica precisa, así como el cuestionario utilizado se recogen en el anexo.

Los datos de esta edición del estudio confirman que los patrones de juego por Internet son distintos a los del juego convencional, aunque se ha producido alguna aproximación: los jugadores por Internet no se han sustraído a la tendencia a probar suerte de vez en cuando con los juegos más convencionales (pasivos). Ya sea porque Internet se va normalizando como vía de acceso a estos juegos o porque la posibilidad de conseguir un complemento económico también ha operado, quienes han jugado por Internet "alguna vez", en el último mes, o lo hacen habitualmente al euromillón o a la Lotería Nacional, han crecido llamativamente. También lo ha hecho la imagen de rentabilidad del euromillón y las loterías primitivas: el 40,3% de los jugadores *on line* lo consideran el juego más rentable. En menor medida también crecieron las apuestas a carreras de caballos, partidos de fútbol, y los cupones y juegos de la ONCE. En cambio, disminuye la práctica *on line* de juegos como el bingo y los concursos de preguntas y respuestas (tabla 20).

Algo distinto ocurre con la práctica de juegos que parecen naturales en Internet como los torneos de póker por inscripción, póker rooms (o por manos o cash) y el resto de los juegos de casino adaptados a Internet. En parte se trata de un espejismo técnico: al haberse excluido de la muestra a los jugadores que no arriesgaban dinero dichos juegos se han resentido en la "estadística" ya que son practicados por numerosos jugadores que no apostaban. De todos modos, arriesgando dinero, el nivel de práctica *on line* de estos juegos es muy elevado. Realmente son los juegos más típicos de Internet, los que más atraen a los jugadores por Internet¹².

Otro efecto estadístico que se ha producido al extraer de la muestra a los jugadores que no arriesgan dinero, es un alza generalizada

12. Bernhard, B.J., Lucas, A.F. y Shampaner, E. *Internet Gambling in Nevada*, Las Vegas: International Gambling Institute/University of Nevada, 2007.

del interés que suscitan los juegos por Internet en la escala de 0 a 10. Desde esta perspectiva, es revelador el interés que suscitan el póker, los torneos de póker, las apuestas deportivas y los juegos de casino, que en Internet parecen haber encontrado algo así como un hábitat natural. Implícitamente se demuestra que el interés por los juegos está asociado al riesgo que introduce la apuesta.

En todo caso, las dos ediciones del estudio permiten definir un patrón de los juegos en Internet:

- La gama de juegos que se practica es más dispersa y ningún juego aparece como dominante.
- Tienen un peso muy relevante juegos de casino, poker, etc., que parecen naturales al espacio *on line*. La pantalla y el espacio doméstico ofrecen un marco idóneo para su práctica.
- Internet ha abierto oportunidades de practicar juegos que hasta ahora eran minoritarios: concursos de preguntas y respuestas, juegos de mesa, apuestas, etc.
- Los juegos de masas tradicionales en "el mundo físico", como la lotería, cupones de la ONCE o las quinielas son poco practicados vía Internet, aunque los efectos de la crisis matizan esta conclusión. Seguramente Internet acabará normalizándose como vía de acceso a estos juegos.
- Un caso un tanto especial es el de los concursos de preguntas y respuestas, bastante practicados, pero con una valoración pobre en cuanto a rentabilidad y valoración del entretenimiento que producen. Se trata de pasatiempos minoritarios para pasar el rato, pero no inspiran la pulsión del juego y el riesgo y además tienen un nivel de exigencia en cuanto a conocimiento de las reglas que dificulta su acceso.
- Los cupones de la ONCE, los juegos de casino, las máquinas similares a las de los bares y las "otras loterías" ocupan lugares más modestos en las preferencias de los jugadores por Internet. Son menos jugados que los anteriores, tienen valoraciones moderadas en cuanto al entretenimiento que producen y, esencialmente, son los que gustan a menos jugadores, todos ellos están por debajo del 3% de entrevistados que declaran que les gustan.

Tabla 20

DATOS GENERALES SOBRE LA PRÁCTICA E INTERÉS DEL JUEGO POR INTERNET EN ESPAÑA
(%)

	Ha jugado alguna vez en los últimos seis meses		Ha jugado en el último mes		Juega habitualmente		Es el más rentable jugando por Internet		Valoración (0 a 10)		El que más gusta (Resp. única)	
	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010	2.009	2.010
Euromillón, loterías primitivas	35,2	55,0	29,4	49,4	28,0	51,1	31,3	40,3	5,2	6,3	23,6	37,7
Lotería Nacional	23,2	39,9	15,9	32,3	14,0	26,3	6,7	6,9	4,6	5,6	7,2	10,8
Quinielas	21,1	24,8	15,8	17,3	14,5	12,5	7,4	6,7	4,8	6,0	10,1	6,0
Juegos on line, por Internet: póker, loterías, etc	34,4	20,3	22,3	12,9	21,2	13,6	16,6	11,2	4,8	7,3	16,6	8,2
Póker rooms o torneos de póker	21,3	19,0	12,9	14,4	12,4	17,9	11,0	12,5	4,6	7,3	14,2	11,6
Cupones de la ONCE	12,2	17,9	9,1	13,4	8,3	4,7	3,4	3,7	4,3	5,3	2,9	5,4
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc.	13,2	15,3	9,1	12,5	6,9	5,0	10,1	8,8	4,3	7,2	8,6	9,7
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas	21,7	13,4	11,4	6,0	9,2	5,4	2,9	1,9	3,0	5,0	5,8	2,4
Juegos de casino o ir a un casino	11,4	9,5	5,7	3,0	5,3	3,0	4,0	2,6	4,2	6,7	1,9	2,2
Bingo	12,3	8,6	6,3	5,0	5,1	12,5	4,7	2,6	4,2	5,9	6,1	3,0
Otras loterías	7,9	8,2	4,1	4,5	4,6		1,5	1,7	4,1	5,6	1,5	1,7
Maquinas de juegos de bares o salones	8,2	7,3	4,8	3,2	4,2	5,0	0,4	1,1	3,7	6,0	1,4	1,3
No juega ninguno	0		14,9		22,4							
(n)	(460)	(464)	(460)	(464)	(460)	(464)	(460)	(464)	(460)	(464)	(460)	(464)

3. Sociología de los juegos por Internet

Los jugadores de los distintos juegos por Internet tienen perfiles mucho menos acusados que en los juegos tradicionales ya que las preferencias de los internautas son mucho más homogéneas o, dicho de otra forma, el perfil de los internautas es tan homogéneo que apenas hay diferencias entre los practicantes *on line* de unos u otros juegos. Pese a ello, pueden observarse algunas características que parecen específicas de ciertos juegos (tabla 21).

Como ya se ha comentado, impulsados por la dinámica general de la crisis, los juegos que más se practican por Internet son los generales: euromillón, empujado por su imagen de alta rentabilidad por las cantidades jugadas; la Lotería Nacional y las quinielas. Un rasgo común a los dos primeros es su elevada práctica entre las mujeres internautas, así como entre los mayores de 45 años. Los cupones de la ONCE comparten estas características sociológicas a menor escala. Es obvio que se reproduce, atenuado, el sesgo social implícito a la práctica de estos juegos.

Las quinielas *on line* conservan su perfil básicamente masculino, pero *on line* adquieren una dimensión intergeneracional. Las apuestas deportivas (a carreras de caballos o galgos, partidos de fútbol, etc.) tienen un perfil similar a las quinielas. Pero mientras las quinielas se inclinan hacia internautas más bien mayores las apuestas son preferidas por más jóvenes.

Los juegos de azar más característicos de internet (torneos de póker, etc.) reproducen a pequeña escala el perfil sociológico de Internet: muy masculinizados y jóvenes. Los juegos de casino son practicados por hombres y mujeres internautas más bien jóvenes.

Tabla 21
PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS
JUEGOS POR INTERNET

(% dentro de cada variable)

Pregunta: "¿Juegas habitualmente alguno de estos juegos?"

	Total	Hombres	Mujeres	Menores de 25	25 - 34	35 -44	Mayores de 45
Euromillón, loterías primitivas	51.1	42.9	65.5	31.1	54.4	64.0	63.9
Juegos on line, por Internet: póker, loterías, etc.	13.6	17.9	6.0	24.2	14.6	5.0	1.6
Lotería Nacional	26.3	24.3	29.8	18.9	28.1	27.0	36.1
Concursos de preguntas y respuestas/rompecabezas	5.4	4.1	7.7	3.8	4.1	8.0	8.2
Póker rooms o torneos de póker	12.9	17.9	4.2	22.7	13.5	5.0	3.3
Quinielas	17.9	22.0	10.7	18.9	18.7	17.0	14.8
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc.	12.5	17.6	3.6	15.9	13.5	7.0	11.5
Bingo	5.0	4.1	6.5	4.5	6.4	3.0	4.9
Cupones de la ONCE	12.5	10.8	15.5	9.1	11.87	9.0	27.0
Juegos de casino o ir a un casino	4.7	4.7	4.8	5.3	6.4	2.0	3.3
Máquinas de juegos de bares o salones	3.0	3.7	1.8	6.1	2.9	0.0	1.6
Otras loterías	5.0	4.7	5.4	5.3	7.0	3.6	1.6

4. ¿Cómo se juega por Internet?

4.1. Desde donde se juega.

Los hábitos de juego por Internet son estables. En general, se juega desde casa. Sólo una minoría lo hace desde el ordenador del trabajo (10,4% en 2009; 13.4% en 2010) o desde lugares públicos (hoteles, cibercafés, etc.: 4,6% en 2009 y 5,6% en 2010) (gráfico 4).

4.2. Frecuencia de juego.

La accesibilidad de jugar desde casa y la fascinación de la pantalla favorece que los juegos por Internet se hagan más habituales y frecuentes que “en el mundo real”. Entre los datos de 2009 y 2010 se observa un leve incremento del porcentaje de jugadores por Internet habituales o semanales.

La frecuencia de juego por Internet es heterogénea. La mayor parte juega una vez a la semana (37,9%) o una vez cada dos o tres semanas o cada mes (un 29,7% declara estas frecuencias de juego). En el límite se mueve un 14,2% que declara jugar sólo alguna vez al año o casi nunca.

En el extremo opuesto está un 3,9% que afirma jugar todos los días y un 14,2% que lo hace varias veces a la semana.

Sintetizando la información anterior, se podrían trazar cuatro tipologías de jugadores según su dedicación:

	2.009	2.010
Habituales (todos los días, varias veces a la semana)	16.3	18.1
Semanales (una vez a la semana)	29.0	37.9
Esporádicos (entre una y tres veces al mes)	26.9	29.7
Infrecuentes (de vez en cuando)	27.5	14.2

Los jugadores habituales son fundamentalmente hombres menores de 35 años, con escasa presencia de mujeres o mayores de esta edad. Según disminuye la frecuencia de juego las variables de sexo y edad tienden a equilibrarse (tablas 21 y 22).

Gráfico 4
Lugares desde donde se juega por Internet
(%)

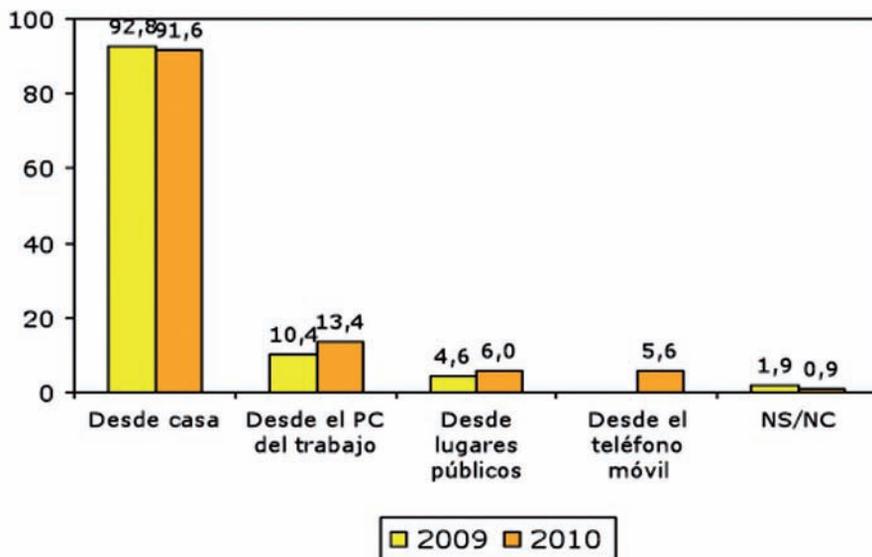


Tabla 21

TIPOLOGÍA DE JUGADORES DE INTERNET SEGÚN FRECUENCIA DE JUEGO, POR VARIABLES (%)

	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Total	18.1	37.9	29.7	14.2	3.2
Hombres	21.3	35.8	30.4	10.8	1.7
Mujeres	12.5	41.0	28.6	11.3	6.0
Menores de 25 años	19.7	33.3	34.1	9.8	3.0
De 25 a 34 años	18.7	41.5	28.1	8.2	3.5
De 35 a 44 años	16.0	38.0	28.0	14.0	4.0
Mayores de 45 años	16.4	37.7	27.9	16.4	1.6
(n)	(63)	(106)	(90)	(32)	(32)

Tabla 22

TIPOLOGÍA DE JUGADORES DE INTERNET SEGÚN FRECUENCIA DE JUEGO, PERFIL SOCIOLÓGICO (%)

	Total jugadores por Internet	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
Hombres	63.8	75.0	60.2	65.2	62.7	33.3
Mujeres	36.2	25.0	39.8	34.8	37.3	66.7
Menores de 25 años	28.4	31.0	25.0	32.6	25.5	26.7
De 25 a 34 años	36.9	38.1	40.3	34.8	27.5	40.0
De 35 a 44 años	21.6	19.0	21.6	20.3	27.5	26.7
Mayores de 45 años	13.1	11.9	13.1	12.3	19.6	6.7
(n)	(464)	(63)	(106)	(90)	(32)	(5)

4.3. Duración de la sesión de juego por Internet.

Se preguntó a los entrevistados cuánto tiempo suelen dedicar a algún juego de azar por Internet en un día laborable, o más bien, cada vez que se conecta. Como en otros indicadores, los datos indican un leve cambio en relación con 2009.

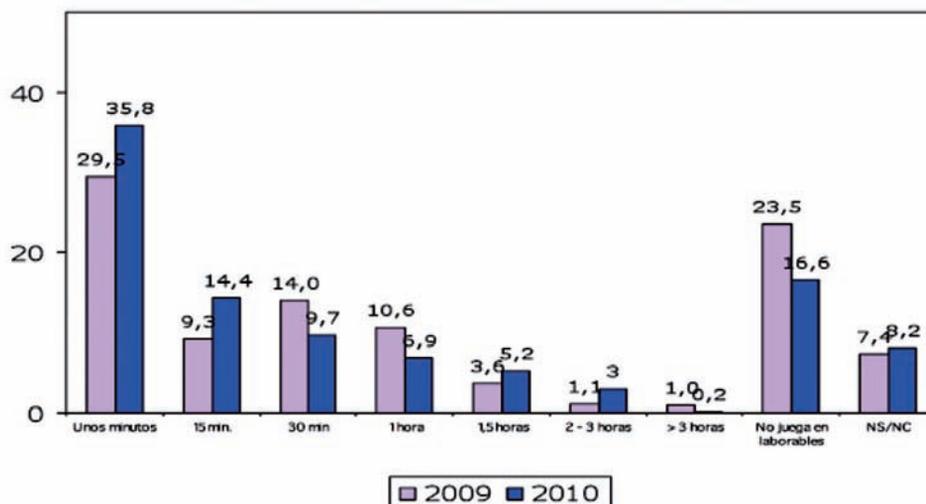
En general, como se observa, el tiempo que destinan los jugadores *on line* al juego es limitado: un 35,8% sólo destina unos minutos y un 9,3% un cuarto de hora. En el otro extremo, un 8,4% dice dedicar una hora y media o más, y un 6,9% una hora. Es decir, un 15,3% dedica a jugar por Internet una hora o más.

La medida estimada de dedicación diaria viene a ser en 2010 de 28,3 minutos, frente a 30,1 que se registró en 2009 (gráfico 5).

Los jugadores habituales destinan bastante más tiempo, casi una hora: 57,6 minutos; en tanto que todos los demás recuerdan dedicar

Gráfico 5

Tiempo dedicado al juego por Internet (día laborable) (%)



alrededor de 20 minutos. Este es el sesgo principal, en todo caso, se observa un mayor tiempo destinado al juego por Internet entre los jóvenes menores de 25 años (37,5 minutos) y entre 25 y 44 (30,5 m.) y entre los hombres (31,7 m.) frente a las mujeres (22,1 m) (tabla 23)

Tabla 23

TIEMPO DE LA SESIÓN DEDICADA A JUGAR (%)

	Unos minutos	Cuarto de hora	Media hora	Una hora	Hora y media	Dos o tres horas	Más de tres horas	No juega días labor.	NS/NC	Media (minutos)
Total	35.8	14.4	9.7	6.9	5.2	3.0	0.2	16.6	8.2	28.3
Hombres	34.1	13.9	10.5	7.1	6.4	4.4	0.0	15.9	7.8	31.7
Mujeres	38.7	15.5	8.3	6.5	3.0	0.6	0.6	17.9	8.9	22.1
De 18 a 25 años	21.2	17.4	15.9	9.8	7.6	3.8	0.8	11.4	12.1	37.5
De 25 a 34 años	35.1	17.5	5.3	5.3	6.4	4.7	0.0	20.5	5.3	30.5
De 35 a 44 años	48.0	10.0	7.0	8.0	3.0	0.0	0.0	19.0	5.0	19.0
Más de 45 años	49.2	6.6	13.1	3.3	0.0	1.6	0.0	13.1	13.1	17.3
Españoles	35.4	14.4	9.9	7.0	5.2	2.9	0.2	16.7	8.1	28.4
Inmigrantes	42.9	14.3	4.8	4.8	4.8	4.8	0.0	9.5	14.3	27.4
Tipología de los jugadores										
Habituales	25.0	13.1	7.1	17.9	11.9	15.5	1.2	3.6	4.8	57.6
Semanales	45.5	16.5	9.7	5.7	2.8	0.0	0.0	14.2	5.7	18.1
Esporádicos	33.3	14.5	13.8	4.3	5.8	0.7	0.0	18.1	9.4	24.2
Infrecuentes	29.4	11.8	5.9	2.0	2.0	0.0	0.0	33.3	15.7	16.7

5. El dinero jugado por Internet. Estimación del volumen de mercado del juego por Internet

No hay una fuente estadística que permita conocer el volumen de mercado del juego por Internet. Ante esta ausencia de datos, la "aproximación parcial" más fiable, a través de datos indirectos, procede de la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones, y esta a su vez, del convenio que mantiene con las organizaciones de medios de pago en España a través de tarjetas de crédito: Sermepa-Servired, Sistema 4B y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA-Sistema Euro 6000). Esta información es incompleta, ya que recoge sólo las operaciones por medio de las tarjetas bancarias que operan en España a través de estas redes. La fiabilidad de esta información es, en consecuencia, absoluta por lo que se refiere a las transacciones a través de las tarjetas de crédito pertenecientes a estas redes, pero no deja de ser parcial al no incluir medios de pago de considerable crecimiento reciente como *Paypal* ni otras tarjetas u otros sistemas de pago. Con todo, esta información es importante ya que sin duda las tarjetas de crédito de estas redes suponen un volumen importante del mercado del juego *on line*. Conviene, en consecuencia, resaltar la idea de "aproximación" de estos datos y considerarla quizá como un "suelo" para cualquier estimación fiable.

Los datos de la CMT disponibles para 2009 y 2010 se recogen en la tabla 24. La información disponible permite extraer varias conclusiones. El volumen de negocio generado por el juego y canalizado a través de las tarjetas emitidas por los sistemas españoles superó en 2009 los 355 millones de € y, en 2010, se aproximó a los 435 millones de €, con un crecimiento del 22,1%.

A los números anteriores que, conviene insistir, se ciñen al juego canalizado a través de las tarjetas de crédito de Servired, 4B y Euro 6.000, hay que añadir los canalizados a través de transferencias bancarias, *Paypal* y otros sistemas de tarjetas que no pasan su información a la CMT. En todo caso, cabe pensar que los recursos que se mueven a través de estos sistemas de pago constituyen la mayor parte de lo que mueve el juego en España, pero se desconoce realmente qué proporción representan.

Tabla 24

VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS EN ESPAÑA CANALIZADO A TRAVÉS DE TARJETAS DE CRÉDITO

Trimestre	Desde España con el exterior	Desde el exterior con España	Dentro de España	Total
I 09	72.241.218	271.875	14.836.390	87.349.483
II 09	68.921.680	299.246	17.384.390	86.605.316
III 09	69.233.764	485.957	16.026.638	85.746.358
IV 09	75.236.398	945.427	19.685.673	95.876.499
I 10	84.103.634	1.010.692	20.398.316	105.512.646
II 10	87.051.546	1.088.921	20.845.502	108.985.970
III 10	85.350.729	845.008	19.621.464	105.817.201
IV 10	88.380.328	1.205.320	24.281.840	113.867.201
Total 2009	285.633.060	2.002.505	67.933.091	355.577.656
Total 2010	344.886.237	4.149.941	85.147.122	434.183.300

Fuente: Comisión del Mercado de la Telecomunicaciones, *Informes Trimestrales sobre el Comercio Electrónico en España*.

En los dos años considerados se mantiene la tónica de que el volumen de recursos en juego que se mueve desde el exterior hacia España sea muy reducido, apenas un 1%, sin embargo, a la inversa, de España al exterior, se mueve casi el 80%.

Tomando estos datos como referencia se ha intentado calcular el volumen total de gasto en juego por Internet mediante las respuestas de los entrevistados. Algunas investigaciones¹³ han mostrado que las encuestas autoadministradas, en papel o por internet, permiten a los entrevistados expresarse con mayor libertad, de modo que sus respuestas se ajustan más a la realidad, sobre todo en temas en los cuales se impone la deseabilidad social (conductas socialmente no bien vistas: consumo de ciertas drogas, conductas sexuales atípicas, etc.) o existe una espiral de silencio (recuerdo de voto a ciertos partidos en ciertos ámbitos sociales). Está menos estudiado que esta forma de rellenar los cuestionarios permita a algunos entrevistados dar respuestas más precisas, o dicho de otra manera, que algunos no den respuestas exageradas o descabaladas, sin que el control social ejercido implícitamente por el entrevistador les impida darlas. En todo caso, es la mejor fuente disponible en este momento para estimar los recursos que se mueven en este mercado, a salvo de márgenes de error difíciles de estimar.

Los datos recogidos en las dos ediciones de este estudio permiten conjeturar algunas ideas sobre este tema, a partir de los datos de la tabla 25:

1. Es plausible suponer que los entrevistados, en conjunto, dan respuestas razonablemente ajustadas a la realidad, aunque quizá con un componente de imprecisión, derivado de redondeos, hábitos, etc. En todo caso, a partir de sus respuestas parece posible estimar el volumen de recursos destinados al juego por internet.

13. Tourangeau, R. y Yan, T. "Sensitive question in surveys", *Psychological Bulletin* 133, 2007, p. 853-883.

2. Se produce, en todo caso, un segmento minoritario de respuestas claramente descabadas o inasumibles. Ni siquiera como conductas personales no convencionales pueden integrarse en los resultados de una investigación de respuestas que inexorablemente llevarían a la ruina en pocos meses o semanas al entrevistado que las responde. Por tanto, hay que reputarlas de atípicas ya que están fuera de los rangos en que pueden considerarse propias de conductas normales.

Teniendo en cuenta las dos consideraciones anteriores, se ha definido un procedimiento de estimación que trata de subsanar los dos problemas anteriores. De paso, se ha revisado la estimación de la edición del año pasado. En primer lugar, para hacer las estimaciones sobre el volumen de dinero jugado se han tomado únicamente las respuestas de los entrevistados que señalan alguna cantidad a la pregunta de su gasto mensual en juego *on line*. En segundo lugar, se ha aplicado la metodología de Tucker para la detección de casos atípicos, utilizando 4 veces el recorrido intercuartílico como línea de exclusión:

$$\text{Atípico} = > (Q3 + (4 \times \text{RIQ})) \text{ ó } < (Q1 - (4 \times \text{RIQ}))$$

El corte superior a partir del que una cantidad se ha considerado atípica es el siguiente:

$$2009 = 120,00 \text{ €}$$

$$2010 = 160,00 \text{ €}$$

Con estas restricciones, la estimación del volumen de dinero generado por el juego *on line* en España es la siguiente:

	2.009	2.010
Jugadores on line (en miles)	1.679	2.125
Cantidad mensual jugada en Internet (en €)*	22,78	24,97
Cantidad anual jugada por jugador (en €)	273,36	299,64
Volumen global de cantidades jugadas en Internet (miles €)	458.971	636.735
(*) Considerando atípicos los valores descritos.		

La estimación de 459,0 millones de € como volumen jugado por Internet durante 2009 corrige levemente a la baja nuestras estimaciones de la edición anterior. En 2010 cabe estimar, a partir de las respuestas de los entrevistados, que el volumen jugado fue algo superior a los 636,7 millones de €.

Complementariamente, cabe afirmar que los jugadores por Internet consideran que controlan las cantidades que arriesgan: el 91,8% afirma que suele poner un tope a las cantidades que juega. En esto, son similares al conjunto de la población.

Tabla 25

**ESTIMACIÓN DEL GASTO MENSUAL
EN JUEGO ON LINE (%)**

	2.009	2.010
De 1 a 5 €	21.6	14,9
De 6 a 12 €	22.2	22,6
De 13 a 30 €	21.1	33,2
De 31 a 60 €	12.0	15,3
De 61 a 100 €	5.1	5,2
De 100 a 500 €	2.7	5,4
De 501 a 1.000 €	0.9	0,9
Más de 1.000 €	0.2	0,6
NS/NC	14.2	1,9
(n)	(460)	(464)
Media global (sin excluir casos atípicos)	47.3	67,1
Media Mensual acotada (excluidos atípicos)	22.78	24,97

6. Conocimiento de la organización del juego por Internet

6.1. Aspectos generales.

Una conclusión relevante del informe de la edición del pasado era la comprobación del elevado desconocimiento de los aspectos organizativos del juego por Internet en España. Cabe afirmar que tal desconocimiento se mantiene, incluso parece ampliado. Dos indicadores son muy reveladores:

En primer lugar, el desconocimiento de la sede del operador con el que juegan. Las tres cuartas partes creen que se encuentran en España, como se aprecia, apenas hay variación sobre los datos del año pasado:

Texto de la pregunta: "¿Sabe si el operador de juegos on line de los juegos en los que participa con más frecuencia está en España o fuera de España?"		
	2.009	2.010
Está en España	76.9	71.2
Está fuera de España	23.1	28.8
(n)	(460)	(464)

De la misma manera, hay una considerable desinformación sobre a quién reclamar si no se pagan los premios, lo que puede interpretarse como una forma de indefensión. La proporción de jugadores sin esta información raya literalmente en la indefensión social ante eventuales abusos:

Texto de la pregunta: "Supongamos que le toca un premio en un juego on line y no le pagan, ¿sabe cómo tendría que reclamar?"		
	2.009	2.010
Sí	35.9	42.2
No	64.1	57.8
(n)	(460)	(464)

En suma, los datos son concluyentes: el juego *on line* en España se está desarrollando en un ambiente de generalizada desinformación entre los jugadores, dejando netamente abiertos flancos para operaciones ilícitas de no pago de los premios.

6.2. Criterios de elección de un operador de juego *on line*.

Los datos recogidos en la tabla 26 son contundentes, a la hora de responder a qué le da importancia en el momento de elegir un operador de juego por Internet. El juego tiene su lógica y los jugadores se atienen a ella y conduce a que lo más valorado de un operador de juego por Internet sean los premios. A distancia queda que sus propietarios sean conocidos, y es poco relevante que regale puntos o bonus para fidelizar. El jugador parece tener en la cabeza como criterio la cuantía del premio. E irrelevante que destine un porcentaje de sus ingresos a fines sociales. Tan benemérita idea no es congruente con la lógica del juego, que es volcar todos los recursos en juego en premios.

Tabla 26

CRITERIOS DE ELECCION DE UN OPERADOR DE JUEGO ON LINE (%)

Texto de la pregunta: "La hora de elegir un operador de juegos on line, ¿qué importancia le das a cada uno de los siguientes factores, de 0 a 10?"

	Importancia de 0 a 10				
	< 5	5 y 6	7 y 8	9 y 10	Media
Que de premios altos por encima de otros operadores	8,0	19,2	28,0	44,9	7,6
Que se conozca quiénes son sus propietarios	14,2	22,6	14,2	29,0	7,1
Que dé puntos o regalos por jugar	16,0	25,2	29,7	29,1	6,7
Que dedique un porcentaje de sus ingresos a fines sociales	25,7	31,5	25,5	17,5	5,8

CONCLUSIONES

7. Conclusiones

1. Las conclusiones alcanzadas coinciden en gran medida con las expuestas en el estudio realizado por IPOLGOB en 2009¹⁴. Por ello, muchas de ellas se mantienen vigentes en la actualidad, lo cual nos indica que el cambio social en las materias que nos han ocupado en este estudio ha sido muy poco importante:

- Jugar alguna vez en España es universal, prácticamente todos los españoles lo han hecho alguna vez.

- El perfil de los jugadores tiende a confundirse con el conjunto de la población. No obstante, los jugadores son con más frecuencia hombres, aunque este dato se ha equilibrado en el último año, de edad intermedia y de estatus social medio hacia arriba, es decir, jugar depende también de la disponibilidad de recursos para apostar.

- La Lotería Nacional, la primitiva, los cupones y juegos de la ONCE y las quinielas son juegos universales: cualquier residente en España los juega en cualquier momento. El resto de los juegos de azar son mucho más especializados y tienen, por así decirlo, sus públicos, diferentes de los demás.

- Los jugadores consideran el juego sujeto al azar, no hay intervención de la inteligencia del jugador, salvo para el fragmento de practicantes de juegos como el póker o los de casino. Desafiar al azar forma parte de su atractivo.

- La imagen del juego en la sociedad está dominada por los aspectos económicos: es una industria y una fuente de recaudación de impuestos. Para los jugadores habituales es también un entretenimiento. Además, existe un núcleo de opinión hostil al juego, que lo considera un vicio y no detecta en él contribuciones positivas a la sociedad. En suma, la imagen del juego es poliédrica y un tanto polarizada socialmente con un bloque de opinión beligerantemente en contra.

14. Ruiz Martínez, 2010, p. 84-88.

- La percepción de las cantidades gastadas oscilan mucho entre los jugadores. El centro de gravedad se sitúa entre 6€ y 30€/mes para los jugadores que se declaran más o menos habituales. La cantidad media que recuerdan haber gastado los jugadores ha descendido en un año de 22,5€/mes a 20,9€/mes, aunque es obvio que la media real es más alta.

- Los jugadores destinan al juego apenas 10 minutos de su tiempo en un día laborable, lo que revela que es una actividad con un componente impulsivo.

- El juego es una actividad individual de ocio en la mayor parte de las ocasiones, aunque puede desarrollarse en compañías de otras personas y, en ciertas ocasiones, es un elemento que contribuye a la socialización entre familiares, amigos o compañeros de trabajo.

2. Se mantienen también las conclusiones sobre el juego por Internet. La población que juega por Internet arriesgando dinero asciende a un 6,4%, es decir, 2.140.000 individuos aproximadamente, entre 18 y 70 años, lo que supone un sensible incremento respecto a las estimaciones del pasado año:

- El perfil de los jugadores por Internet es similar al de los internautas en general: menores de 35 años en su inmensa mayoría, dos tercios son hombres y su estatus social es alto, medio-alto o medio-medio.

- A Internet se juega desde el hogar y, aunque crece como canal de juegos pasivos, es el escenario preferente del póker y juegos de casino adaptados a Internet, que requieren cierto tiempo para disfrutar de ellos y aprenderlos. Este perfil se confirma en otros estudios internacionales disponibles sobre el tema.

- La percepción sobre las cantidades que se juegan por Internet ha aumentado, pasando de 22,8 €/mes a 25,0 €/mes. Dado el incremento de las cantidades jugadas o gastadas y de jugadores que arriesgan dinero, la recaudación se puede estimar que se sitúa alrededor de los 636,7 millones de € (a partir de estimaciones sobre las declaraciones de cantidades gastadas por los jugadores). Esta estimación parece coherente con los datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones sobre transacciones de tarjetas

destinadas al juego que, aunque parcial, es una de las más sólidas referencias disponibles, que sitúa las transferencias a través de los sistemas más difundidos de tarjetas en 434 millones de €. Esto quiere decir que habría otros 200 millones de € que se canalizan por otros sistemas de pago o por sistemas de tarjetas que no ofrecen su información a la CMT.

- Los aspectos organizativos del juego por Internet son casi desconocidos: son pocos los jugadores que saben a quién reclamar si no les pagan los premios, si los operadores están en España o en el exterior, etc. Por otro lado, para ellos esto es casi irrelevante.

- Para elegir un operador de juegos por Internet lo más importante es la cuantía de los premios. Las demás consideraciones quedan excluidas de la lógica de los jugadores. Ni siquiera elementos de fidelización (acumulación de bonus, etc.) parecen relevantes como factores de atracción de clientes a un operador.

3. El 5,6% juega por SMS, pero esta vía se reduce a los concursos de acertijos y rompecabezas de las televisiones amenizadas por presentadores o presentadoras. Quienes juegan a otros juegos a través de SMS son segmentos casi inapreciables.

4. Como todas las actividades, el juego está sufriendo los efectos de la crisis:

- Ha aumentado el número de jugadores a juegos pasivos, empujados por la idea de conseguir algún complemento a sus ingresos (*un ingreso complementario*, "una ayudita"). Pero ha disminuido la cantidad media jugada por jugador y la frecuencia de juego. Además, se detecta que un segmento de jugadores ha dejado de jugar.

- Las cantidades destinadas a juego están siendo sometidas a un fuerte y creciente autocontrol. Si el pasado año el 73,2% declaraba que controlaba el dinero que jugaba, en 2010 esta proporción asciende al 91,8%. Hay también una percepción de que se juega menos que el año pasado: si en 2009 el 22,3% de los entrevistados lo afirmaba, en 2010 ha crecido hasta el 27,0%. Estos datos no son muy distintos de los que se pueden encontrar en la dinámica general

de los mercados en estos meses. El juego no puede sustraerse a la lógica de la crisis, pero contiene un elemento que opera en escorzo: la propia crisis genera una demanda de expectativas de poder tapar algunos agujeros mediante el recurso a la suerte, impulsivo y poco costoso.

- Internet está avanzando como canal para jugar los juegos universales pasivos (Lotería Nacional, juegos de la ONCE, loterías primitivas), aunque aún es minoritario en el conjunto de los canales.

- En las motivaciones del juego inciden elementos de muy diversa índole: la facilidad de la apuesta, el desafío al riesgo, la expectativa de ganar algún dinero que permita conseguir algún ingreso extraordinario –o salir de apuros-, etc. Llamativamente, el juego no aparece distante de las preocupaciones cotidianas, no actúa como una evasión, para buena parte de los jugadores está entrelazado con ellas.

- Del dinero que se destina al ocio, el juego recoge apenas el 10% por término medio, entre los jugadores. Como es natural, entre los jugadores habituales crece esta proporción, sobre todo en algunos segmentos de estos jugadores que llegan a dedicarle la cuarta parte o más del dinero que destinan al ocio.

ANEXOS

A.1. Metodología

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

1. Muestra representativa de la población española comprendida entre 15 y 75 años:

- Dimensión de la muestra **1.000 individuos.**
- Margen de error +/- 3,2 %.
- Cuestionario 10 minutos.
- Aplicación Telefónica.
- Muestreo Proporcional a la población,
por zonas geográficas y hábitat
Cuotas de edad, sexo y actividad.
- Red de campo Millward Brown.

El cuestionario se incluyó en el estudio ómnibus de Millward Brown, en la semana del 13 de noviembre al 17 de diciembre de 2.010.

2. Muestra de jugadores por Internet

El cuestionario destinado a los jugadores *on line* se incluyó en web:

- Universo Personas que hubieran jugado
algún juego de azar por Internet
en los últimos seis meses.
- Dimensión de la muestra **460 individuos**
- Margen de error +/- 4.7%

Segundo informe sobre la percepción social respecto al juego de azar en España

- Cuestionario 7 minutos.
- Aplicación Autoministrado en web / hogar
Envío de un link a la
población interesada.
- Red de Campo NetQuest

El diseño partió de cuotas 'elásticas', tomando como base la caracterización sociológica que se recoge en la tabla 19, y que preveía que el propio trabajo de campo ajustase las entrevistas realizadas a la realidad del perfil sociológico de los jugadores *on line*. El trabajo de campo se realizó entre el 10 y el 15 de enero de 2011.

A.2. Cuestionario: Población general

Datos de clasificación: Sexo, Edad, Nacional/Inmigrante: origen, Estatus social, Comunidad de residencia

CUESTIONARIO A INCLUIR EN EL ÓMNIBUS

1. De los juegos que le voy a mencionar, ¿puede decirme cuál ha jugado alguna vez, aunque haga mucho tiempo?, nos referimos a juegos en los que haya arriesgado dinero para ganar (sugerida).

2. ¿Juega usted habitualmente alguno de estos juegos?, ¿puede decirme cuál? (posible múltiple).

3. ¿Ha jugado a alguno de estos juegos por Internet arriesgando dinero? (puede decirme cuáles) (múltiple)

4. Y por teléfono o SMS? (puede decirme cuales) (múltiple)

	P. 1. Alguna vez	P. 2. Habitualmente	P. 3. Internet	P. 4. Teléfono SMS
Lotería nacional	1	1	1	1
Euromillón, loterías primitivas	2	2	2	2
Otras loterías	3	3	3	3
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc	4	4	4	4
Quinielas	5	5	5	5
Los cupones de la ONCE	6	6	6	6
Poker rooms o torneos de póker, jugando dinero	7	7	7	7
Bingo	8	8	8	8
Juegos de casinos, o ir a un casino	9	9	9	9
Maquinas de juegos de bares o salones	10	10	10	10
Juegos on line, por Internet: poker, loterías, etc., arriesgando dinero	11	11	11	11
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una chica	12	12	12	12
No juego ninguno habitualmente		99	99	99

5. ¿Con qué frecuencia suele usted jugar a cualquier tipo de juego de azar con premios, es decir, a cualquiera de los juegos anteriores? (leer)

- Todos los días 1
- Varias veces a la semana 2
- Una vez a la semana 3
- Una vez cada dos o tres semanas 4
- Una vez al mes 5
- Alguna vez al año 6
- Sólo en reuniones familiares o de amigos 7
- Nunca 8

6. Me gustaría conocer su opinión sobre los juegos de azar. Le voy a leer unas frases para que me diga si está de acuerdo o en desacuerdo con ellas:

	Acuerdo	Desacuerdo
El juego es una forma de entretenimiento, una diversión		
Es una forma de ganar dinero o de hacerse rico		
Es una industria o un negocio de algunas empresas		
Es una actividad de la que se recaudan impuestos		
Un sector económico que genera puestos de trabajo		
Un vicio, una forma de derroche		
Una actividad que genera un beneficio a la sociedad		

7. En su opinión, ¿qué influye más en estos juegos? (leer)

- El azar 1
- Inteligencia del jugador 2
- La habilidad del jugador 3
- N/C 4

SÓLO SI JUEGA HABITUALMENTE A ALGÚN JUEGO EN P. 2 (no cód. 99); O JUEGA ALGUNA VEZ EN P. 3. (cód. 1, 2, 3, 4, 5, 6)

8. Antes me comentó que juega habitualmente a algunos juegos de azar arriesgando dinero. Le voy a leer ahora una serie de frases, me gustaría que me dijera si está de acuerdo o en desacuerdo con ellas:

	Acuerdo	Desacuerdo
Jugar permite charlas con amigos o compañeros de trabajo	1	2
Me gusta jugar cuando lo hacen también compañeros o amigos	1	2
Jugar me relaja, me permite pasar un rato distraído de otras preocupaciones	1	2
Jugar a los juegos que yo practico me permite pensar, activar la mente	1	2
Jugar me permite reducir el estrés de otras preocupaciones diarias	1	2
Controlo el dinero que juego	1	2

9. En la situación económica actual, y respecto al año pasado, diría usted (leer)

- Que juega más que hace un año 1
- Que juega igual que hace un año 2
- Que juega menos que hace un año 3

10. En un día laboral, ¿cuánto tiempo suele dedicar a algún tipo de juego de azar, de los comentados antes?

- Unos minutos 1
- Un cuarto de hora 2
- Media hora 3
- Una hora 4
- Una hora y media 5
- Dos o tres horas 6

- Más de tres horas 7
- NS/NC 8

11. Cuando juega, es decir cuando pasa estas horas, ¿lo suele hacer (leer) ...

- Sólo 1
- Con personas que miran 2
- Con personas que juegan 3
- Me da igual 4
- N/C 5

12. Qué cantidad mensual juega habitualmente en este tipo de juegos por término medio?, es decir, ¿qué cantidad gasta o suele dedicar al juego cada mes?

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

13. Le pediré ahora que haga un cálculo. ¿Qué proporción del dinero que gasta en ocio cada mes o cada semana dedica al juego? (leer)

- Casi todo 1
- Más de la mitad 2
- La mitad 3
- Algo menos de la mitad 4
- La cuarta parte 5
- La décima parte 6
- Casi nada o nada 7

Muchas gracias

A.3. Cuestionario *on line*

En primer lugar, puede decirme su edad **(ATENCIÓN: LOS ENTREVISTADOS DEBEN TENER 18 AÑOS O MÁS)**

(anotar literalmente)

A. Sexo:

Hombre

Mujer

B. Nacionalidad

Español

1 – Pasar a P.D.

No español

2

Si contesta código 2 en pregunta B, hacer pregunta C y luego D y E, y saltar pregunta D y E.

C. Nos puede indicar en que zona geográfica está su país de origen:

Europa Occidental 1

Europa del Este 2

Africa del Norte 3

África subsahariana 4

Asia 5

América Latina 6

Oceanía 7

D. Comunidad de residencia

Andalucía	1
Aragón	2
Asturias	3
Baleares	4
Canarias	5
Cantabria	6
Castilla La Mancha	7
Castila y León	8
Cataluña	9
Extremadura	10
Galicia	11
Madrid	12
Murcia	13
Navarra	14
País Vasco/Euskadi	15
La Rioja	16
Comunidad Valenciana	17
Ceuta	18
Melilla	19

E. ¿En qué ciudad vives?

1. De los siguientes juegos, ¿a cuáles has jugado alguna vez *ON LINE*, por Internet, en los seis últimos meses?
2. ¿Juegas habitualmente a alguno de estos juegos, arriesgando dinero?, (posible múltiple).
3. ¿A cuáles de estos juegos has jugado en el último mes?
4. De estos juegos, ¿cuál consideras más rentable jugando *on line*, es decir, con el se puede conseguir más dinero en premios jugando menos dinero? (respuesta única)
5. Valora de 0 a 10, siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor, los siguiente juegos *on line*, por lo que se refiere al placer que le produce, el entretenimiento, su agilidad, etc.,
6. De todos estos juegos *on line*, ¿cuál es el que más te gusta, el que prefieres?

	P. 1. Ha jugado on line	P. 2. Juega habitualmente	P. 3. En el mes	P. 4. Es más rentable	P. 5. Valorac (0 a 10)	P. 6 Preferencia (Única)
Lotería nacional	1	1	1	1		1
Euromillón, loterías primitivas	2	2	2	2		2
Otras loterías	3	3	3	3		3
Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc	4	4	4	4		4
Quinielas	5	5	5	5		5
Los cupones de la ONCE	6	6	6	6		6
Poker rooms o torneos de poker, jugando dinero	7	7	7	7		7
Bingo	8	8	8	8		8
Juegos de casinos, o ir a un casino	9	9	9	9		9
Maquinas de juegos de bares o salones	10	10	10	10		10
Juegos on line, por Internet: poker, loterías, etc., jugando dinero	11	11	11	11		11
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una chica	12	12	12	12		12
No he jugado a ninguno en los últimos 6 meses	0	0	0			

7. ¿Con qué frecuencia sueles jugar *on line* cualquier tipo de juego de azar con premios, es decir arriesgando dinero?

- Todos los días 1
- Varias veces a la semana 2
- Una vez a la semana 3
- Una vez cada dos o tres semanas 4
- Una vez al mes 5
- Alguna vez al año, de vez en cuando 6
- Nunca 7

SI CÓD. 1, 2, 3, 4, 5, 6 EN P. 1.

8. Antes me respondiste que juegas a loterías y apuestas organizadas por el Estado (lotería, ONCE, quinielas, carreras de caballos, etc.) *on line*, ¿cuánto lo haces, utilizas la web oficial de Loterías y Apuestas del Estado?

- Sí 1
- No 2
- No recuerda 3

8a. ¿Juegas *on line* a través de alguna peña o de forma individual?

- A través de una peña 1
- De forma individual 2

A TODOS

9. Respecto a estos juegos *on line*, dirías que

- | | |
|--------------------------------|---|
| - Juegas más que hace un año | 1 |
| - Juegas igual que hace un año | 2 |
| - Juegas menos que hace un año | 3 |

10. ¿Desde dónde juegas a estos juegos *on line*?

- | | |
|--|---|
| - Desde mi casa | 1 |
| - Desde locales públicos (hoteles, cibercafés,...) | 2 |
| - Desde el ordenador de mi trabajo | 3 |
| - Con el teléfono móvil | 4 |
| - otros (especificar) | 5 |

11. En un día laboral, ¿cuánto tiempo sueles dedicar a algún tipo de juego de azar *on line*, de los comentados anteriormente?

- | | |
|-----------------------------------|---|
| - Unos minutos | 1 |
| - Un cuarto de hora | 2 |
| - Media hora | 3 |
| - Una hora | 4 |
| - Una hora y media | 5 |
| - Dos o tres horas | 6 |
| - Más de tres horas | 7 |
| - No lo se | 8 |
| - No juego en los días laborables | 9 |

12. ¿Qué cantidad mensual juegas habitualmente en este tipo de juegos *on line*, por término medio?

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

13. Y ¿qué cantidad crees que ganas con estos juegos *on line* al mes?

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

14. ¿Normalmente sueles poner un tope a la cantidad que te va a jugar?

- Sí 1

- No 2

15. A continuación podrás ver algunas preguntas sobre la "organización" de los juegos *on line*. Supongamos que te toca un premio en un juego *on line* y no te lo pagan, ¿sabes cómo tendrías que reclamar?

- Sí 1

- No 2

16. ¿Sabes si el operador de juegos *on line* de los juegos en los que participas con más frecuencia, está en España o fuera de España?

- Está en España 1

- Está fuera de España 2

Con el patrocinio de

