

Percepción social sobre el juego de azar en España 2013

IV

IPOLGOB

Instituto de Política y Gobernanza

Universidad Carlos III de Madrid

Con el patrocinio de



OTROS TÍTULOS:



Anuario del juego en España 2011/12, (2012) IPOLGOB-esj (Estudios sobre Juego), Gómez Yáñez, J. A. (dir).



El juego diseccionado, (2012), IPOLGOB-esj (Estudios sobre Juego), Lafaille, J.M.; Simonis, G.



Percepción social sobre el juego de azar en España (III), (2012) Monografías Política y Gestión, IPOLGOB, Varios.

JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ
Profesor de Sociología
Miembro del Instituto de Política
y Gobernanza
Universidad Carlos III de Madrid
Socio de Estudio de Sociología
Consultores

JOSÉ IGNACIO CASES
Profesor Emérito de Ciencia
Política y de la Administración
Miembro del Instituto de Política
y Gobernanza
Universidad Carlos III de Madrid

GERMÁN GUSANO SERRANO
Abogado y Politólogo
Director de la Fundación Codere

CARLOS LALANDA
Centro de Estudios de Políticas
y Legislación de Juego

JOSÉ RAMÓN ROMERO
Centro de Estudios de Políticas
y Legislación de Juego

ANA CASES COMYN
Centro de Estudios de Políticas
y Legislación de Juego

Percepción social sobre el juego de azar en España 2013

IV

Edición, febrero de 2013

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o cualquier medio, ya sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright. Reservados todos los derechos, incluido el derecho de venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de cesión del uso del ejemplar.

Impreso en España / *Printed in Spain*

© 2013. IPOLGOB-UC3M. José Antonio Gómez Yáñez, José Ignacio Cases, Germán Gusano, Carlos Lalanda, José Ramón Romero y Ana Cases Comyn.

Diseño: Javier Perea Unceta (ideas@nicandwill.com)

Maquetación: Nic And Will

Impresión: Eurocolor Dos

Edita: IPOLGOB-UC3M

Con el patrocinio de Fundación CODERE

ISBN: 978-84-695-7513-0

D.L.: M-14088-2013

Percepción social sobre el juego de azar en España 2013

IV

JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

Profesor de Sociología
Miembro del Instituto de Política y Gobernanza
Universidad Carlos III de Madrid
Socio de Estudio de Sociología Consultores

JOSÉ IGNACIO CASES

Profesor Emérito de Ciencia Política y de la Administración
Miembro del Instituto de Política y Gobernanza
Universidad Carlos III de Madrid

GERMÁN GUSANO SERRANO

Abogado y Politólogo
Director de la Fundación Codere

CARLOS LALANDA

Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego

JOSÉ RAMÓN ROMERO

Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego

ANA CASES COMYN

Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego

Índice

Presentación	009
Resumen ejecutivo	011
1. La práctica del juego. Datos generales	015
2. ¿Qué es el juego en España?, ¿qué activa el juego entre los españoles?	027
3. Juego y crisis económica: el juego en los hogares con problemas económicos	035
4. El juego presencial	037
1. Metodología	037
2. Los juegos públicos	041
Lotería Nacional	041
Loterías Primitivas: Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto, Euromillones	043
Cupones de la ONCE	045
Quinielas	047
3. El juego y el clima social. La diferencia entre los juegos públicos y los juegos de gestión privada	049
4. Los juegos de gestión privada	049
Bingo	049
Juegos de casino. Ir a un casino	053
Jugar al póquer en casinos	055
Jugar al póquer con amigos en bares o timbas informales, pero no en casa	057
Máquinas tragamonedas en bares o salones de juego	059
Apuestas deportivas en salones de juego	062
Concursos de preguntas y respuestas por televisión	064

5. El juego <i>online</i>	065
1. Perfil sociológico de los jugadores <i>online</i>	065
2. ¿A qué se juega por Internet?	067
Normalización de Internet como vía de acceso a los juegos públicos.....	068
Los juegos específicos de Internet.....	069
3. Juego presencial y juego <i>online</i>	070
4. Perfil sociológico de los juegos por Internet	070
5. Motivaciones del juego por Internet	071
6. Frecuencia del juego por Internet	073
7. Tiempo destinado a jugar en internet	074
8. Confianza en las webs de juego	074
9. Cantidades jugadas	076
Medios de pago.....	076
Se juega ¿más o menos?.....	076
Estimación de las cantidades jugadas <i>online</i>	077

ANEXOS

Recogida de la información	083
Cuestionario para la población general	084
Cuestionario <i>online</i> para jugadores por Internet	095

Presentación

La aparición de este IV Informe sobre la percepción de los españoles sobre el juego de azar supone, a mi juicio, la consolidación de un esfuerzo realizado y mantenido por investigadores del Instituto de Política y Gobernanza (IPOLGOB) de la Universidad Carlos III de Madrid acerca de una materia –el juego de azar– que, por lo general, no ha atraído la atención de la comunidad académica, salvo alguna excepción, entre las que sin duda se encuentra nuestro Instituto.

Me gustaría señalar que en el ámbito de las ciencias sociales no es frecuente encontrar un ejemplo de colaboración entre el sector privado –Fundación Codere– y la Universidad Pública. Ello nos enorgullece a ambas partes y contribuye como un elemento más a mostrar la modernización y los nuevos caminos que el partenariado entre lo público y lo privado significa.

El juego de azar, aún en tiempos de crisis, constituye una actividad económica nada desdeñable. El Estado de Bienestar, aunque evidentemente sufre un cierto cuestionamiento, no ha desaparecido ni parece que pueda llegar a hacerlo. Por lo tanto, el ocio y el entretenimiento siguen ocupando una parcela importante del tiempo libre que disfrutamos.

Es cierto que no de toda persona con tiempo libre puede decirse que tiene tiempo de ocio. Parece que para disfrutar de este último es necesario previamente disponer de tiempo de no-ocio (*nec otium*) ya que tener simplemente tiempo (mucho, como es el caso de quien está en paro) no significa disfrutar de este lapso temporal como ocio sino, posiblemente, de todo lo contrario (preocupación).

El Informe recoge como resultado de la encuesta que sirve de base para elaborarlo, la percepción de muchas personas que creen que no juegan, aunque en realidad sí lo hagan, porque lo hacen en juegos tan generalizados (mayormente es el caso de los juegos públicos) que socialmente se aceptan casi como no-juegos reduciéndolos a meras prácticas sociales.

Esta situación se percibió ya cuando en 1986 se publicó el Libro Blanco del Juego por la Comisión Nacional del Juego radicada en el Ministerio del Interior de quien, en aquellos años, dependía el juego de azar. Fue una iniciativa pionera en la que entre las sorpresas que deparó estuvo la de reflejar que muchas personas no eran conscientes de que jugaban, puesto que no se reconocían como jugadores, al desconocer que el juego de azar no sólo es el juego “duro” sino también lo que aparece más bien como costumbre, por ejemplo, nuestro sorteo de Navidad conocido en casi todos los países simplemente como “El Gordo”.¹

1/ LAFAILLE, J.-M. y SIMONIS, G. (2012) *El juego diseccionado. Un análisis conceptual sobre los juegos de azar*, Madrid IPOLGOB-esj, pg 51: “La lotería de más éxito, todavía en funcionamiento como lotería numerada de forma consecutiva, continúa siendo, desde hace más de trescientos (sic) años, la de “El Gordo”, la lotería de Navidad de España”.

También desearía resaltar alguna otra conclusión que, si no es novedosa para los expertos, si lo es para quien es fácil presa de un pensamiento generalizado pero, en muchos casos, ni preciso ni siquiera acertado. Me refiero a la actitud que adopta la sociedad española en tiempo de crisis económica respecto del juego de azar. ¿Quién diría que si bien es cierto que el número de jugadores se ha incrementado, éstos juegan con menos frecuencia y menos cantidades? Resulta, pues, muy claro que los jugadores “racionalizan” la forma de su ocio y no pierden –como quiere la “ciencia ficción”- el control sobre su gasto.

Las escandalosas, por abultadas, cifras sobre la población en riesgo y la ludopatía generalizada que aparecen con frecuencia en los medios de comunicación no responden en absoluto a la realidad. No estoy afirmando que no exista el problema de adicción al juego de azar y que ello no deba preocupar a los poderes públicos, sino todo lo contrario. Pero es evidente, desde un punto de vista académico, que para atajarlo o al menos disminuir su impacto, se requiere un diagnóstico certero que no incurra en exageración alguna.

En el año 2012 hemos asistido a la amplia implantación de la Ley 13/2011, de Regulación del Juego, que fue aprobada por las Cortes como un intento algo tardío y porqué no decirlo apresurado para regular una realidad –el juego *online*- que resultaba inabarcable para las administraciones públicas autonómicas. En este Informe se recoge con claridad un dato incuestionable: siguen abiertas webs no autorizadas cuyo funcionamiento, por un lado supone competencia desleal frente a los operadores legalmente autorizados a realizar sus ofertas de juego en territorio español y, por otro, una merma importante en los ingresos fiscales del Estado, tan necesitado ahora, desgraciadamente, de ellos.

José Ignacio Cases

Profesor Emérito

Instituto de Política y Gobernanza

Resumen ejecutivo

1. Se suele decir que cuando hay crisis económica se juega más. No es así, el juego no escapa a la alteración de comportamientos y hábitos que está produciendo la “gran recesión”. En este tiempo de crisis juegan más personas, pero cantidades más reducidas. La novedad en 2012 es que han disminuido tanto la frecuencia con que se juega como la cantidad de juegos y el dinero que se juega. Esto afecta sobre todo a los sectores que se pueden considerar de status medio bajo y a los inmigrantes. Como en los demás gastos de ocio y entretenimiento, lo que se gasta en juego se está controlando en todos los hogares, incluso en los acomodados.

También la proporción que representa el juego en el conjunto de los gastos de ocio ha disminuido, pasando del 9,4% al 7,7%, centrándose este descenso en los jugadores menos habituales. Puede decirse que con la crisis lo que aumenta es la demanda de suerte, especialmente en los juegos de “ilusión”, en los que un golpe de suerte a cambio de muy poco dinero puede dar un respiro o hasta resolver la vida. La crisis favorece el comportamiento impulsivo de comprar o rellenar un boleto por si “hay suerte”.

2. La relación de los españoles –y los residentes en España- con el juego es muy racionalizada y fría, casi epidérmica. Juega casi todo el mundo, por encima del 85% de la población, pero la relación con el juego es muy objetivada, dominada por usos sociales en muchos casos. La convivencia durante 250 años con juegos organizados por el Estado ha normalizado esta relación. Para los españoles el juego es básicamente la ilusión de que toque algún premio importante, lo que se disfruta es la fruición del premio, como decía un viejo chiste: “A mí lo que me gusta es jugar”, “hombre, será ganar”, “bueno, eso debe ser la leche”. En este breve intercambio se sintetiza mucho de la relación de los españoles con el juego. Este es el material con el que se sostienen juegos como las loterías y las quinielas, también las máquinas tragamonedas, en las que la costumbre juega un papel fundamental como impulso a probar suerte.

A gran distancia de otros factores como impulsores del juego están el hábito de jugar o la costumbre y el entretenimiento, que es lo que mueve los juegos de mesa. Resortes más tangibles como la idea de ganar dinero, demostrar habilidad o competir con otros jugadores, mueven proporciones muy limitadas de jugadores. Como es natural, estas motivaciones para jugar varían fuertemente con cada juego. Se verá en el informe que cada juego tiene una gama de motivaciones diferente.

3. Un aspecto llamativo de la relación de los españoles con el juego es que cuando hay problemas económicos en el hogar el gasto en juego casi desaparece, manteniéndose sólo pequeñas cantidades para los juegos públicos, es decir, en los que existe el imaginario social de que pueden dar una ayuda puntual o arreglar la vida. Quedan algunos gastos para juegos de entretenimiento pero nada más.

4. Es extraño cómo se construye la imagen del juego en España. En primer lugar, aquí juega casi todo el mundo, excepto una minoría que podría estimarse alrededor de un 15%. La gran mayoría, los que juegan a juegos “públicos”, casi no parece ser consciente de que juega, hasta tal punto se han integrado en los usos sociales estos juegos. Ese 15%, aproximadamente, que no juega se divide en dos mitades algo desiguales. Por un lado, individuos que mantienen una relación flexible con el juego, que juegan a veces los juegos organizados por los operadores públicos o algún otro juego, y tal vez en reuniones familiares. Otra mitad de los “no jugadores” tiene un discurso virulentamente anti-juego, que se alimenta de visiones negativas que asocian el juego a actividades indeseables o a riesgos económicos para las personas, familias o sociedad desatados por pasiones desbocadas. Es un discurso muy antiguo, solidificado en España en documentos y disposiciones administrativas y legales. El resultado de esta gravitación influye en los datos que produce la encuesta como técnica de investigación. Vaya por delante la idea de que la encuesta es una técnica de investigación compleja, que recoge impurezas del clima social. La encuesta consiste en una gran cantidad de conversaciones individuales entre unos entrevistadores y los entrevistados que son personas convencionales. Para estas personas la encuesta es una conversación informal entre desconocidos, es verdad que ortopédica porque la conversación no fluye espontáneamente sino dirigida por el cuestionario. Como toda conversación entre desconocidos de muy breve duración está dominada por los convencionalismos sociales. En el caso del juego en España, estos convencionalismos tienen dos consecuencias opuestas:

- 1ª. El recuerdo de haber jugado a los juegos de operadores públicos (loterías Nacional y primitiva, quinielas y cupones de la ONCE) se transmite sin deformación. Los datos sobre quienes juegan, con qué frecuencia, cuándo lo hicieron por última vez y las cantidades jugadas se recogen sin apenas deformación. Trabajando con ellos con técnicas estadísticas elementales es posible acercarse mucho a los datos reales de recaudación de cada uno de los juegos o familias de juegos. Las apuestas deportivas presenciales se aproximan a este modelo.
- 2ª. Pero el recuerdo de otros juegos se inhibe y se deforma. Una parte de los jugadores se oculta, y entre quienes no lo hacen las respuestas inducen a pensar que hay sesgos derivados por la presión social: contestan que juegan más infrecuentemente de lo que los datos sugieren que lo hacen, distancian la última ocasión en la que jugaron y reducen las cantidades que arriesgaron. Esto sucede con los juegos de casino, póquer, bingo y máquinas tragamonedas. Esta tendencia a la deformación de los recuerdos ocurre también con otras actividades sociales, por ejemplo, en el recuerdo de haber votado a algunos partidos políticos, la estancia en hospitales o la compra de ciertos productos.

Sin duda, esto plantea un reto para el marketing de los operadores de juego: normalizar el juego como actividad de ocio y alejar su imagen de las adherencias indeseables que a veces se le atribuyen.

5. La regulación y concesión de las licencias ha aclarado el panorama del juego *online*. Para responder a este nuevo escenario se introdujeron en el cuestionario algunos filtros para aquilatar mejor los jugadores que se incluían en la muestra, básicamente buscando filtrar a los jugadores ocasionales, que pueden haberse movido por las webs de juego por mera curiosidad en años anteriores.

La proporción de entrevistados que declara haber jugado a través de Internet en los “tres últimos meses” asciende a un 4,2% de la población entre 18 y 75 años, lo que equivale a 1.470.000 individuos. Es una cantidad algo mayor que la que está reportando la Dirección General de Ordenación del Juego. La razón estriba seguramente en que una parte de estos jugadores parece estar jugando todavía en webs no autorizadas. Aunque la información facilitada por los entrevistados a este respecto puede no ser del todo fiable, un 21,4% declara que no se ha registrado en ninguna web de juego recientemente, lo que sugiere que siguen operando webs ilegales.

6. El perfil sociológico de los jugadores *online* responde básicamente al de internautas que juegan. Es decir, los jugadores son internautas jóvenes (el 79,0% tiene menos de 45 años), básicamente hombres (64,8%) y con fuerte presencia de quienes pueden clasificarse en niveles sociales altos o medios altos, que juegan. Una característica del juego por Internet es que los jugadores arriesgan una cantidad de dinero considerable, de media 31.8 € mensuales, lo que explica el sesgo social que ha adquirido. Geográficamente se concentran en Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia.

7. Internet parece haberse convertido en un ecosistema natural para las apuestas deportivas y el póquer en sus distintas versiones. Luego el catálogo de juegos se amplía mucho, pero más de la mitad de los jugadores *online* juegan a estos juegos.

8. Internet se está normalizando como vía de acceso a los juegos organizados por operadores públicos (SELAE y ONCE), que captan un considerable volumen del dinero que se mueve en juego por Internet.

9. Una proporción relevante de los jugadores *online* también juegan a juegos presenciales.

10. Dado que los juegos que más se juegan *online* son distintos a los que más se juegan en el modelo presencial, las motivaciones para jugar por Internet también son diferentes. Están más basadas en el entretenimiento y son más racionales. La ilusión pierde mucho peso y lo adquieren los aspectos de entretenimiento, ganar dinero y demostrar habilidad con los juegos.

El peso del entretenimiento como motivación para jugar por Internet indica que se integra en la corriente de privatización del ocio que está impulsando la crisis.

11. La evolución de este estudio durante los últimos cuatro años señala una tendencia regular según la cual los jugadores *online* juegan con más frecuencia, destinan más tiempo a jugar y también más dinero. Aunque parece estar produciéndose una bifurcación: quienes juegan con más frecuencia (todos los días o varias veces a la semana) están creciendo, pero también lo hacen los que pueden considerarse infrecuentes, que sólo juegan de vez en cuando. La información disponible es poco consistente aún, pero da la sensación de que los hábitos del juego *online* todavía están asentándose.

12. El juego por Internet sigue condicionado por la desconfianza de una parte considerable de los jugadores hacia las webs que ofrecen juegos, que se extiende a las webs en las que juegan con más frecuencia. Esta desconfianza se combina con una considerable desinformación; por

ejemplo, hay un elevado desconocimiento sobre dónde están las sedes de las webs en las que juegan. En años anteriores ya se vio que había también una elevada desinformación sobre qué deberían hacer si una web no pagaba sus premios, etc. La sensación que transmiten los datos es que en Internet aún no están asentados los elementos que pueden tranquilizar a los consumidores.

13. Los medios de pago más utilizados son las tarjetas de crédito españolas (64,0%) o no españolas (9,1%). Por medios específicos *online* paga casi la mitad de los jugadores (47,2%). Pero las proporciones de dinero que discurren por cada canal son diferentes.

14. La cantidad jugada en Internet, el GGR (*Gross Gaming Revenue*; esto es, diferencia entre los ingresos brutos de los operadores después de pagar los premios y antes de impuestos y tasas) está sujeta este año a considerables incertidumbres derivadas de la “legalización” de los operadores. En este nuevo contexto, los datos más fiables son los de la Dirección General de Ordenación del Juego, aunque parciales durante 2012. A partir de nuestra encuesta, siguiendo la metodología de años anteriores, se estima en 560,1 mill. € el GGR, es decir, lo que los jugadores recuerdan haber jugado, como saldo entre sus apuestas y ganancias. Es una cantidad en línea con las registradas desde 2010, y parece acorde con la marcha general de la economía del país –aunque los fenómenos *online* parezcan tener necesariamente una tendencia al alza-, el juego está condicionado fuertemente por las tendencias de consumo generales. Los datos de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones referentes al volumen de movimientos asociados al juego a través de los sistemas de tarjetas de crédito y débito españolas, están estabilizados, lo que se refleja en nuestros datos.

En los 560,1 mill. € de GGR se incluyen 93 millones de € correspondientes a compras por Internet de Loterías y Apuestas del Estado, así como 2 millones de € de compras del cupón de la ONCE. Además, también lo jugado por el 21,4% de jugadores que declara no estar registrado en ninguna web, lo que equivaldría a unos 140 millones de €. Aún teniendo en cuenta estas cantidades, la estimación queda bastante por encima de los aproximadamente 150/180 millones de € de GGR que cabe estimar para el conjunto de 2012 a partir de los datos de la Dirección General de Ordenación del Juego, la única fuente verdaderamente fiable en este momento, así como de las estimaciones de JDigital, corregidas entre 2012 y 2013. Es obvio que 2012 es un año de incertidumbre por la convivencia de dos periodos completamente diferentes, pre y post regulación del juego *online*. En todo caso, los datos que aquí se ofrecen son exclusivamente los estimados a partir de una encuesta, por tanto, sujetos a márgenes de error.

1. La práctica del juego. Datos generales

Como en las tres ediciones anteriores de esta investigación, la conclusión más general es que jugar en España es algo universal, prácticamente todos los españoles ha jugado alguna vez, sin distinción de generaciones, status social o comunidad de residencia y esta afición arrastra a los inmigrantes. En 2009, sólo el 7,6% de los entrevistados señaló que nunca había jugado a ninguno de los juegos que se comercializan en España; desde 2010, con oscilaciones entre el 11,2% y el 15,2% declara no haber jugado nunca. La conclusión es clara: la inmensa mayoría de los residentes en España ha jugado alguna vez, puede haber algún vaivén en los datos anuales, pero no altera la idea de fondo (tabla 1).

La segunda conclusión también está en línea con la edición del pasado año: la crisis incrementa el número de personas que se considera a sí mismo jugador habitual de algún juego, es decir, que declara jugar algún juego habitualmente. Entre 2009 y 2012 han pasado del 49,4% al 70,2% (gráfico 1), lo que indica que el número de jugadores crece aunque no lo hagan las cantidades jugadas. Se mantiene la tónica del año pasado, juegan más personas pero cantidades más pequeñas. Hay un matiz nuevo, porque aunque haya más personas que declaran jugar habitualmente éstas juegan menos juegos que en 2011: lotería, quinielas, cupones de la ONCE, bingo, máquinas tragamonedas, ir a casinos (tabla 2). A lo largo de éste informe se espigarán indicios que permiten entrever que estos descensos en la encuesta de este año responden tanto a una reducción de la frecuencia de juego y de las cantidades jugadas como a un retrainamiento de quienes declaran que lo hacen y, por tanto, arriesgan dinero, en una etapa de crisis en la que el consumo se contrae en todos los gastos asociados al ocio. Es como si jugar diera una imagen de frivolidad en un momento en que la sociedad es atravesada por una ola de pesimismo. Esto lleva a otra conclusión, sobre el juego gravita un efecto de deseabilidad social que sesga en algunos temas las respuestas a las encuestas, y que refleja que ciertas actividades o comportamientos tropiezan con algún tipo de hostilidad social² y no terminan de estar bien vistas. Esto se produce con los juegos “privados”, pero es menor o no se produce con los juegos públicos, normalizados como parte del panorama social.

2/ Una excelente y sistematizada exposición sobre este tema, que se puede considerar un clásico en la materia es: DeMAIO, Theresa (1980): “Social desirability and survey measurement: a review”, en TURNER, Charles F.; MARTIN, Elizabeth (eds): *Surveying subjective phenomena II*, Russell Sage, 257-283. Naturalmente, hay trabajos más recientes que aportan ejemplos actualizados, pero el origen de estos sesgos y de la deseabilidad se recogen en este artículo.

Tabla 1 / Datos generales sobre la práctica del juego en España (%)

	Ha jugado alguna vez (*)			
	2009	2010	2011	2012
Lotería Nacional	83,0	75,6	77,3	77,7
Euromillones, loterías primitivas	61,3	55,1	56,6	53,6
Cupones de la ONCE	60,8	54,6	57,4	44,7
Quinielas	46,0	34,8	35,4	28,9
Bingo	26,5	19,4	18,4	8,9
Otras loterías	11,0	12,2	13,6	
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa			9,3	7,3
Juega al póquer en casinos			1,4	0,7
Póquer rooms o torneos de póquer	3,5	5,9		
Maquinas tragamonedas de bares o salones	15,6	9,4	6,4	3,2
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, con premios	7,5	4,8	4,0	1,6
Juegos de casino o ir a un casino	11,2	7,5	3,8	2,6
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas (**)				1,1
No juega ninguno	7,6	13,0	11,2	15,2
(n)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

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

(**) En el cuestionario de 2012 se subrayó la idea de apuestas a resultados de deportes en “locales de apuestas”.

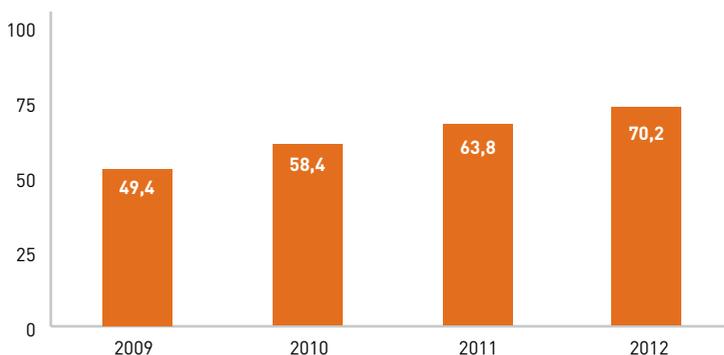
Gráfico 1 / Declaran jugar habitualmente algún juego de azar (%)

Tabla 2 / Declaran jugar habitualmente algún juego. Apreciación subjetiva (%)

	Declaran jugar habitualmente			
	2009 (*)	2010	2011	2012
Lotería Nacional	16,1	32,4	41,4	39,6
Euromillones, loterías primitivas	28,5	33,2	35,0	31,7
No juega ninguno	50,6	41,6	36,2	29,8
Cupones de la ONCE	10,2	18,3	21,3	18,5
Quinielas	8,4	10,2	9,8	9,8
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa			2,3	2,1
Bingo	0,3	1,6	2,1	1,1
Máquinas tragamonedas de bares o salones	0,2	0,3	1,1	0,8
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, con premios	0,2	0,3	0,7	0,5
Juegos de casino o ir a un casino	0,5	0,5	0,8	0,5
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas (**)				0,3
Juega al póquer en casinos			0,4	0,1
Otras loterías	2,4	2,8	4,3	
Póquer rooms o torneos de póquer	0,7	1,4		
Declaran jugar algún juego habitualmente	49,4	58,4	63,8	70,2
(n)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

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

(**) En el cuestionario de 2012 se subrayó la idea de apuestas a resultados de deportes en “locales de apuestas”.

Hay un descenso en la frecuencia del juego, al menos, la declarada. En los últimos años se produce un deslizamiento de los jugadores que juegan con más frecuencia hacia los más infrecuentes, o no jugadores. Los cotidianos, que juegan todos los días o varias veces a la semana, se mantienen al nivel de 2011 (pasan del 3,2% al 3,7%), pero descienden los semanales, en una tendencia mantenida desde 2009. Los esporádicos (que juegan una o alguna vez al mes) crecen lentamente recogiendo los cambios anteriores que reducen su frecuencia de juego. Los infrecuentes se mantienen estables, con algunas oscilaciones. Pese a esta dinámica que desliza a los jugadores hacia una menor frecuencia de juego, el perfil sociológico de los distintos segmentos de jugadores no cambia. Los cotidianos son básicamente hombres, de todas las edades y status sociales. Los semanales son también hombres en su mayoría, pero entre ellos hay una significativa presencia de mujeres; también en este segmento hay un sesgo hacia los estratos

acomodados. Los esporádicos, que juegan una vez al mes o cada dos o tres meses, tienen un perfil indefinido, a partes casi iguales entre hombres y mujeres, se equilibran tanto generacionalmente como por status sociales; algo parecido puede decirse de los jugadores infrecuentes. En definitiva, como se ha ido comprobando a lo largo de los años de esta investigación, la frecuencia de juego no obedece a patrones sociológicos, salvo la menor propensión o práctica entre las mujeres, se mueve en base a aspectos psicológicos o la idiosincrasia personal (tabla 3 y gráfico 2).

Los no jugadores tienen un perfil distinto, en ellos los factores sociológicos pesan más. Lógicamente son el negativo de los anteriores. Casi dos tercios son mujeres, con fuerte presencia de menores de 35 años, pertenecen a todos los estratos sociales, aunque su presencia es más débil entre los altos. Se mantiene un rasgo estructural: más de la mitad de los no jugadores lo

Tabla 3 / Perfil sociológico de los jugadores en España, según frecuencia de juego

Evolución anual	Cotidianos		Semanales	Esporádicos
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes
Total (2009)	2.0	4.7	28.1	5.6
Total (2010)	1.4	3.5	28.6	4.8
Total (2011)	1.1	2.1	27.2	5.2
Total (2012)	1.0	2.7	24.8	6.0

Porcentaje de jugadores según variables sociológicas 2012

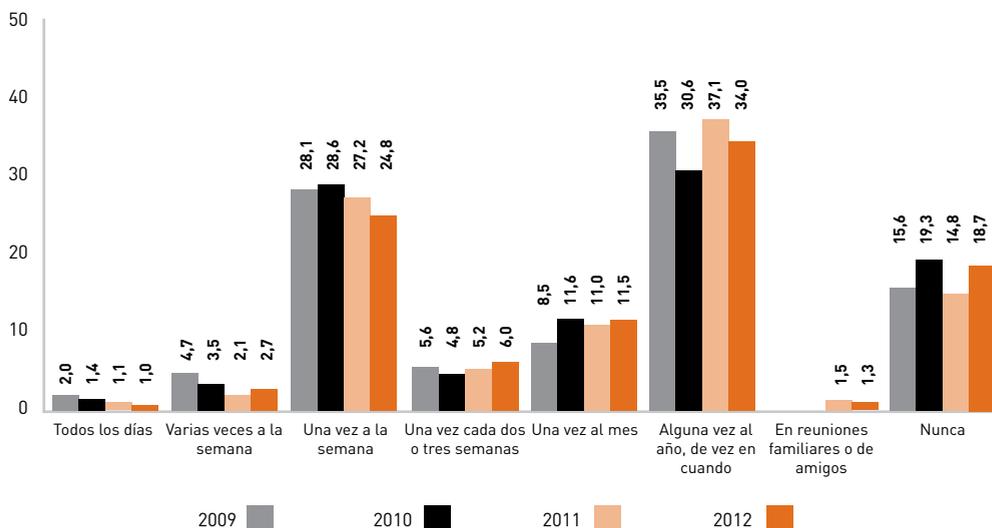
Hombres	1.6	4.2	30.2	6.2
Mujeres	0.4	1.2	19.3	5.8
De 18 a 25	0.0	2.3	7.7	6.9
De 25 a 34	0.9	3.3	22.5	6.1
De 35 a 44	0.0	3.3	33.3	5.7
De 45 a 54	2.8	0.6	30.6	5.6
De 55 a 64	0.7	3.5	25.0	6.9
De 65 a 75	1.6	3.3	23.6	4.9
Alto	1.7	5.0	20.0	5.0
Medio alto	0.5	2.7	17.6	4.4
Medio medio	0.9	1.8	29.1	7.1
Medio bajo	1.1	3.2	24.8	5.0
Bajo	3.8	7.7	11.5	11.5
¿Cuándo dejó de jugar?				
Hace menos de un año				
Hace entre uno y dos años				
Hace entre dos y cinco años				
Hace más de cinco años				
Nunca ha jugado				
NS/NC				

son desde siempre o desde hace mucho tiempo (el 46,0% declara no haber jugado nunca y el 29,4% no hacerlo desde hace casi cinco años). Como se verá en ocasiones a lo largo de este trabajo, la declaración de no jugar o no ser jugador es compatible con ocasiones puntuales en que se juega, ya sea en los juegos más generales (Lotería de Navidad) o en reuniones familiares o sociales, en las que seguramente ceden a cierta presión social hacia el juego como entretenimiento. Así, entre los no jugadores conviven dos actitudes distintas: de un lado, quienes pueden considerarse no jugadores, pero ceden a jugar en ambientes sociales, haciéndolo de vez en cuando si se presenta la ocasión y, de otro, quienes desarrollan una aversión instintiva al juego, a veces racionalizada con un discurso que presenta al juego como un vicio y fuente de efectos negativos. Este discurso, además, se emite de forma muy intensa y se hace audible en el conjunto de la opinión pública.

declarada (2012). Porcentaje de jugadores según variables sociológicas (%)

Esporádicos	Infrecuentes		No jugadores	(n)
	Una vez cada dos o tres meses	Una vez al año, de vez en cuando		
8.5	35.5		15.6	(1.000)
11.6	30.8		19.3	(1.000)
11.0	37.1	1.5	14.8	(1.000)
11.5	34.8	1.3	18.7	(1.000)
11.1	30.2	1.8	14.7	(503)
11.9	37.8	0.8	22.7	(497)
13.1	32.3	3.1	34.6	(130)
11.3	32.9	0.9	22.1	(213)
11.9	30.5	1.9	13.3	(210)
14.4	28.9	0.6	16.7	(180)
10.4	39.6	0.7	13.2	(144)
6.5	44.7	0.8	14.6	(123)
5.0	50.0	0.0	13.3	(60)
13.2	37.4	1.6	22.5	(182)
12.2	30.4	1.1	17.3	(450)
11.3	33.3	1.8	19.5	(282)
3.8	42.3	0.0	19.2	(26)
			0.5	(1)
			1.1	(2)
			1.1	(2)
			29.4	(55)
			46.0	(86)
			21.9	(41)

Gráfico 2 / Frecuencia de práctica de juegos de azar en España



Como se avanzó antes, un rasgo de la situación actual es que cada jugador arriesga menos dinero. El gráfico 3 da una visión casi impresionista de esto, a partir de la apreciación global de los jugadores entrevistados. Desde 2009 disminuyen los que declaran jugar más o igual que el año pasado, y aumentan quienes declaran jugar menos. A finales de 2012 declaraba jugar menos dinero un 33,5% de la población entre 18 y 75 años, mientras que en 2009 era un 22,3%. Es evidente que este dato es un reflejo del impacto de la crisis. La reducción del gasto en juego es muy sensible en las clases medias bajas: un 39,1% declara jugar ahora menos que hace un año y entre los inmigrantes, el 55,9%. Como se verá también a lo largo de este informe, el impacto de la crisis sobre los inmigrantes está reduciendo fuertemente las cantidades que destinan al juego, el tiempo que dedican a él y el número de inmigrantes que juegan. Son los sectores más vulnerables a la crisis. De todos modos, la restricción de las cantidades jugadas se extiende a todos los sectores sociales con más o menos intensidad: ningún entrevistado entre los que pueden clasificarse en el status alto y sólo un 2,7% entre los de status medio-alto, declara jugar más que el año pasado. En el conjunto de la población sólo un 3,2% declara jugar más que el año pasado, sobre todo menores de 35 años, en un descenso regular desde el 6,3% de 2010.

La percepción de jugar más o menos dinero varía en función del significado del juego para el jugador, lo que apunta a la psicología de las personas como una variable decisiva. Declaran controlar más el gasto en juego quienes lo consideran como un simple entretenimiento, o juegan por la ilusión de obtener algún premio (más por fruición que por el cálculo racional de poder ganar) o por costumbre, es decir, motivaciones que se pueden considerar epidérmicas y, por tanto, para ellos es poco costoso reducir este gasto. También controlan más los gastos quienes juegan para

ganar dinero. Los que alegan motivaciones racionales para jugar, es decir, consideran el juego como una habilidad o una competición con otros jugadores o apostantes, declaran mayoritariamente que juegan lo mismo que el año pasado (tabla 4).

Como es natural, el control del gasto en juego es mucho mayor que la media en hogares con problemas económicos, que han tenido algún retraso en el pago de hipotecas, de compras a crédito o de servicios al hogar (agua, gas, electricidad o comunicaciones). También los miembros de hogares que llegan a fin de mes con mucha dificultad controlan con energía sus gastos en juego (tabla 5). Lo que viene a indicar que el juego no es visto como una válvula de escape en los hogares en los que hay problemas económicos, ni como una vía de urgencia para solucionar problemas económicos, porque esta percepción llevaría a que se incrementase su número.

Gráfico 3 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año (%)

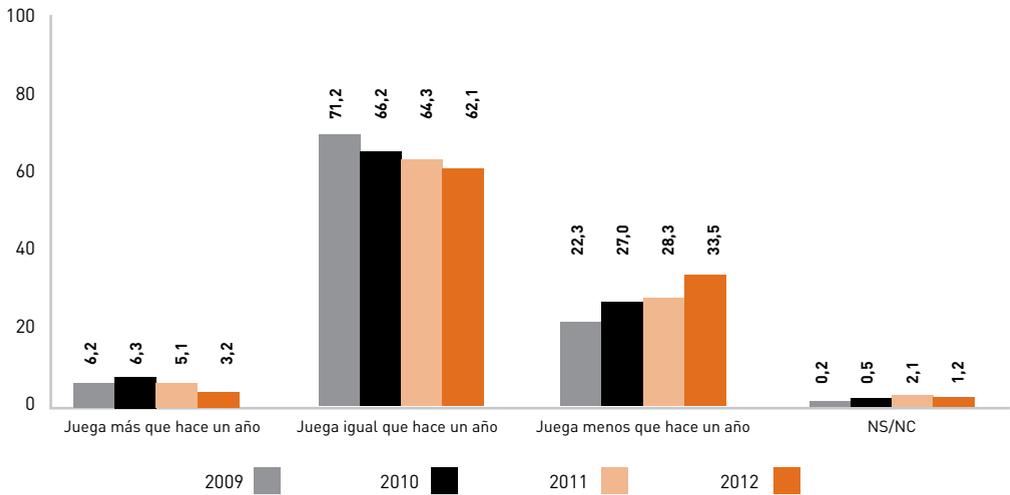


Tabla 4 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año, según las motivaciones para jugar (%)

Texto de la pregunta: "En la situación actual, y respecto al año pasado, diría que ..."

	Total	Entretenimiento	Ilusión	Habilidad	Ganar dinero	Costumbre	Competir
Juega más que hace un año	3,2	2,5	3,6	0,0	3,1	1,5	0,0
Juega igual que hace un año	62,1	55,5	62,8	75,0	63,1	66,9	75,0
Juega menos que hace un año	33,5	38,7	32,7	25,0	33,8	30,8	25,0
NS/NC	1,2	3,4	0,9	0,0	0,0	0,8	0,0
(n)	(848)	(119)	(578)	(8)	(65)	(130)	(8)

Tabla 5 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año, según situación económica del hogar (%)

Texto de la pregunta: "En la situación actual, y respecto al año pasado, diría que ..."

	Total	Han tenido retrasos en el pago de...			Dificultad para llegar a fin de mes		
		Hipoteca	Compras a crédito	Servicios al hogar	Mucha	Media	Sin problemas
Juega más que hace un año	3,2	3,7	11,8	0	3,5	3,5	2,2
Juega igual que hace un año	62,1	51,9	41,2	42,9	44,5	66,7	69,2
Juega menos que hace un año	33,5	44,4	47,1	47,6	51,5	28,8	26,3
NS/NC	1,2	0	0	9,5	0,5	0,9	2,2
(n)	(848)	(27)	(17)	(21)	(200)	(424)	(224)

Estos datos muestran la muy racionalizada y fría relación de los españoles con el juego. En España juega casi todo el mundo, pero la relación con el juego está muy objetivada, dominada por usos sociales. Nadie racionaliza que pueda resolver problemas económicos a través del juego, pero socialmente se asume que hace ilusión jugar más por la fruición que por cálculo racional y que es un entretenimiento basado en comprar un tiempo de disfrute. Al juego en España se le puede trasladar la frase de que lo importante es participar, insistiendo en la idea de amateurismo que late tras ella. Apenas nadie se lo toma en serio, es un entretenimiento sostenido por la ilusión y la tradición.

En definitiva, el control del gasto, como en todos los demás capítulos del ocio y actividades de entretenimiento, marca el entorno social del juego. Sólo una minoría muy reducida declara incrementarlo, mientras que la gran mayoría de los jugadores declara que mantiene las cantidades que gasta en juego, aunque un tercio está reduciendo este gasto. En esta reducción operan tanto problemas económicos como rasgos idiosincrásicos: la visión que cada jugador tenga de lo que es el juego para él. Cuanto más superficial es esta motivación más frecuente es que se haya producido una reducción de los gastos en juego; cuanto más racionalizada es la motivación del juego, más se declara mantener los niveles de gasto, hay que pensar que básicamente porque los jugadores movidos por estos motivos se consideran capaces de controlar sus gastos.

Como en ediciones precedentes se incluyó una pregunta sobre la proporción del gasto en ocio que los jugadores destinan al juego. En los últimos años se ha producido una fuerte contracción, reforzando las conclusiones anteriores sobre control del gasto. Pasando la escala semántica que se recoge en la tabla 6 a valores numéricos se observa que el porcentaje se ha reducido considerablemente entre 2010 y 2012 ya que ha pasado del 9,4% al 7,7%. Este descenso se concentra en los jugadores esporádicos (que juegan alguna vez al mes) e infrecuentes y se mantiene el nivel de gasto entre los semanales, con un aparente incremento entre los cotidianos, derivado de la reducción de su número, lo que hace que en este conjunto vayan quedando jugadores con una elevada actividad y afición.

Quienes destinan al juego una proporción más elevada de sus gastos de ocio son los hombres españoles mayores de 45 años. Por el contrario, las mujeres destinan una proporción mucho menor así como los inmigrantes.

Tabla 6 / 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			Cotidianos	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
	2010	2011	2012					
Casi todo	1,7	1,1	1,8	5,4	3,2	0,6	0,9	0,0
Más de la mitad	0,9	0,6	1,2	5,4	2,0	1,7	0,0	0,0
La mitad	1,9	3,1	1,4	5,4	3,2	1,2	0,0	0,0
Algo menos de la mitad	3,7	3,7	1,8	8,1	4,0	1,2	0,0	0,0
La cuarta parte	4,9	5,7	2,4	2,7	4,5	3,5	0,6	0,0
La décima parte	13,6	12,1	11,8	21,6	21,5	10,4	5,0	5,0
Casi nada	65,5	69,3	75,6	48,6	58,7	79,8	89,3	71,7
NS/NC	7,8	4,3	4,1	2,7	2,8	1,7	4,1	18,9
Media (% estimado) (2012)		7,4		18,9	12,2	6,5	3,3	2,5
Media (% estimado) (2011)		8,8		12,9	10,9	7,7	3,4	1,0
Media (% estimado) (2010)		9,2		10,8	11,8	9,0	4,0	0,0

En suma, en 2012, ha jugado más o menos la misma cantidad de personas que el año pasado, quizá algo menos, pero juegan menos juegos y menos dinero. Este descenso, o al menos el control del gasto, se extiende al conjunto de la sociedad, pero se concentra en los estratos de status medio bajo y entre los inmigrantes.

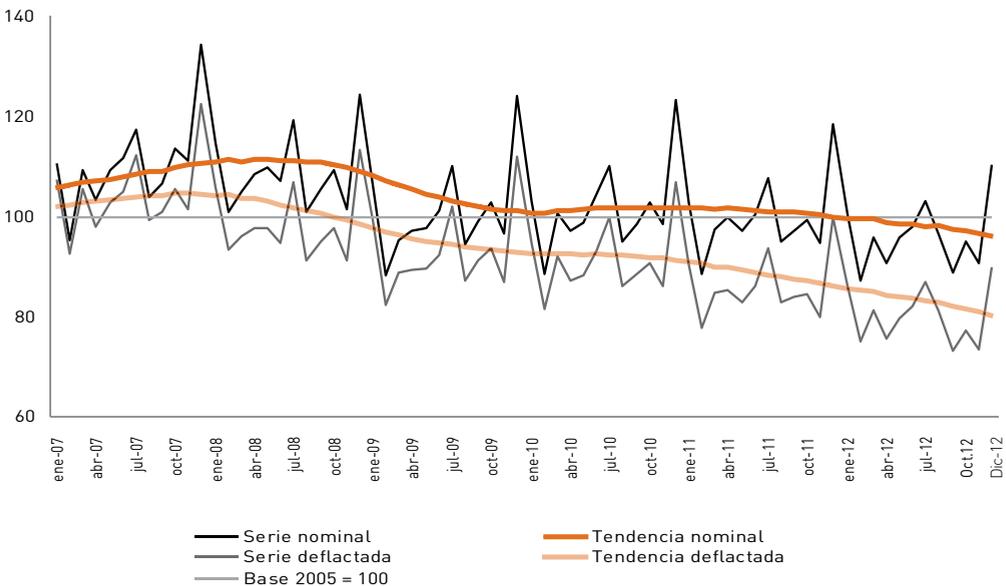
Esta retracción del juego presencial forma parte del cambio de hábitos impuesto por la crisis. A nivel macro es conocido el incremento del paro, la contracción de retribuciones, etc., pero a escala de detalle, en los hábitos sociales, estos indicadores son coherentes con el descenso de las compras minoristas (es decir, todas las compras menos vivienda y automóviles) (gráfico 4) y el fuerte control de los gastos en ocio y entretenimiento (tabla 7) que se tradujo en el desplazamiento del ocio familiar al hogar, de lo que es indicador consistente el incremento de los minutos dedicados a ver la televisión, creciente desde 2007, pero disparado entre 2011 y 2012 (gráfico 5).

La crisis ha cambiado los hábitos de los españoles. La desconfianza en la economía del país ha desencadenado nuevas actitudes en los consumidores que afectan a todos los bienes y servicios, a las que no escapa el juego. Del consumidor confiado de hace cinco años, que apoyado en la percepción de una sólida posición como ocupado (empleado, funcionario, empresario o

autónomo) se sentía capaz de afrontar el futuro, se ha pasado a un consumidor amedrentado por la crisis interminable, con incertidumbres sobre su futuro laboral y sus ingresos, al que domina la sensación de riesgo y se repliega hacia comportamientos que considera seguros, reduciendo sus gastos en todos los capítulos de la economía familiar, empezando por los de más fácil reducción, que son los de ocio. La confianza de los consumidores se debilita en todos los aspectos del consumo y del trabajo (gráfico 6). Como es natural, el juego queda envuelto en esta lógica. Su componente impulsiva, la expectativa de obtener algún premio dejándose mecer por la suerte, arriesgar por el superior conocimiento del deporte en la apuesta o habilidad en ciertos juegos, se entrelaza ahora con un proceso racional en el que se sopesa mucho apostar o arriesgar dinero.

El consumidor y el jugador son racionales, en consecuencia, la racionalidad de la incertidumbre económica se está imponiendo, aunque sea con matices. Se mantiene la ilusión por el azar pero el gasto en juego se controla, como en todas las demás vertientes del entretenimiento y ocio, con la particularidad de que el juego y la apuesta ofrecen la oportunidad de conseguir un premio, es decir, de hallar cierto alivio económico con una baja inversión, sin requerir especial dedicación, e incluso obteniendo suplementaria y gratuitamente unos momentos de ilusión. Ambas dinámicas se entrelazan: se controlan los gastos pero se tiente a la suerte.

Gráfico 4 / Índice de compras minoristas (2007-2012). Evolución del volumen de consumo, menos vivienda y automóviles (2005=100)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Tabla 7 / Evolución de la valoración del momento para hacer gastos en ocio. Serie trimestral (%)

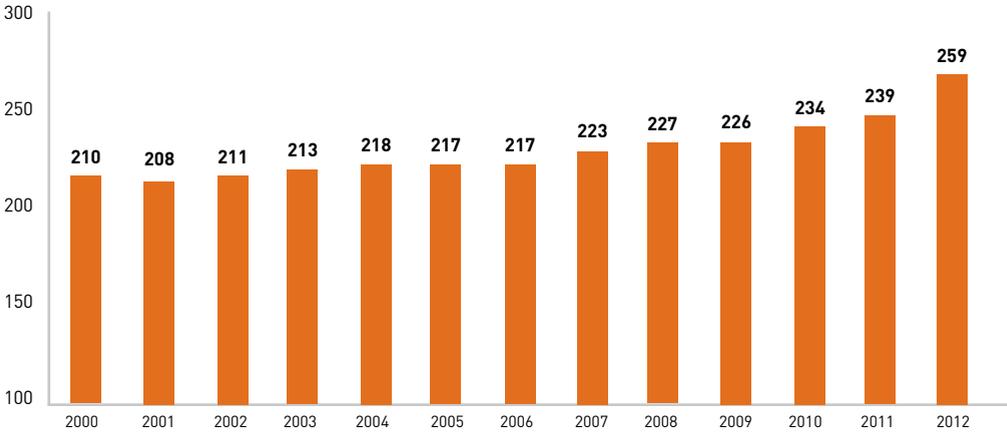
Texto de la pregunta: "Cree que es un buen momento... para salir al cine o a espectáculos / ir a bares o restaurantes?"

	2009				2010				2011				2012			
	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	
Salir al cine o espectáculos																
Muy o bastante bueno	27,5	29,7	27,2	25,4	27,2	22,1	28,6	23,9	19,7	18,8	17,5	17,4	23,6	6,8	13,2	
Regular	35,2	37,7	36,7	38,9	34,9	39,3	34,4	38,9	38,8	41,6	40	38	31,6	24,4	32,0	
Bastante o muy malo	32,7	29,4	33,1	33,3	36,2	37	34,7	35,7	38,9	37,8	40,3	44	43,6	66,0	54,0	
NS/NC	4,7	3,2	3	2,4	1,7	1,6	2,3	1,5	2,5	2	2,3	0,6	1,2	2,8	0,8	
Ir a bares o restaurantes																
Muy o bastante bueno	18,7	22,2	22,1	19,3	19,9	16,3	22	18,4	14	19,8	14,1	14,6	23,2	10,0	14,4	
Regular	35,2	36,7	35,2	35	33,7	37,8	33	34,5	35,9	34,4	36,9	34,2	30,0	21,6	32,4	
Bastante o muy malo	43,2	39,3	40,5	44,3	44,9	44,4	43,7	46	48,5	45,2	48	50,8	46,0	64,8	52,4	
NS/NC	2,9	1,8	2,3	1,4	1,5	1,5	1,1	1,7	0,8	0,9	0,4	0,8	0,8	3,6	0,8	
Diferencias (*)																
Salir al cine o espectáculos																
Ir a bares o restaurantes	-5,2	0,3	-5,9	-7,9	-9	-14,9	-6,1	-11,8	-19,2	-19	-22,8	-26,6	-20,0	-59,2	-40,8	
	-24,5	-17,1	-18,3	-25,1	-25	-28,1	-21,7	-27,6	-34,5	-25,4	-33,9	-36,2	-22,8	-54,8	-38,0	

(*) Diferencias de porcentajes entre las respuestas "muy o bastante bueno" y "muy o bastante malo"

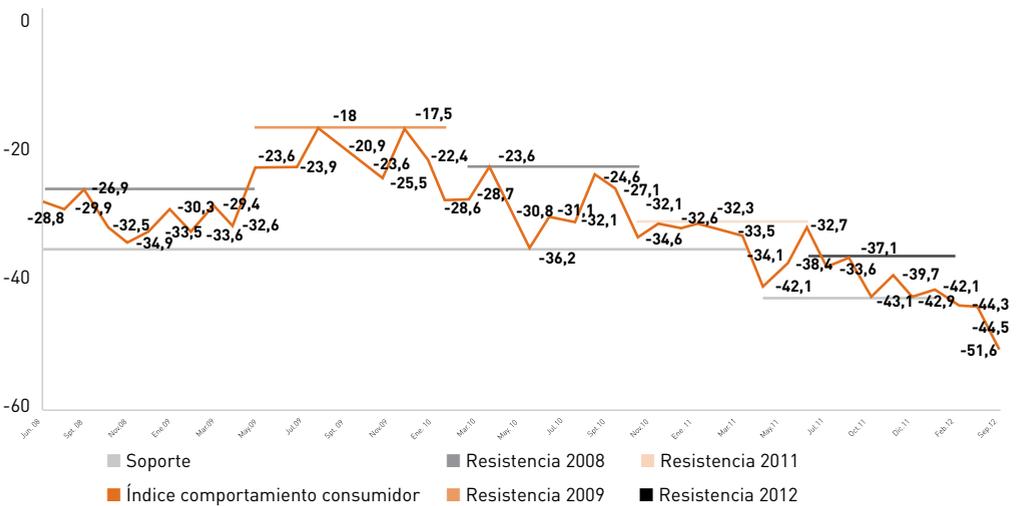
Fuente: *Perspectivas del Consumo*, Millward Brown, Madrid, enero 2012.

Gráfico 5 / Consumo de televisión en España (min/día Individuos mayores de 4 años)



Fuente: Aegis Media. Sobre datos de Kantar Media.

Gráfico 6 / Evolución del índice de comportamiento del consumidor (índice, soportes y resistencias)



Fuente: *Perspectivas del consumo*, Millward Brown.

2. ¿Qué es el juego en España?, ¿qué activa el juego entre los españoles?

Como ya se ha visto, en España se puede decir que casi todo el mundo juega, aunque existe una sólida minoría refractaria y otra que no juega porque es más bien pasiva o indiferente ante el juego. Ahora bien, ¿se puede decir que los que juegan lo hacen impulsados por las mismas motivaciones?, ¿se trata de impulsos superficiales los que animan a los españoles o son pulsiones socialmente más o menos enraizadas?

Hay una visión del juego condicionada por zonas de sombra, alimentadas por el cine o la literatura o por el efervescente discurso antijuego que emite el núcleo duro de los no jugadores, con raigambre histórica, que lo sitúa en el umbral de las pasiones o de las pulsiones no controladas. ¿Hasta qué punto estas visiones responden a la realidad?. Contestar a esta pregunta requeriría una investigación específica y seguramente el enfoque sociológico basado en una encuesta no es el más adecuado, por no permitir profundizar en las motivaciones de los jugadores caso a caso, es decir, explorar qué hay realmente tras sus respuestas. La encuesta, como técnica de investigación es superficial, se basa en conversaciones un tanto ortopédicas de unos minutos. Para que esta perspectiva sociológica fuera válida, sería necesario definir con mucha precisión una batería de preguntas que permitiera detectar hasta qué punto los indicadores de estas pulsiones/pasiones están presentes entre la población que juega, o en la que no juega, y esto requeriría una profunda investigación cualitativa previa que escapa al marco y dimensiones de este estudio. Por otro lado, como técnica de investigación la encuesta tiene limitaciones cuando se trata de analizar patologías sociales minoritarias. Pese a esta limitación que hace que la validez de este capítulo sobre el tema sea meramente estimativa y superficial, se dedicaron unas preguntas del cuestionario a tratar de investigarlo, a partir de una pregunta muy “rudimentaria”: “Para usted, el juego, ¿qué es esencialmente?”, ofreciéndose una gama de respuestas, que podían ser múltiples y que trataban de reflejar distintas perspectivas de la motivación del juego.

La respuesta absolutamente mayoritaria es que el juego es esencialmente ilusión: “hacerse la ilusión de que puede tocar un premio importante” (68,4%). A gran distancia, los jugadores lo consideran una costumbre (le agrada la idea de que puede tener suerte y acostumbra a jugar regularmente una cantidad) (15,3%) o un entretenimiento (14,0%). Cabe deducir a partir de estos datos muy generales que el juego para los españoles es una actividad movida por resortes superficiales, distantes de la idea de pulsión o de elevado compromiso con la actividad. Por ilusión, costumbre o entretenimiento no se pone en riesgo nada y todo lo más se puede jugar o apostar cantidades marginales de los gastos disponibles para el ocio, que se pueden reducir fácilmente

sin merma de la calidad de vida del individuo, ni crear una sensación de carencia. En un contexto en el que se están contrayendo los niveles de vida, renunciar a gastos que aportan ilusión o que se consideran una costumbre o un entretenimiento, no parece que suponga un grave problema.

Otros resortes algo más tangibles son la idea de ganar dinero, es decir, de entender el juego como una manera de ganar dinero (7,7%) y para porcentajes limitadísimos de los jugadores es una experiencia con la que demostrar más habilidad que otros jugadores (0,9%) o una competición con otros (0,9%) (gráfico 7).

Cuando se ponen en relación estas motivaciones del juego con variables sociológicas, se observa que estas motivaciones están segmentadas por sexo, generación, actitudes ante el juego y, muy poco, por status social (tablas 8A y 8B).

La ilusión por el posible premio mueve, por encima de la media, a las mujeres y a los mayores de 45 años, a los que también impulsa la costumbre. Los jugadores más frecuentes también están movidos por el resorte de la ilusión. En tanto que los infrecuentes o no jugadores que ceden a jugar alguna vez son impulsados por la costumbre, lo que parece apuntar directamente a la Lotería de Navidad y reuniones familiares o compromisos sociales.

El entretenimiento es lo que mueve a los jugadores jóvenes, menores de 35 años, pero sobre todo los comprendidos entre 18 y 25 años.

Ganar dinero está básicamente centrado en los jugadores cotidianos (juegan todos los días o varias veces a la semana) jóvenes, menores de 25 años aunque pueden llegar hasta los 45. Da cierta idea de profesionalización o de desarrollo de habilidades por encima de lo común, lo que puede permitir ganar dinero gracias a la habilidad o capacidad de cálculo de combinaciones.

La habilidad como motivación para el juego se concentra en los menores de 25 años, así como la idea de competición con otros jugadores.

Gráfico 6 / ¿Qué es el juego (presencial) para los españoles? (%)

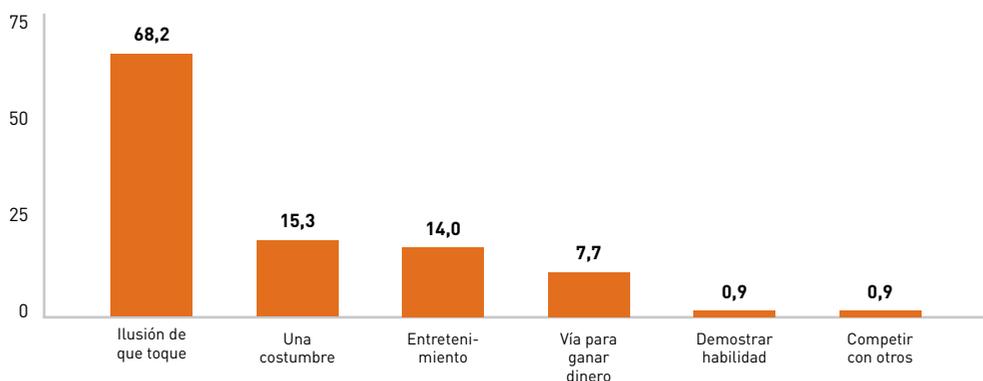


Tabla 8A / Motivaciones que animan a jugar (%)

Texto de la pregunta: ¿Para usted el juego qué es esencialmente?

	Ilusión	Costumbre	Entretenimiento	Forma de ganar dinero	Demostrar habilidad	Competir con otros jugadores
Total	68,2	15,3	14,0	7,7	0,9	0,9
Hombres	62,0	18,0	16,1	10,2	1,4	1,6
Mujeres	74,8	12,5	11,8	4,9	0,5	0,2
De 18 a 25 años	57,8	6,7	26,7	11,1	5,6	4,4
De 25 a 34 años	64,4	11,5	21,8	8,6	0,6	0,0
De 35 a 44 años	70,6	15,0	9,6	10,2	0,5	1,1
De 45 a 54 años	71,9	18,8	8,8	6,3	0,6	0,6
De 55 a 64 años	70,6	19,0	11,9	4,0	0,0	0,0
De 65 a 75 años	70,3	19,8	9,0	5,4	0,0	0,9
Status alto	63,6	16,4	20,0	5,5	0,0	0,0
Status medio alto	58,7	19,3	17,3	10,7	0,0	0,0
Status medio medio	72,9	13,4	11,9	1,8	1,6	1,6
Status medio bajo	67,0	16,3	13,7	9,4	0,4	0,9
Status bajo	73,9	8,7	17,4	8,7	0,0	0,0
Cotidianos	83,8	8,1	18,9	16,2	0,0	0,0
Semanales	73,3	15,4	10,1	8,1	1,2	0,8
Esporádicos	72,3	8,1	15,6	8,7	0,0	0,6
Infrecuentes	62,7	19,8	13,9	6,5	1,2	1,5
No jugadores	54,7	15,1	24,5	3,8	1,9	0,0

Si puede trazarse algo así como el perfil sociológico de las motivaciones ante el juego según sectores sociales, también puede trazarse el perfil de las motivaciones de los distintos juegos, lo que tiene mayor poder de discriminación y, por ende, hay que pensar que es lo relevante. Cada juego se mueve por distintos resortes que animan a sus jugadores (tabla 9). Los asociados a la ilusión son básicamente los juegos pasivos de promoción pública: cupones de la ONCE, loterías primitivas y Lotería Nacional, enlazados todos ellos también a la idea de costumbre, sobre todo la Lotería Nacional, hasta el punto de que seguramente son vistos como algo cotidiano, ajenos casi a la idea de juego de azar. En ellos, el hábito es un potente motivador del juego (gráfico 8A). Las quinielas también están asociadas a la ilusión, pero mucho menos a la costumbre y vagamente se asocian con la idea de competir con otros. Como es natural, en estos cuatro juegos casi puede considerarse excluida la idea de entretenimiento, en ellos domina la fruición por el premio (ilusión), sin disfrutar del tiempo de juego, se basan en el hábito, cimentado por largos periodos de presencia en la sociedad española.

También los concursos televisivos están asociados a la ilusión, como los demás juegos pasivos, pero tienen un componente de entretenimiento. Las máquinas tragamonedas dependen también

Tabla 8B / Motivaciones que animan a jugar

Texto de la pregunta: ¿Para usted el juego qué es esencialmente?

(Perfiles de las respuestas según sectores sociales)

	Ilusión	Costumbre	Entretenimiento	Forma de ganar dinero	Demostrar habilidad	Competir con otros jugadores
Hombres	-7,9	2,4	1,9	2,5	0,4	0,7
Mujeres	7,9	-2,4	-1,9	-2,5	-0,4	-0,7
De 18 a 25 años	-12,9	-9,1	11,4	3,1	4,3	3,2
De 25 a 34 años	-2,9	-3,6	7,2	1,0	-0,6	-1,2
De 35 a 44 años	3,2	-0,1	-5,0	2,6	-0,7	-0,1
De 45 a 54 años	4,5	3,7	-5,8	-1,3	-0,6	-0,6
De 55 a 64 años	4,2	4,1	-2,5	-3,5	-1,2	-1,1
De 65 a 75 años	3,9	4,9	-5,4	-2,1	-1,2	-0,2
Status alto	-3,2	1,7	4,0	-1,7	-0,4	-0,5
Status medio alto	-8,4	4,5	1,3	3,5	-0,4	-0,5
Status medio medio	7,6	-1,0	-3,7	-5,2	1,2	1,1
Status medio bajo	-1,2	1,3	-2,6	2,1	-0,0	0,4
Status bajo	5,1	-6,5	1,0	1,3	-0,4	-0,5
Cotidianos	3,3	-7,3	-0,4	6,1	-1,0	-0,7
Semanales	4,2	2,2	-6,4	-0,5	0,3	0,2
Esporádicos	5,5	-4,7	-0,4	0,4	-0,8	0,0
Infrecuentes	-4,3	7,0	-2,1	-1,9	0,4	0,9
No jugadores	-8,7	2,9	9,3	-4,1	1,1	-0,5

de la ilusión como activador, asociado en este caso a la costumbre. Es llamativo que los jugadores de máquinas excluyen como motivación la idea de ganar dinero (gráfico 8B).

El entretenimiento está asociado a los juegos presenciales, es decir, en los que hay que desplazarse para asistir a un local, pasar un rato, competir con otras personas o pensar en las posibilidades de la apuesta: el bingo, el póquer entre amigos (o menos amigos) en bares o timbas, ir al casino o las apuestas deportivas presenciales. Llamativamente el póquer informal también está asociado a una leve idea de competencia entre los jugadores (gráficos 8C y 8D).

Ganar dinero se asocia preferentemente al póquer en los casinos y también a las apuestas deportivas en locales. La habilidad está rodeada de glamour, ya sea para jugar al póquer en casino o para jugar a los demás juegos característicos de casinos.

Las apuestas deportivas configuran un conjunto de motivaciones diferente, se combinan en ellas el ganar dinero, con el entretenimiento y la costumbre y es muy bajo el componente de ilusión de ganar como motivación.

Tabla 9 / ¿Qué es el juego?, según juegos en los que se arriesga dinero (*)

Base: Han jugado a cada juego
(% horizontales)

	Ilusión	Costumbre	Entretenimiento	Forma de ganar dinero	Demostrar habilidad	Competir con otros jugadores
Total	68,2	15,3	14,0	7,7	0,9	0,9
Cupones de la ONCE	76,7	15,6	10,0	7,8	0,0	0,0
Loterías Primitivas	75,8	15,3	7,4	9,1	0,9	0,6
Lotería Nacional	69,8	22,5	9,7	7,0	0,8	0,0
Quinielas	68,9	12,6	13,2	9,9	0,7	1,3
Concursos televisión (**)	61,5	0,0	30,8	7,7	0,0	0,0
Máquinas tragamonedas	59,4	18,8	25,0	6,3	0,0	0,0
Póquer en casinos	50,0	0,0	50,0	50,0	50,0	0,0
Bingo	47,4	0,0	36,8	15,8	0,0	0,0
Póquer en bares, timbas, con amigos	45,5	9,1	51,5	15,2	9,1	6,1
Ir a casinos (no jugar al póquer)	40,0	0,0	60,0	20,0	20,0	0,0
Apuestas deportivas en locales	11,1	22,2	44,4	33,3	0,0	0,0

(*) Posible respuesta múltiple.

(**) Han participado en algún concurso, aun sin haber arriesgado dinero.

Gráfico 8A / ¿Qué es el juego para los españoles?, según juego (perfil de distancias entre juegos y motivaciones)

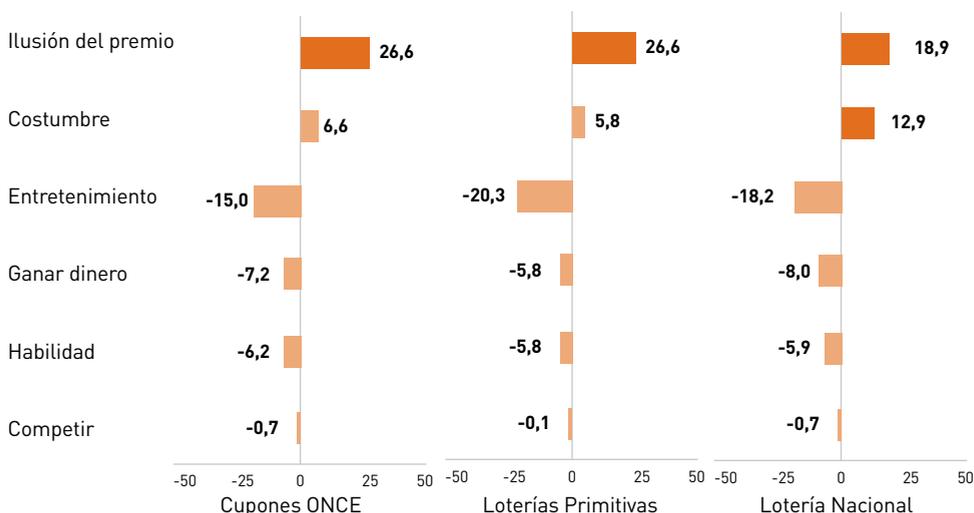


Gráfico 8B / ¿Qué es el juego para los españoles?, según juego (perfil de distancias entre juegos y motivaciones)

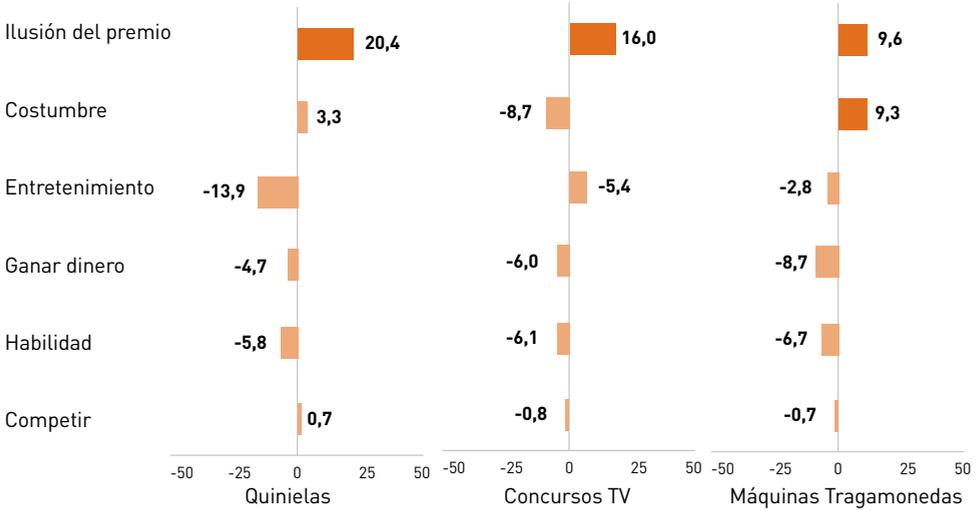


Gráfico 8C / ¿Qué es el juego para los españoles?, según juego (perfil de distancias entre juegos y motivaciones)

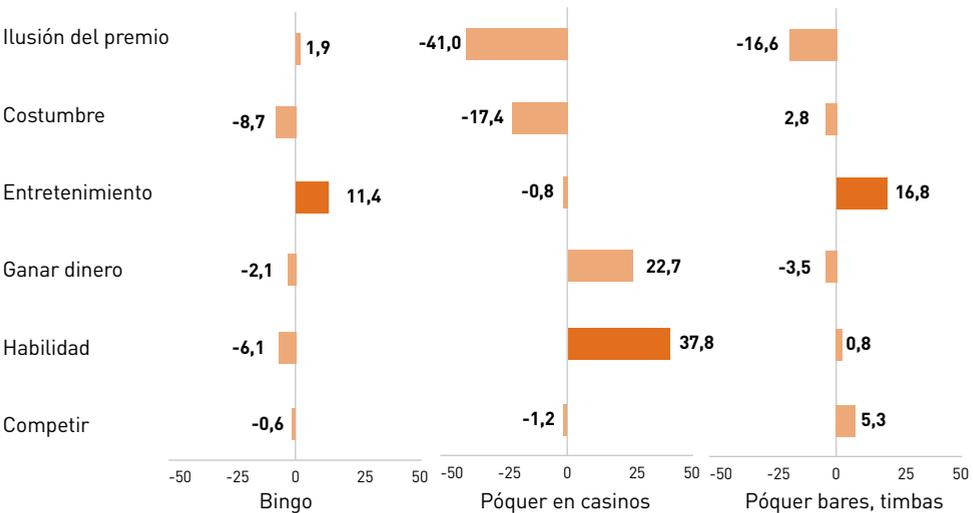
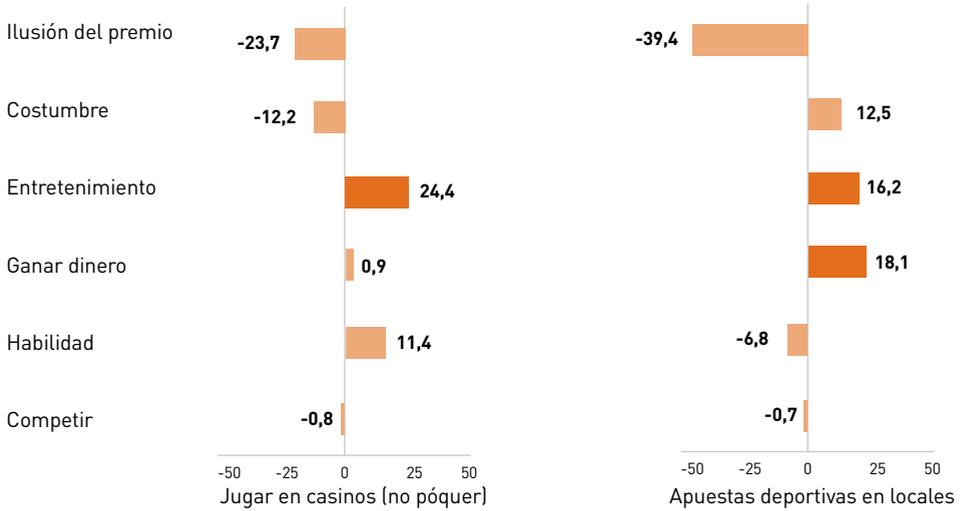


Gráfico 8D / ¿Qué es el juego para los españoles?, según juego (perfil de distancias entre juegos y motivaciones)



3. Juego y crisis económica: el juego en los hogares con problemas económicos

Una perspectiva del juego que pareció conveniente analizar, aunque fuera superficialmente, para averiguar si se ha configurado como problema al hilo de la crisis es la de conocer hasta qué punto las personas con problemas económicos pudieran estar recurriendo al juego como vía para aliviar presuntamente su situación y, con ello, plausiblemente empeorarla. Los datos precedentes, basados en las motivaciones para jugar mostraban en términos generales que el juego no es visto como una vía para obtener recursos para aliviar situaciones comprometidas, pero las cosas podrían cambiar si los individuos se ven confrontados a tales situaciones complicadas económicamente.

Para medir la relación entre el juego y los problemas económicos se utilizó la serie de preguntas que plantea el INE en su *Encuesta sobre Condiciones de Vida* acerca de los pagos sobre hipotecas, compras de consumo y servicios domésticos y el eventual retraso en ellos. Hay una diferencia entre ambas investigaciones ya que la del INE se refiere al universo de hogares y ésta se refiere a individuos, sin embargo, la pregunta sirve para detectar aquellos individuos que viven en hogares con estos problemas y son conscientes de ellos.

El 1,7% de la población comprendida entre 18 y 75 años declara haber tenido últimamente retrasos en el pago de compras de consumo, el 3,0% en el pago de la hipoteca y el 2,5% en servicios para el hogar: agua, gas, electricidad y/o comunicaciones. Un 5,3% ha acumulado retrasos en dos o tres de estos pagos. Entre los jugadores, es decir, entre quienes declaran haber jugado en alguna ocasión a la gama de juegos analizada en este informe, la proporción de quienes tienen problemas económicos es algo mayor, ya que, el 5,5% declara tener dos o tres pagos acumulados. Sobre estos jugadores hay que despejar dos incógnitas: en qué medida juegan y cuánto juegan.

Para despejar en qué medida juegan se ha tomado como referencia el porcentaje de jugadores con estos problemas que han jugado alguno de los juegos en los seis últimos meses. Este colectivo juega básicamente a los juegos públicos, es decir, juegos de "ilusión" y bajo precio. Algo por encima de lo que representan en el conjunto de la población juegan a las quinielas (9,3%) y a los cupones de la ONCE (6,9%), y exactamente en la media a loterías primitivas (5,3%). Hay un leve sesgo a que juegan más que la media quienes tienen retrasos en las hipotecas, pero es casi inapreciable y puede ser un error muestral. También juegan a la Lotería Nacional, pero algo menos de lo que representa este juego en el conjunto de la población. Es decir, hay claramente un sesgo a jugar los juegos públicos más baratos y que, en el caso de las quinielas o primitivas, pueden dar premios mayores (tabla 10).

Siguiendo con el patrón de jugar juegos de ilusión, un 9,4% de quienes tienen retrasos en pagos de servicios al hogar y un 6,3% de los que tienen retrasos en pagos por compras al consumo,

pero nadie que tenga retrasos con la hipoteca, juegan otro juego de ilusión y recogida inmediata de los premios, con muy bajo precio por jugada: las máquinas tragamonedas.

Segmentos apenas significativos juegan al bingo, al póquer entre amigos, o a apuestas deportivas presenciales, es decir, juegos con una vertiente de entretenimiento muy marcada. Entre quienes tienen problemas con la hipoteca nadie juega a estos juegos. Tampoco nadie de estas personas va a jugar a casinos o arriesga en el póquer, salvo entre amigos.

Otro dato es que estas personas juegan cantidades muy reducidas. En los juegos públicos las imprescindibles para tentar el golpe de suerte, en los que tienen una vertiente de entretenimiento suficiente para evadirse por un tiempo.

Dicho de otra manera, en un momento en el que los problemas económicos se están acumulando, especialmente sobre ciertos sectores sociales o personas u hogares sobre las que se ha abatido la crisis de manera casi aleatoria, el juego está operando como una vía de escape más que de complicaciones: sirve para mantener la ilusión de aliviar problemas con un golpe de suerte (quinielas, primitivas, cupones de la ONCE o máquinas tragamonedas) y para entretener (bingo, apuestas deportivas), pero los niveles de apuestas indican que no está sirviendo de válvula de escape para resolver los problemas económicos del hogar.

Tabla 10 / Práctica de juego y dificultades económicas. Indicadores de retrasos en pagos fundamentales (% de jugadores entre quienes declaran retrasos de pago)

	Problemas económicos			
	Retraso pago hipoteca	Retraso pago compras	Retraso pago Servicios	Retrasos acumulados
Total población	3,0	1,7	2,5	5,3
Total jugadores	3,2	2,0	2,5	5,5
Lotería Nacional	2,7	1,6	1,9	3,5
Euromillones, loterías primitivas	3,8	1,8	2,1	5,3
Cupones de la ONCE	5,2	1,7	2,6	6,9
Quinielas	4,0	4,0	3,3	9,3
Bingo	0,0	0,0	5,3	5,3
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa	0,0	0,0	3,0	3,0
Juega al póquer en casinos, póquer rooms o torneos de póquer	0,0	0,0	0,0	0,0
Maquinas tragamonedas de bares o salones	0,0	6,3	9,4	9,4
Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, con premios	0,0	0,0	0,0	0,0
Juegos de casino o ir a un casino	0,0	0,0	0,0	0,0
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas	0,0	11,1	0,0	11,1
(n)	(30)	(17)	(25)	(53)

4. Sociología de los juegos

4.1. Metodología

El capítulo destinado a analizar los perfiles sociológicos de los distintos juegos de azar se ha replanteado profundamente respecto a ediciones anteriores. Se han mantenido las preguntas generales sobre si el entrevistado ha jugado alguna vez a cada juego, formuladas de manera sugerida, y la declaración subjetiva sobre si juega habitualmente, cuyos resultados se sintetizaron en las tablas 1 y 2. Adicionalmente, para cada uno de los juegos o familias de juegos se incluyeron en el cuestionario tres preguntas: a) la frecuencia de juego, b) la última vez que jugó y c) la cantidad que apostó con la que comenzó a jugar o el importe de los boletos adquiridos para el sorteo.

La frecuencia de juego se preguntó a todos los entrevistados que afirmaron haber jugado cada juego alguna vez. La última vez que jugó a aquellos que declarasen jugar con una frecuencia de, al menos, alguna vez al año. Y la cantidad apostada a los que hubieran jugado en los seis últimos meses. Esto produce diferentes bases, lo que debe de ser tenido en cuenta al analizar las tablas que sirven de soporte a este capítulo.

El objetivo de introducir estas nuevas preguntas es precisar mejor el perfil sociológico de los jugadores y tratar de estimar el volumen de recursos que se mueven alrededor de cada juego.

Una nueva variable que se ha extraído es la del perfil de los jugadores en los seis últimos meses. A la vez, se trataba de intentar estimar en cada juego la cantidad de jugadores en un “día-tipo” y la cantidad media jugada por cada uno. Es decir, informaciones que complementen los datos disponibles a través de las fuentes de cada juego sobre las cantidades jugadas en cada uno³.

Desde el punto de vista técnico la metodología que se ensaya en este informe se basa en los estudios de audiencia de medios impresos, una de las vertientes de la investigación más asentadas, desde la segunda mitad del siglo XX. El objetivo de estos estudios es proporcionar para cada título una estimación sobre el AIR (*Average Issue Readership*), es decir, la cantidad de lectores de un número medio de la publicación (diario o revista semanal, mensual, etc.). Esto significa que lo que se trata de medir es la cantidad de personas que leen u hojean, al menos una vez, determinada publicación en su periodo de “vida útil” (día, semana, mes, etc.). Para conseguir esto se han utilizado distintos procedimientos y se han observado sesgos o debilidades en ellos

3/ GÓMEZ YAÑEZ, José Antonio (dir.) (2012): *Anuario del Juego en España 2011-12*, IPOLGOB-Universidad Carlos III-Estudios sobre Juego, Madrid, 2012.

que han tratado de corregirse técnicamente. La investigación de audiencias está muy aquilatada a través de metodologías estandarizadas y estudios periódicos o continuos en los principales países del mundo.

El procedimiento que se ha convertido en standard en casi todos los países es el denominado *Recent Reading* o “última lectura”, utilizado desde 1947⁴, en el que se basa el Estudio General de Medios español. Básicamente consiste en que a través de una serie de preguntas cada entrevistado sitúe en el tiempo su última lectura de una publicación, o en nuestro caso, la última vez que jugó. Las tres preguntas tipo son:

- Una pregunta filtro en la que se pide al entrevistado que seleccione aquellos títulos, o juegos en este caso, que haya jugado en un periodo amplio.
- Otra pregunta sobre la frecuencia de lectura de la publicación, o del juego, es decir, detectar su hábito de jugar cada juego. Esta pregunta da lugar a otro procedimiento de estimación (método de frecuencia) que se utiliza en algunos países en los estudios de audiencia de medios impresos (Polonia, Suecia, durante algún tiempo en Suiza). Pero esta alternativa de medición es minoritaria y va cayendo en desuso.
- La pregunta sobre la última vez que jugó cada juego.

Lo normal es que los trabajos de campo de los estudios de audiencia de medios impresos sean “personales”, con entrevistas “cara a cara”. También se basan en amplísimas muestras por oleadas (sistema del EGM español, con 45.091 entrevistas anuales en 2012) o continuas (una cantidad fija de encuestas realizadas todos los días del año)⁵. Para realizar las preguntas sobre medios impresos suelen utilizarse cartones con los logos de los medios para facilitar el recuerdo a los entrevistados. En el caso de este estudio la realización de la entrevista es telefónica y la muestra es de una dimensión limitada (1.000 individuos) lo que hace que los márgenes de error sean mayores. Lógicamente, al ser el trabajo de campo telefónico, no se han podido emplear cartones u otros sistemas que facilitaran el recuerdo de los entrevistados.

La utilización de estas metodologías descritas a lo largo de los años en los estudios de audiencia y el contraste de los resultados de las encuestas con los datos reales de ejemplares vendidos, han permitido detectar algunos sesgos en las respuestas de los entrevistados, que son conocidos y, por ende, previsibles.

De este modo, se conoce que el sistema de estimación a través de la frecuencia de lectura tiende a sobreestimar las audiencias de los medios, ya que los entrevistados tienden a sobreestimar su hábito de lectura. Al contrario, se ha detectado que el método de lectura más reciente, *recent ready*, es susceptible de ciertos sesgos⁶ variables en cada medio, es decir, tiende a subestimar

4/ Véase: Metodología EGM en LAMAS, Carlos (2002): “La investigación de los medios impresos. Una mirada al mundo”, *VIII seminario AEDEMO de Medios*, Marbella, 21 de Noviembre. LAMAS, Carlos (1997): “La investigación de audiencias de los medios impresos. Notas histórico-metodológicas”, *Investigación y Marketing*, 54, Madrid, págs. 6-10.

5/ LAMAS, Carlos (1999): *La medición de audiencias en Europa*, AIMC, Madrid.

6/ LEVINE, Michele; MORGAN, Gary; GRANT, Peter (1997): “Pragmatic readership measures for the Future”, *Worldwide Readership Research Symposium*, Vancouver.

algunos y a sobrestimar otros por la convergencia de diversos fenómenos observables en las encuestas: “telescopamiento” que lleva a algunos entrevistados a situar en el tiempo equivocadamente la actividad (lectura o juego en este caso), que normalmente opera en el sentido de aproximarla al presente, aunque no siempre. Se conoce también un efecto de “prestigio” que lleva a algunos entrevistados a declarar la lectura de un medio por el prestigio que conlleva socialmente, lo que supone que las audiencias de estos medios sean sistemáticamente sobrerrepresentadas.

Este efecto opera negativamente para algunas publicaciones que quedan subestimadas en los resultados del trabajo de campo al ocultar algunos entrevistados su lectura, o en nuestro caso, el que hayan jugado a determinados juegos. Obviamente, este efecto es una variante de la deseabilidad social que se manifiesta de diversas formas en las encuestas⁷. También, obviamente, se producen olvidos y errores de los entrevistados sobre todo entre los lectores no habituales.

Nuestro estudio muestra, como más adelante se verá, que hay sesgos en el recuerdo de haber jugado algunos juegos, que operan de forma muy distinta entre ellos.

En los estudios de audiencia de medios impresos se incluyen algunas preguntas complementarias sobre el contenido de la lectura del último ejemplar leído. Estas preguntas varían: tiempo destinado a la lectura, noticias que recuerda, páginas o secciones que lee, etc. En nuestra investigación la pregunta complementaria se refiere a la cantidad jugada, apostada o invertida en la compra de boletos.

Las ediciones anteriores permitieron detectar algunos sesgos en las respuestas de los entrevistados, esencialmente la subestimación de jugadores de máquinas tragamonedas y de bingos. En esta edición se han introducido mecanismos para tratar de corregir este problema, que se explicarán al analizar estos juegos.

Es la primera vez que se utiliza este procedimiento aplicado al juego, que conozcamos. Por tanto, para reducir los riesgos se han utilizado en paralelo los dos procedimientos descritos, *recent reading* y la “frecuencia de juego”, para estimar la cantidad de jugadores en un día-tipo. El procedimiento para pasar de frecuencia recordada por el entrevistado a un dato estimado de jugadores diarios/semanales se basa en transformar la declaración en probabilidades de contacto con el juego, es decir:

$$Pr_{nj} = \text{Probabilidades de haber jugado en el cuestionario } n \text{ el juego } j$$

Las tablas de asignación de valores son, para los juegos “diarios”, es decir, que ofrecen oportunidad de contacto diario:

7/ Ed Benson, en 1941, fue el primero en advertir en las encuestas este efecto al comprobar la sobreestimación del recuerdo de haber votado a F. D. Roosevelt en los años 40. Benson fue Director de los Servicios de Estadística de American Gallup Poll y observó que en los primeros estudios de audiencia este efecto se producía también entre las publicaciones.

- 1,00 si declara jugar todos los días
- 0,50 si declara jugar varias veces a la semana
- 0,30 si declara jugar una vez a la semana
- 0,10 si declara jugar cada dos o tres semanas
- 0,05 si declara jugar una vez al mes
- 0,02 si declara jugar con menor frecuencia
- 0,00 si declara jugar “nunca”.

Para los juegos semanales, en los que se compran boletos semanales o se juegan o se asiste a los locales de forma naturalmente semanal:

- 1,00 si declara jugar todas las semanas
- 0,50 si declara jugar cada dos o tres semanas
- 0,25 si declara jugar una vez al mes
- 0,07 si declara jugar alguna vez al año
- 0,00 si declara jugar nunca.

Que las entrevistas fueran telefónicas aconsejó prever otro mecanismo un tanto heterodoxo para prevenir sesgos de “infra-representación” en los datos obtenidos a través del procedimiento *recent reading*, es decir, prever la eventual necesidad de ponderar de alguna manera los datos de juego “ayer” o en “la última semana”, probabilizando también los datos de los periodos anteriores al último plazo, sobreentendiendo implícitamente una tendencia a ocultar o alejar en el tiempo la fecha en que se jugó por última vez. La tabla de asignación de valores en este caso ha sido la siguiente, en el caso de los juegos “diarios”:

- 1,00 Ayer
- 0,33 Hace dos o tres días
- 0,15 Hace una semana
- 0,05 Hace dos semanas
- 0,03 Hace tres semana o un mes
- 0,02 Hace entre uno y dos meses
- 0,01 Hace entre dos y seis meses.

La experiencia en otros terrenos muestra que no era razonable pensar en una única fórmula o algoritmo para estimar la cantidad de personas que pudieran jugar a cada juego “ayer” o “en la última semana”, por tanto, se previó que se pudieran utilizar cada uno de los tres métodos anteriores en función de su mejor ajuste a los datos reales conocidos.

Del mismo modo, al plantear el estudio no estaba claro qué sesgo podría producirse en las cantidades declaradas. El procedimiento habitual sería utilizar la media, o quizá la mediana, como estadísticas convencionales para calcular las cantidades jugadas “la última vez” que jugó un “jugador medio”. No obstante, se previó que pudieran producirse sesgos también en este indicador, de manera que estas cantidades se han sometido a técnicas de “análisis exploratorio de datos” de forma que se pudiera determinar la existencia de datos atípicos o aberrantes, utilizando el procedimiento de “caja” de Tuckey, es decir, acotar la distribución a los datos comprendidos 1,5 veces el recorrido intercuartílico (Q3-Q1) a partir del cuartil mí-

nimo (Q1, percentil 25) y del máximo (Q3, percentil 75), es decir, los límites inferior y superior se definen como:

$$LI=Q_1-1'5R_i \text{ y } LS=Q_3+1'5R_i$$

4.2. Los juegos públicos

4.2.1. Lotería Nacional

A la Lotería Nacional ha jugado casi todo el mundo, alrededor del 80% de los entrevistados con leves oscilaciones en los últimos cuatro años, incluyendo a casi la cuarta parte de quienes se declaran “no jugadores”. En diciembre de 2012, el 77,7% declaraba haber jugado a la Lotería Nacional alguna vez. Como es lógico, su perfil se confunde con el de la población, con un sesgo hacia los mayores de 35 años y los jugadores cotidianos o semanales. Puede decirse que sólo una parte de los “no jugadores” no ha jugado alguna vez a la Lotería Nacional.

Su sociología se concreta más al considerar únicamente a quienes recuerdan haber jugado en los seis últimos meses, el 41,3% de la población entre 18 y 75 años. En este segmento se observa un perfil más bien masculino, el 55,8% de los jugadores son hombres (ha jugado en un 46,1% de hombres frente a un 37,1% de mujeres), se acentúa el perfil más bien maduro de más de 35 años y hacia los jugadores cotidianos (el 78,8% declara haber jugado en este periodo). El 12,0% de los no jugadores declara haber jugado en el último semestre, arrastrados sin duda por la lotería de Navidad (Tabla 11).

A la Lotería Nacional se juega infrecuentemente, es decir, el 81.1% de quienes declaran haber jugado dice hacerlo alguna vez al año, claramente el sorteo de Navidad y eventualmente El Niño. En los demás sorteos semanales el bloque de compradores son los jugadores estables.

La dinámica de las ventas de Lotería Nacional es irregular. En realidad se trata de tres productos diferentes: la Lotería de Navidad, que viene a suponer la mitad de las ventas con ligeras oscilaciones anuales, el sorteo del Niño, alrededor del 15% y el 35% restante en los sorteos semanales. La regularidad de las compras durante el año puede estimarse, lógicamente, para estos últimos sorteos. Centrándonos en ellos, el 5,6% de quienes han jugado alguna vez a la lotería declara jugar todas las semanas. Utilizando el procedimiento de “frecuencia de juego ponderada”, resulta una estimación de juego semanal del 5,7% de la población, es decir, en una semana-tipo juegan algo menos de dos millones de individuos, que vienen a comprar una media de 20,51€, aunque hay grandes diferencias en las cantidades que juegan.

Aplicando estos datos para 50 semanas-tipo, resulta una estimación de algo más de 2.000 millones de € jugados en los sorteos semanales, cantidad bastante similar a los 1.875 mill. € jugados en estos sorteos durante 2011⁸. El sesgo al alza del resultado de esta operación hay que atribuirlo a las “impurezas” que introdujo en las respuestas la proximidad al trabajo de campo del sorteo de Navidad.

8/ *Memoria Anual Loterías y Apuestas del Estado 2011*, Madrid, 2012.

Tabla 11 / Perfil sociológico de los jugadores a la lotería nacional (% sobre población de 18 a 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha jugado últimos seis meses
	2009	2010	2011	2012	
Total	83,0	75,6	77,3	77,7	41,3
Hombres	83,5	74,2	75,7	79,1	46,1
Mujeres	82,5	77,0	78,8	76,3	37,1
De 18 a 24 años	49,3	50,4	53,3	46,2	19,2
De 25 a 34 años	85,4	74,1	75,8	76,1	39,3
De 35 a 44 años	90,3	80,8	80,6	83,3	46,3
De 45 a 54 años	93,6	82,1	85,4	84,4	41,8
De 55 a 64 años	90,2	84,6	80,7	85,4	52,9
De 65 a 75 años	81,5	75,9	83,2	85,4	42,6
Status alto	92,7	69,7	74,2	83,3	48,0
Status medio alto	83,1	78,0	81,5	72,0	46,3
Status medio medio	84,6	75,8	56,9	79,6	40,5
Status medio bajo	77,3	76,7	59,4	76,6	37,8
Status bajo	81,3	72,0	55,3	84,6	44,9
Cotidianos	94,0	85,7	78,1	94,6	78,8
Semanales	94,3	87,8	86,4	93,1	52,2
Esporádicos	89,4	88,4	86,4	84,6	46,4
Infrecuentes	90,4	88,0	88,6	90,7	44,7
No jugadores	35,3	24,4	20,9	23,0	12,0
Frecuencia de juego (Base: recuerdan haber jugado alguna vez)					
Todas las semanas				5,6	
Cada dos o tres semanas				0,4	
Una vez al mes				3,0	
Alguna vez al año				81,1	
Nunca				10,0	
Última vez que compró Lotería Nacional (Base: compran alguna vez al año)					
Ayer				4,3	
Hace dos o tres días				7,2	
En la última semana				16,9	
Hace dos semanas				6,6	
Entre tres semanas y un mes				7,8	
Entre uno y dos meses				7,8	
Entre dos y seis meses				2,5	
Más de seis meses				45,1	
Nunca compra				1,9	
Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a la Lotería Nacional una "semana tipo"					
Estimación según frecuencia de juego semanal (%)				5,7	
Estimación según frecuencia de juego (miles indiv)				1.993	
Cantidad media comprada la última vez (euros)					
Media acotada				20,51	
Estimación volumen de juego anual (mill. euros)					
Estimación según frecuencia de juego				2.044	
Recaudación en los sorteos semanales de Lotería Nacional (1)				1.875	

Fuente: *Memoria Anual Loterías y Apuestas del Estado 2011*, Madrid, 2012.

NOTA tabla 11: El desajuste de los datos estimados según “última vez que jugó” es normal en el caso de la Lotería Nacional. El trabajo de campo se realizó entre el 17 y el 22 de diciembre, en un momento de elevadas ventas de la Lotería de Navidad, por tanto, los datos sobre compra más reciente están contaminados por este sorteo excepcional. Los datos de “hábito”/“frecuencia de juego” se ajustan con bastante precisión a la dinámica normal de las ventas de Lotería Nacional.

4.2.2. Loterías Primitivas: Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto, Euromillones

Para evitar un cuestionario excesivamente recargado, la familia de loterías primitivas se agrupó en una pregunta, asumiendo la imprecisión derivada de acumular los datos, ya que se pensó que era preferible ésta a la que hubiera producido el cansancio del encuestado al reiterar preguntas similares para cada una de la cuatro loterías primitivas (Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto, Euromillones). Por otro lado, se trata de juegos intercambiables, como muestra que su distribución geográfica sea muy similar, casi exacta. Algo más de la mitad de la población declara haber jugado alguna vez a una lotería primitiva, es un porcentaje estable desde 2009, aunque en suave descenso (tabla 12). Estas loterías están sufriendo un desgaste en los últimos años, excepto Euromillones y hay canibalización entre ellas.

Son juegos que generan hábito que se traduce en regularidad en su compra: el 42,2% de quienes declaran que lo han jugado alguna vez afirma jugar con una frecuencia semanal o superior y de quienes lo han comprado en el último año el 10,4% lo ha hecho “ayer”, un 14,3% “hace dos o tres días” y un 28,6% “hace una semana”. Los compran fundamentalmente jugadores cotidianos, semanales o esporádicos (que dicen jugar alguna vez al mes), decayendo mucho entre los jugadores infrecuentes y, por supuesto, entre los no jugadores.

El perfil de los entrevistados que afirman haber jugado a estas loterías en los seis últimos meses es preferentemente masculino, un 56,1% de los jugadores son hombres. El 49,4% de los hombres y el 39,0% de las mujeres han jugado estas loterías en este periodo. El centro de gravedad de estos juegos son las generaciones intermedias (de 35 a 54 años), descendiendo entre los comprendidos entre 25 y 34 y entre los 55 y 64 y con los menores niveles entre los mayores de 65 años y sobre todo los menores de 25. El perfil forma una distribución casi normal con sólo ligera inclinación. No hay apenas diferencias entre status sociales, acaso una mayor práctica entre las clases medias-medias.

La estimación del número de jugadores que compraron “ayer” boletos para alguna de las loterías primitivas es muy similar con los dos procedimientos empleados: 5,9%, utilizando la “frecuencia de juego”, y 5,0%, si se emplea la “última vez que jugó” ponderada, de la población incluida en la investigación. Esto equivale a una horquilla entre 1.740.000 y 2.068.000 individuos de media diaria que compran alguno de los sorteos. La cantidad media que juegan es 6,07 €, aunque hay diferencias considerables entre las cantidades. Al elevar estos datos a totales anuales resultan entre 4.500 millones de €, a través de la frecuencia de juego, y algo más de 3.800 millones de €, según la última vez que jugó. Ambas cifras están en torno a los 4.053 millones de € recaudados en 2011⁹ por estas loterías, aunque parece un poco más precisa la cifra obtenida a partir de la “última vez que jugó” (sin ponderar).

9/ Fuente: *Memoria Anual 2011 Loterías y Apuestas del Estado*, Madrid, 2012.

Tabla 12 / Perfil sociológico de los jugadores a las loterías primitivas (Lotería Primitiva, BonoLoto, El Gordo de la Primitiva, Euromillones) (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha jugado últimos seis meses
	2009	2010	2011	2012	
Total	61,3	55,1	56,6	53,6	44,0
Hombres	65,9	58,3	60,5	56,5	49,4
Mujeres	56,7	52,0	52,9	50,7	39,0
De 18 a 24 años	44,1	42,1	36,1	33,1	20,9
De 25 a 34 años	67,1	63,4	61,0	54,5	45,5
De 35 a 44 años	72,3	61,5	67,5	64,3	55,5
De 45 a 54 años	67,4	58,4	64,3	60,0	52,3
De 55 a 64 años	51,5	50,0	54,5	54,2	40,9
De 65 a 75 años	54,1	44,4	42,4	45,5	38,3
Status alto	74,4	53,5	51,6	55,0	40,7
Status medio alto	60,1	59,7	56,9	55,5	44,1
Status medio medio	64,5	58,3	59,4	54,7	47,0
Status medio bajo	54,2	49,6	55,3	51,4	40,9
Status bajo	46,9	40,0	36,4	42,3	42,3
Cotidianos	85,1	77,6	81,3	89,2	89,2
Semanales	85,4	84,3	88,2	87,5	84,3
Esporádicos	78,0	73,8	66,7	75,4	60,8
Infrecuentes	50,4	40,9	44,8	38,0	18,8
No jugadores	17,3	13,0	12,8	10,7	8,9
Frecuencia de juego					
Todos los días				0,4	
Varias veces semana				3,3	
Todas las semanas				38,5	
Cada dos o tres semanas				4,3	
Una vez al mes				16,7	
Alguna vez al año				25,3	
Nunca				10,8	
Última vez que compró loterías primitivas (Base: compran alguna vez al año)					
Ayer				10,4	
Hace dos o tres días				14,3	
Hace una semana				28,6	
Hace dos semanas				5,8	
Entre tres semanas y un mes				7,0	
Entre uno y dos meses				8,7	
Entre dos y seis meses				7,3	
Más de seis meses				16,5	
Nunca compra				1,2	
Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a loterías primitivas "un día tipo"					
Estimación según "frecuencia de juego ponderada" (%)				5,9	
Estimación según "última vez que jugó" (%)				5,0	
Estimación según frecuencia de juego (miles indiv)				2.068	
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				1.741	
Cantidad media comprada la última vez (€)					
Media acotada				6,07	
Estimación según "frecuencia de juego"				4.519	
Estimación según "última vez que jugó"				3.804	
Recaudación de las Loterías Primitivas (2011) (1)				4.053	

(1) Fuente: Memoria Anual Loterías y Apuestas del Estado 2011, Madrid, 2012.

4.2.3. Cupones de la ONCE

En el cuestionario se incluyó una pregunta sobre la compra de los cupones, sin incluir otros productos que comercializa la ONCE. Este producto muestra una tendencia al descenso en lo que se refiere al recuerdo de haberlos comprado alguna vez, desde el 60,8% en 2009 hasta el 44,7% en 2012. Este descenso se produce sobre todo entre las mujeres y los jugadores más infrecuentes, con independencia de status sociales o edades, aunque en la generación de 25 a 34 años se aprecia una erosión significativa (tabla 13). Los datos reflejan problemas serios: un producto que está perdiendo a sus compradores más fieles, de elevada edad, mientras que no consigue una implantación suficiente en los sectores más jóvenes.

Quienes declaran haber jugado en los seis últimos meses muestran un perfil más acusado: equilibrado en términos de sexo, se inclina considerablemente hacia las generaciones maduras, creciendo sus ventas en paralelo con la edad y gravita fuertemente hacia los jugadores más frecuentes (cotidianos, semanales y esporádicos), mientras que apenas capta clientes entre los jugadores infrecuentes o los no jugadores.

Los cupones de la ONCE tienen un público fidelizado, pero también un segundo círculo más difuso de jugadores flotantes. El 18,8% de quienes declaran haberlos comprado afirma que lo hace todas las semanas, o con más frecuencia. Y un tercio (33,3%) de los que declaran haberlos comprado alguna vez lo hizo hace menos de una semana. Es probable que los datos reflejen diferencias de comportamiento entre los compradores de cupones diarios y cupones semanales.

Los distintos procedimientos de estimación empleados indican que entre el 3,2% y el 4,4% de la población estudiada jugó alguna de las versiones de los cupones de la ONCE en un "día-tipo", lo que equivale a entre un 1.135.000 y 1.532.000 individuos. La cantidad que juegan de media es de 3,44 €, aunque hay considerables diferencias entre los compradores, seguramente en función del tipo de cupón con precios diferenciado (diario, cuponazo, supercupón fin de semana) y que algunos compradores adquieren cantidades considerables. Con estos datos, a partir de la encuesta se puede estimar que el volumen de venta anual de las distintas formas de cupones de la ONCE se sitúa entre 1.406 y 1.897 millones de €. En 2011 la recaudación de las ventas de los distintos tipos de cupones fue de 1.611 millones¹⁰, lo que indica que ambas formas de estimación no tienen desviaciones excesivas.

10/ Fuente: *Memoria Anual de la ONCE y su Fundación 2011*. Madrid, 2012.

Tabla 13 / Perfil sociológico de los jugadores a cupones de la ONCE (Cupón diario, cuponazo, supercupón fin de semana, Extraordinario) (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha jugado últimos seis meses
	2009	2010	2011	2012	
Total	60,8	54,6	57,4	44,7	31,0
Hombres	59,3	51,6	54,5	47,1	31,8
Mujeres	62,3	57,5	60,1	42,3	30,0
De 18 a 24 años	32,4	34,6	35,2	26,9	20,2
De 25 a 34 años	59,8	52,8	55,0	35,7	23,3
De 35 a 44 años	67,0	62,0	62,6	51,0	32,5
De 45 a 54 años	70,9	59,5	69,0	54,4	36,1
De 55 a 64 años	65,9	59,3	57,2	50,0	40,2
De 65 a 75 años	63,7	53,7	59,2	48,0	33,6
Status alto	62,2	50,5	54,8	45,0	32,1
Status medio alto	64,0	57,0	61,5	37,4	27,3
Status medio medio	62,5	53,4	54,9	47,8	30,8
Status medio bajo	54,6	27,1	61,7	45,4	32,7
Status bajo	65,6	30,0	27,3	34,6	34,6
Cotidianos	76,1	79,6	65,6	75,7	62,4
Semanales	69,4	68,9	73,5	58,5	44,6
Esporádicos	74,5	66,5	72,8	63,4	50,7
Infrecuentes	62,0	57,1	53,6	40,5	19,7
No jugadores	23,7	13,0	18,9	10,7	8,0
Frecuencia de juego					
Todos los días				1,0	
Varias veces semana				3,1	
Todas las semanas				14,7	
Cada dos o tres semanas				7,5	
Una vez al mes				16,1	
Alguna vez al año				38,1	
Nunca				19,5	
Última vez que compró cupones de la ONCE (Base: compran alguna vez al año)					
Ayer				5,4	
Hace dos o tres días				9,6	
Hace una semana				18,3	
Hace dos semanas				4,5	
Entre tres semanas y un mes				9,3	
Entre uno y dos meses				12,0	
Entre dos y seis meses				10,2	
Más de seis meses				27,8	
Nunca compra				3,0	
Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a cupones del ONCE la semana pasada					
Estimación según frecuencia de juego (%)				3,2	
Estimación según "última vez que jugó" (%)				4,4	
Estimación según frecuencia de juego (miles indiv)				1.135	
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				1.532	
Cantidad media comprada la última vez (€)					
Media acotada				3,44	
Estimación volumen de juego anual (mill. €)					
Estimación según frecuencia de juego				1.406	
Estimación según "última vez que jugó"				1.897	
Ventas de distintos tipos de cupones (2011) (1)				1.611	

(1) Fuente: Memoria Anual de la ONCE y su Fundación, Madrid 2011.

4.2.4. Quinielas

Desde 2007 la recaudación de las quinielas desciende. El número de quienes recuerdan haber jugado alguna vez a ella también lo hace. Sin embargo, es muy estable en el indicador de jugadores que se consideran habituales. Si en 2009 el 46.0% de la población declaraba haber jugado alguna vez a las quinielas, en 2012 se contrajo al 28,9%. Un descenso centrado en los jugadores esporádicos, infrecuentes y no jugadores que puedan jugar accidentalmente (tabla 14).

El 21,8% declara haber jugado en los seis últimos meses. Entre ellos el juego es bastante habitual: el 24,7% afirma jugar todas las semanas y el 39,9% haberlo hecho “esta semana”. En comparación con los otros juegos “universales” (Lotería Nacional, cupones de la ONCE) sólo las loterías primitivas consiguen una mayor regularidad.

Pese a su descenso, el perfil sociológico de los jugadores a las quinielas se mantiene agudizando sus aristas porque quienes están dejando de jugar son los menos implicados. Tomando como referencia los que declaran haber jugado en los seis últimos meses surge un perfil que viene a ser idéntico al de los aficionados al fútbol: preferentemente hombres; el 31,1% ha jugado en los seis últimos meses frente al 12,3% de las mujeres, lo que supone que el 71,8% de los jugadores son hombres; de generaciones jóvenes (de 25 a 45 años), pero no muy jóvenes, descendiendo considerablemente a partir de los 55 años. De status sociales medios o medio altos y, fundamentalmente, jugadores cotidianos, semanales o esporádicos, lo que es coherente con la regularidad semanal de la quiniela.

Entre el 8% y el 9% de la población juega a las quinielas cada semana, lo que equivale a unos tres millones de personas. Los jugadores de quinielas vienen a invertir 2,62 € de media semanal. A partir de estos datos, las estimaciones de juego anual llevan a una horquilla entre 319 y 342 millones de €/año, dependiendo del sistema de cálculo de jugadores empleado, frecuencia o jugó la “última semana” (ayer), cantidades algo por debajo de los 360 millones de € recaudados por las quinielas en 2012¹¹ (tabla 14). Este descenso de las quinielas a través de distintos indicadores coincide también con el descenso de la asistencia a los campos de fútbol de Primera División, por tanto, es un panorama bastante coherente.

11/ Fuente: *La Quiniela. Datos Estadísticos 2011*, Loterías y Apuestas del Estado, Madrid, 2012.

Tabla 14 / Perfil sociológico de los jugadores de quinielas (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha jugado últimos seis meses
	2009	2010	2011	2012	
Total	46,0	34,8	35,4	28,9	21,8
Hombres	58,7	43,8	46,7	39,6	31,1
Mujeres	33,5	26	24,7	18,1	12,3
De 18 a 24 años	43,4	37,6	41,8	31,5	22,7
De 25 a 34 años	51,1	41,7	37,7	35,2	30,3
De 35 a 44 años	50,5	37,5	39,8	35,7	25,2
De 45 a 54 años	47,1	28,3	31,6	25,0	21,0
De 55 a 64 años	39,4	29,6	32,0	18,1	12,0
De 65 a 75 años	38,5	30,6	26,4	22,0	10,1
Status alto	48,8	42,4	37,6	25,0	15,0
Status medio alto	52,2	37,1	37,9	27,5	21,2
Status medio medio	47,1	36,8	38,3	32,2	24,6
Status medio bajo	42,3	27,1	30,3	26,2	19,4
Status bajo	18,8	30	9,1	19,2	19,2
Cotidianos	71,6	51	43,8	54,1	50,8
Semanales	55,5	43,4	52,6	41,1	33,1
Esporádicos	58,2	51,8	37,7	38,3	31,8
Infrecuentes	43,1	30,8	30,1	25,5	13,0
No jugadores	13,5	9,8	13,5	5,3	5,3
Frecuencia de juego					
Todas las semanas				24,7	
Cada dos o tres semanas				7,1	
Una vez al mes				11,4	
Alguna vez al año				28,6	
Nunca				28,2	
Última vez que jugó a las quinielas (Base: compran alguna vez al año)					
Hace una semana				39,9	
Hace dos semanas				5,5	
Entre tres semanas y un mes				9,0	
Entre uno y dos meses				11,4	
Entre dos y seis meses				9,5	
Más de seis meses				24,9	
Nunca compra					
Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a las quinielas la semana pasada					
Estimación según frecuencia de juego (%)				8,9	
Estimación según "última vez que jugó" (%)				8,3	
Estimación según frecuencia de juego (miles indiv)				3.111	
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				2.899	
Cantidad media jugada la última vez (€)					
				2,62	
Estimación volumen de juego anual (mill. €)					
Estimación según frecuencia de juego				342	
Estimación según "última vez que jugó" ("hace una semana")				319	
Recaudación de las quinielas en 2012 (1)				360	

(1) Fuente: *La Quiniela. Datos Estadísticos 2012*. Loterías y Apuestas del Estado, Madrid, 2013.

4.3. El juego y el clima social. La diferencia entre los juegos públicos y los juegos de gestión privada

Los juegos “universales” anteriores comparten el rasgo de que no se produce una ocultación significativa de quienes juegan a ellos, ni tampoco en las cantidades jugadas, que por otra parte vienen condicionadas por el precio de los décimos o boletos. Veremos a continuación que esta transparencia en el reflejo de la realidad en los datos de la encuesta no siempre se produce. En los juegos presenciales que se van a ver a continuación, salvo las apuestas deportivas, se produce sistemáticamente la ocultación de haber jugado, el espaciado de la declaración de frecuencia de juego, el alejamiento de la última vez que jugaron y, por último, una tendencia a declarar haber jugado cantidades por debajo de las que efectivamente se jugaron. Son sesgos sistemáticos. Da la impresión de que los juegos gestionados por operadores públicos han traspasado una barrera social de aceptación, que no han alcanzado los juegos de promoción privada, o que esta barrera hubiera retrocedido en los últimos años. La tendencia de algunos datos hace pensar que esta tónica a ocultar jugar estos juegos se ha agudizado con la crisis. Da la impresión de que los jugadores a estos juegos sintieran una cierta presión social por destinar parte de su dinero al juego, en un momento en el que el clima dominante es hacia la reducción de los gastos en ocio. Desde esta perspectiva, ocultar que se juega o reducir la cantidad que se declara jugar parece ser una salida para evitar lo que pudiera convertirse en conversaciones enojosas. La encuesta, como técnica de investigación, recoge muchas impurezas del clima social. Aunque para el investigador sea una herramienta, para el entrevistado es una conversación sobre la que gravitan todos los elementos que conformarían el clima de una conversación entre desconocidos.

4.4. Los juegos de gestión privada

4.4.1. Bingo

En ediciones precedentes se observó que los datos sobre la asistencia a salas de bingo estaban infrarepresentados, esto es, que una parte de los entrevistados ocultaba decir que había ido a jugar a salas de bingo. El hecho de que, además, el porcentaje de entrevistados que declara haber ido al bingo en algún momento también descienda, hace pensar en una combinación de factores: cierta inhibición porque en periodos de crisis no crean que esté bien visto arriesgar dinero o pasar un rato de esparcimiento poco trascendente, quizá una cierta percepción de no excesivo aprecio social al bingo, dominado por una imagen de juego basado en la suerte, sin aportación de habilidad o competencia alguna por parte del jugador, etc. Sea como fuere, el bingo parece afectado negativamente por un sesgo de “prestigio” o de “deseabilidad social”, de manera que el entrevistado parece percibir que transmite una imagen banal, poco seria, etc., de sí mismo.

En esta edición se ha intentado aflorar esta ocultación. Para ello se mantuvo la pregunta habitual, es decir, “¿Ha jugado alguna vez al bingo?”, a partir de la que se despliegan las preguntas frecuencia de juego, última vez que jugó y cantidad jugada esta última vez, como se describió más arriba. En paralelo se previó otra serie de preguntas destinadas a aquellos entrevistados que no recordasen haber jugado al bingo: “¿Ha ido alguna vez al bingo, aunque fuera acompañando a alguien?”, seguido para los que respondieran afirmativamente de la pregunta sobre la última vez que fue al bingo y la cantidad que jugó.

Estas nuevas preguntas han permitido aflorar algunos jugadores que se ocultaban en la primera pregunta. Acumulando las respuestas de ambas procedencias se detecta mejor el perfil del jugador de bingo. Sin embargo, los sesgos a la baja persisten, tanto en lo que se refiere al número de jugadores, como a su frecuencia y cantidades jugadas. Y como se podrá comprobar es un sesgo relevante, que hace que las cantidades que pueden estimarse como volumen de juego en el bingo a partir de la encuesta se sitúen en un bajo porcentaje de las cantidades realmente jugadas, tomando como referencia los datos de 2011. No obstante, la mecánica del juego, con una alta frecuencia de premios, hace que probablemente esta desviación esté exagerada, ya que cabe suponer que los jugadores reinviertan en bastantes ocasiones el importe de los premios obtenidos cada vez que van a jugar, con lo cual la cantidad que realmente se juega es sensiblemente inferior a la cantidad de cartones comprados. Así pues, la desviación citada antes sería inferior a la que estas cifras sugieren.

La primera conclusión, por tanto, es que para el bingo los sesgos de deseabilidad social operan con intensidad, especialmente sobre las personas de más edad: mayores de 35 años, pero especialmente los mayores de 45 años. Afecta a los dos sexos, pero parece incidir algo más entre los hombres.

Los datos acumulados a través de los dos procedimientos (tabla 15, columna “total 2012”) muestran que algo más de un tercio de la población declara haber jugado alguna vez al bingo (36,9%), algo más los hombres (41,6%) que las mujeres (32,0%), aunque este dato se equilibra, con un peso ligeramente mayor para las mujeres, si se consideran únicamente los que han jugado en los seis últimos meses. Por generaciones, los jugadores de bingo son más bien maduros, entre los 45 y los 65 años, con una fuerte presencia también de mayores de esta edad (pero este dato principalmente se detecta a partir de la batería preparada especialmente para hacer emerger a quienes se ocultan de la pregunta general sobre todos los juegos). Cuando se pregunta por la última vez que jugaron, los entrevistados que juegan al bingo tienden a alejarla en el recuerdo, en lo que parece una perversa deformación del efecto telescopamiento (alejamiento de un suceso en vez de aproximación), aunque más que una ubicación temporal equivocada parece ser un encubrimiento deliberado. El contraste entre las dos columnas de la tabla es muy llamativo y parece sugerir que la ocultación tiene un fuerte componente generacional: el bingo, juego carente de elementos de competitividad o habilidad, no aparenta ser un juego lo suficientemente serio como para que las personas “mayores” declaren jugar a él de forma frecuente.

Los datos de las dos procedencias convergen en mostrar el bingo como un juego para todos los status sociales medios y altos, pero con cierto sesgo hacia los altos. Obviamente, lo juegan so-

bre todo jugadores cotidianos (que juegan más de una vez a la semana) o semanales, junto con esporádicos (juegan una o dos veces al mes), pero muy poco para infrecuentes o no jugadores.

La cantidad media jugada la última vez que jugaron es de 16,7 €, según declaran los jugadores entrevistados. Con el bingo ocurre algo poco frecuente, las cantidades declaradas como jugadas que resultan atípicas son las más pequeñas (1, 2, 5 €) lo que refuerza la idea de que los jugadores detectan un clima de vaga presión alrededor de la imagen social del bingo que inhibe sus respuestas. Parece claro que las declaraciones de los entrevistados son inferiores a las cantidades que realmente juegan.

De este modo, cabría decir que la asistencia a los bingos se escurre a la investigación por encuestas de forma sistemática, sólo puede localizarse parcialmente. En el futuro habría que prever mecanismos más enérgicos que permitieran aflorar mejor esta asistencia, y detectar con más precisión las cantidades jugadas. En todo caso, los datos derivados de la pregunta más genérica sobre la asistencia, muestra una tendencia descendente que refleja el declive real del juego del bingo.

Tabla 15 / Perfil sociológico de los jugadores de bingo (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha ido alguna vez a un bingo 2012	Total 2012	Ha jugado últimos seis meses 2012
	2009	2010	2011	2012	(a)	(b)	(c = a + b)
					(% población)	(% población)	
Total	26,5	11,0	11,0	8,9	28,0	36,9	1,9
Hombres	25,6	14,1	14,1	9,9	31,8	41,6	1,8
Mujeres	27,4	7,9	7,9	7,8	24,1	32,0	2,0
De 18 a 24 años	25,7	8,8	8,8	12,3	13,8	25,4	6,2
De 25 a 34 años	31,1	14,2	14,2	11,7	26,3	38,0	5,1
De 35 a 44 años	25,7	12,6	12,6	8,6	29,5	38,1	0,0
De 45 a 54 años	27,3	10,5	10,5	6,7	36,1	42,8	0,0
De 55 a 64 años	26,5	12,9	12,9	7,6	36,1	43,8	0,0
De 65 a 75 años	20,0	4,4	4,4	5,7	22,0	27,6	0,0
Status alto	25,6	17,1	17,1	6,7	36,7	43,3	1,6
Status medio alto	36,0	10,1	10,1	6,6	27,5	34,1	1,7
Status medio medio	25,7	12,5	12,5	8,9	30,4	39,1	2,2
Status medio bajo	22,7	7,7	7,7	10,6	24,5	35,1	1,8
Status bajo	18,8	6,3	6,3	11,5	7,7	19,2	0,0
Cotidianos	44,8	25,4	25,4	16,2	40,5	56,8	2,7
Semanales	32,4	13,9	13,9	12,1	37,5	49,6	1,2
Esporádicos	29,1	13,5	13,5	13,1	33,1	46,3	6,8
Infrecuentes	21,7	9,0	9,0	7,6	23,8	31,2	0,9
No jugadores	16,7	1,9	1,9	1,6	16,0	17,6	0,0

Frecuencia de juego (base: han ido alguna vez a un bingo)

Todos los días	
Varias veces semana	
Todas las semanas	
Cada dos o tres semanas	1,1
Una vez al mes	3,4
Alguna vez al año	33,0
Nunca	62,5

Última vez que fue a un bingo. Bases:

	Alguna vez en el año	Ha ido a un bingo acompañando a alguien	Última vez que fue al bingo (% población)
Hace una semana	3,0	0,4	0,2
Hace dos semanas	3,0		0,1
Entre tres semanas y un mes	6,1	1,1	0,5
Entre uno y dos meses	9,1	0,7	0,5
Entre dos y seis meses	15,2	0,4	0,6
Más de seis meses	60,6	85,4	4,9
Nunca va al bingo	3,0	12,1	

Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó al bingo una "semana tipo"

Estimación según frecuencia de juego (%)	No aplic.
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (%)	0,7
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)	255

Cantidad media comprada en cartones la última vez que fue al bingo (€)

Media acotada (atípicas las respuestas más bajas)	16,7
---	------

Estimación volumen de juego anual (mill. €)

Estimación según "última vez que jugó"	221
Gasto en cartones. Cartones vendidos (1)	2.008

(1) Fuente: DGOJ: *Memoria Anual 2011*. Madrid, 2012.

4.4.2. Juegos de casino. Ir a un casino

Ir a jugar a casinos muestra una tendencia descendente en los últimos años. En 2012 sólo el 2.6% de la población recordó haber ido alguna vez, el 0,5% en los seis últimos meses. Es decir, no ha escapado a la corriente general de reserva de declarar que se juega que impera y que inhibe las respuestas de casi todos los juegos que no son públicos u “oficiales” y masivos, es decir, que se contemplan como prácticas sociales que ni siquiera son claramente identificadas con el juego.

El perfil sociológico de los jugadores en casinos es estable, más bien masculino, joven por debajo de los 40 años en su gran mayoría, de status sociales medios o altos. Se ha producido un descenso en la asistencia de jugadores cotidianos en el último año. Las declaraciones de asistencia a los casinos llevan a pensar que ir a ellos es una actividad infrecuente: sólo algo más de la mitad de los que recuerdan haber ido a un casino afirma haberlo hecho en el último año y, de ellos, el 14,2% haber ido hace menos de dos semanas, el resto dice haber ido hace más de dos meses. Parece lógico pensar que, como en toda actividad, tiene que haber un núcleo duro con una frecuencia de asistencia elevada y regular.

En el espacio de los cuatro años en que se viene realizando este estudio da la impresión de que está cambiando algo: la asistencia en pareja parece descender a favor de hombres solos.

Como sucede con otros juegos, el patrón de respuestas de los jugadores en casinos revela una tendencia a responder bajas frecuencias de juego y alejar la última vez que fue, acompañada de una declaración de cantidades jugadas que, a priori, parece anormalmente baja: 21,0 €. El gasto medio por visitante en mesas de juego fue de 45,0 € en 2011¹² (incluyendo el póquer), lo que lleva a pensar que se produce una “reducción” de la cantidad que se declara jugar hasta un 46,7% de la cantidad que realmente se juega, es decir, que se oculta la mitad de las cantidades jugadas. Así pues, el juego en casinos también está afectado por un déficit de deseabilidad social que lleva a una ocultación de jugar y a una respuesta sobre las cantidades que se juegan muy inferior a la realidad (tabla 16).

12/ GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego... op. cit.*, pág. 139; a partir de datos de DGOJ (2012): *Memoria Anual del Juego 2011*.

Tabla 16 / Perfil sociológico de los jugadores en casinos (Juegos de mesa, excluido póquer) (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Ha jugado últimos seis meses
	2009	2010	2011	2012	
Total	11,2	7,5	3,8	2,6	0,5
Hombres	11,5	7,9	5,6	3,0	0,8
Mujeres	10,9	7,1	2,1	2,2	0,2
De 18 a 24 años	12,5	12,8	5,7	6,2	2,3
De 25 a 34 años	14,6	7,4	3,9	2,8	0,9
De 35 a 44 años	9,7	5,3	3,9	1,9	0,0
De 45 a 54 años	8,1	5,8	4,7	1,1	0,0
De 55 a 64 años	12,9	9,3	2,8	3,5	0,0
De 65 a 75 años	8,9	5,6	1,6	0,8	0,0
Status alto	24,4	13,1	7,5	5,0	0,0
Status medio alto	19,1	9,7	4,1	2,2	1,1
Status medio medio	9,6	8,4	4,2	3,1	0,4
Status medio bajo	5,8	3,4	1,5	1,4	0,4
Status bajo	0	0,0	4,5	3,8	0,0
Cotidianos	13,4	10,2	6,3	2,7	2,7
Semanales	13,9	10,5	3,7	3,2	0,0
Esporádicos	14,2	9,1	7,4	4,6	1,7
Infrecuentes	9,6	6,8	3,4	2,3	0,3
No jugadores	6,4	2,1	0,7	0,5	0,0
Frecuencia de juego					
Todos los días					
Varias veces semana					
Una vez a la semana					
Cada dos o tres semanas				3,8	
Una vez al mes				3,8	
Alguna vez al año				46,2	
Casi nunca				46,2	
Última vez que fue a un casino (Base: van alguna vez al año)					
Ayer					
Hace dos o tres días				7,1	
Hace una semana					
Hace dos semanas				7,1	
Entre tres semanas y un mes					
Entre uno y dos meses					
Entre dos y seis meses				21,4	
Más de seis meses				57,1	
Nunca juega				7,1	
Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó en casinos juegos de mesa en "una semana tipo"					
Estimación según frecuencia de juego (%)				0,1	
Estimación según "última vez que jugó" (%)				0,1	
Estimación según "última vez que jugó" ponderado (%)				0,2	
Estimación según frecuencia de juego (miles indiv.)				30	
Estimación según "última vez que jugó" (miles indiv.)				35	
Estimación según "última vez que jugó" ponderado (miles indiv.)				77	
Cantidad jugada en mesas de juego (no póquer) la última vez que fue a un casino (€)					
					21,0
Estimación volumen de juego anual (mill. €)					
Estimación según frecuencia de juego				32	
Estimación según "última vez que jugó"				37	
Estimación según "última vez que jugó ponderado"				80	

4.4.3. Jugar al póquer en casinos

Como en la pasada edición se ha desglosado el conjunto de juegos de mesa de casino del póquer y en ésta, a su vez, se ha separado el que se juega en casinos del que se juega informalmente.

Igual que casi todos los juegos no organizados por operadores públicos, el póquer muestra una tendencia descendente. El año pasado el 1,4% de la población que recordaba haber jugado, descendió al 0,7%. Recuerda haberlo jugado en los últimos seis meses sólo un 0,2%. También ha descendido el porcentaje de quienes se declaran jugadores habituales (tabla 17). A partir de los datos de la encuesta no es posible deslindar si este descenso en las cifras es real o reflejo del clima social que inhibe la declaración de qué parte del dinero dedicado al ocio se destina a jugar en un momento social dominado por el control de los gastos de todo tipo.

El perfil de los jugadores se mantiene, lo juegan sobre todo hombres jóvenes, menores de 35 años, con pocas mujeres. La mayor parte de los jugadores son cotidianos, a los que se suman otros de menor frecuencia.

Como otros juegos, también en el póquer en casinos se producen los sesgos en la respuesta que repiten los observados en el conjunto de los juegos no masivos: los jugadores tienden a ocultarse en la entrevista y, además, deforman su recuerdo de la frecuencia con que juegan, alejan la última vez que jugaron y da la sensación de que reducen en su declaración a las entrevistadoras las cantidades que juegan, 30,0 € de media. Sin embargo, la media de juego por visitante a los casinos, en los juegos de mesa, es de 45,0 €¹³, lo que induce a pensar en una rebaja considerable en la declaración de las cantidades que se juegan, algo como un 30%.

Es evidente que con los dos sesgos señalados acumulados la estimación que puede hacerse sobre las cantidades que se juegan al póquer en casinos están sensiblemente infraestimadas.

13/ GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego... op. cit.*, pág. 139; a partir de datos de DGOJ (2012): *Memoria Anual del Juego 2011*.

Tabla 17 / Perfil sociológico de los jugadores de póquer en casinos (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado		Ha jugado últimos seis meses
	2011	2012	
Total	1.4	0,7	0,2
Hombres	2.3	1,0	0,2
Mujeres	0.6	0,4	0,2
De 18 a 24 años	3.3	3,8	0,8
De 25 a 34 años	2.6	0,9	0,5
De 35 a 44 años	0.5	0,0	0,0
De 45 a 54 años	1.2	0,0	0,0
De 55 a 64 años	0.7	0,0	0,0
De 65 a 75 años	0.0	0,0	0,0
Status alto	2.2	0,0	0,0
Status medio alto	2.1	0,5	0,5
Status medio medio	1.2	1,1	0,2
Status medio bajo	1.1	0,4	0,0
Status bajo	0.0	0,0	0,0
Cotidianos	6.3	2,7	2,7
Semanales	2.2	0,0	0,0
Esporádicos	1.2	1,1	0,0
Infrecuentes	1.0	0,8	0,3
No jugadores	0.0	0,5	0,0
Frecuencia de juego			
Todos los días			
Varias veces semana			
Una vez a la semana			
Cada dos o tres semanas			
Una vez al mes			
Alguna vez al año		57,1	
Nunca		42,9	
Última vez que jugó al póquer en un casino (Base: compran alguna vez al año)			
Ayer			
Hace dos o tres días		25,0	
Hace una semana			
Hace dos semanas			
Entre tres semanas y un mes			
Entre uno y dos meses		25,0	
Entre dos y seis meses			
Más de seis meses		50,0	
Nunca juega			
Cantidad media jugada la última vez (€)			
		30	
Estimación volumen de juego anual (mill. €)			
Estimación según frecuencia de juego		0,23	
Estimación según "última vez que jugó"		0,18	
Estimación según frecuencia de juego (miles de indiv)		80	
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)		61	
Cantidad media jugada en mesas de póquer la última vez que jugó (€)			
		30,0	
Estimación volumen de juego anual (mill. €)			
Estimación según frecuencia de juego		125	
Estimación según "última vez que jugó"		96	

4.4.4. Jugar al póquer con amigos en bares o timbas informales, pero no en casa

Jugar al póquer en lugares informales, bares, timbas, etc., es estable con un leve descenso: alcanzó el 9,3% en 2011 y el 7,3% en 2012. Mantiene los perfiles sociológicos detectados el año pasado: es una actividad casi exclusivamente masculina, con muy pocas mujeres participantes; de jóvenes menores de 35 años en su inmensa mayoría, algo que se acentuó en 2012; de personas de status medio y alto, con fuerte presencia de jugadores cotidianos, semanales y esporádicos (que juegan una vez o más al mes), lo que sugiere que los jugadores lo practican con asiduidad.

Hay cosas que lo diferencian de otros juegos, seguramente porque jugar entre amigos tiende a ser considerado por los jugadores como mejor visto socialmente. No se produce el distanciamiento tanto en frecuencia como en la ubicación temporal de la última vez que jugó el entrevistado, como sucedía con los juegos de casino o bingo, o al menos parece suavizada. La diferencia con el póquer que se declara jugar en casinos es muy notable. Sin embargo, llama la atención lo reducido de la cantidad que se declara jugar, apenas 5 €, si se acota excluyendo las cantidades atípicas, que en este caso son las inferiores a 5 €, la media acotada se eleva a 5,8 €. Da la sensación de que aquí se produjera algún efecto de “encogimiento” seguramente derivado de no desear reconocer eventuales pérdidas de cantidades mayores, o la presión social por no dar la imagen de jugar dinero en un momento de ahorro generalizado.

A partir de estos datos se podría estimar una cantidad mínima que podría circular por timbas en bares o locales informales (pero no en casinos o reuniones familiares) en unos 90 millones de €. Hay que insistir en que es una cantidad mínima estimada a partir de las respuestas de los entrevistados y que, especialmente en las cantidades jugadas, está sujeta a un elevado margen de error con toda probabilidad. Los datos del juego en casinos mostraban fuertes sesgos tanto en la ocultación del hecho de jugar, como en distanciar o espaciar su práctica como en las cantidades. Quizá en menor medida, pero hay que pensar que en el póquer informal también se produce este sesgo (tabla 18).

Tabla 18 / Perfil sociológico de los jugadores de póquer en bares, timbas y reuniones (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado		Ha jugado últimos seis meses
	2011	2012	
Total	9,3	7,3	3,3
Hombres	15,2	11,5	5,4
Mujeres	3,7	3,0	1,2
De 18 a 24 años	25,4	23,8	13,8
De 25 a 34 años	15,6	11,3	5,2
De 35 a 44 años	4,4	5,7	1,9
De 45 a 54 años	5,3	2,2	0,0
De 55 a 64 años	3,4	1,4	0,0
De 65 a 75 años	2,4	0,0	0,0
Status alto	8,6	10,0	3,3
Status medio alto	10,8	7,1	3,3
Status medio medio	10,6	8,0	3,6
Status medio bajo	6,8	6,0	3,2
Status bajo	4,5	3,8	0,0
Cotidianos	15,6	10,8	8,1
Semanales	12,1	8,5	4,4
Esporádicos	17,3	12,6	6,9
Infrecuentes	6,0	5,4	1,4
No jugadores	2,7	3,7	1,1
Frecuencia de juego			
Una vez a la semana		2,7	
Cada dos o tres semanas		4,1	
Una vez al mes		24,7	
Alguna vez al año		38,7	
Reuniones familiares o amigos		17,8	
Nunca		11,0	
Última vez que jugó al póquer entre amigos, en bares o en timbas (Base: juegan alguna vez al año)			
Ayer		1,9	
Hace dos o tres días		7,7	
Hace una semana		7,7	
Hace dos semanas		13,5	
Entre tres semanas y un mes		13,5	
Entre uno y dos meses		19,2	
Entre dos y seis meses		34,6	
Más de seis meses		1,9	
Nunca compra			
Población de 18 a 75 años que jugó al póquer entre amigos, timbas o bares, en la última semana			
Estimación según frecuencia de juego (%)		0,8	
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (%)		0,5	
Estimación según frecuencia de juego (miles de indiv)		289	
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (miles de indiv)		168	
Cantidad media jugada la última vez (€)			
Media acotada		5,83	
Estimación volumen de juego anual en póquer entre amigos o timbas (mill. €)			
Estimación según frecuencia de juego		88	
Estimación según "última vez que jugó ponderada"		51	

4.4.5. Máquinas tragamonedas en bares o salones de juego

Como con el bingo, las sucesivas ediciones de esta investigación mostraron que en las respuestas de los entrevistados se estaba produciendo una sistemática ocultación de jugar a las máquinas tragamonedas. Entre 2009 y 2012 se produce un abrupto descenso de los entrevistados que declaran haber jugado, pero es una tendencia mucho más acusada que el descenso del juego real y del volumen total de cantidades apostadas que registran los datos de recaudación. Por ello, se incluyó una pequeña batería de preguntas destinada a aflorar a los entrevistados que juegan a las máquinas pero se ocultan en una pregunta directa, como se hizo con el bingo. La idea era localizar a estos entrevistados de forma indirecta, a través de un rodeo con preguntas para aquellos entrevistados que no habían declarado jugar a las máquinas:

- ¿Con qué frecuencia visita bares, restaurantes, pubs, discotecas u otros establecimientos de hostelería?
- Para los que respondieron alguna frecuencia: “recuerda si en alguno de los locales de hostelería que ha visitado recientemente había máquinas de juego? Para los que lo recordasen: ¿Recuerda si ha echado monedas en alguna ocasión a estas máquinas?, y en caso afirmativo, se pregunta cuándo jugó por última vez y qué cantidad.

En la tabla 19 se han integrado las respuestas de ambas procedencias (columna total 2012), así como los que han jugado en los seis últimos meses.

El perfil de los jugadores en máquinas con este ensamblaje de datos es más nítido que en años anteriores: el 78,2% son hombres (el 13,5% de los hombres frente al 3,8% de las mujeres declara haber jugado), de edades intermedias, de 25 a 54 años, descendiendo abruptamente a partir de esta edad, de status sociales medios y bajos, pero sin apenas práctica entre los entrevistados que pueden situarse en status altos. Básicamente son jugadores cotidianos, semanales o esporádicos, lo que da idea de una considerable asiduidad en el juego, idea que se refuerza si se considera que quienes echan monedas a las máquinas consideran el juego como una costumbre. Los datos de quienes declaran haber jugado en los seis últimos meses afinan un poco más este perfil, haciéndolo más masculino, más joven, desplazándose algo hacia los menores de 25 años y mostrando una retracción entre los mayores de 45; inclinándose más hacia los sectores de status medio o medio-bajo.

Como en otros juegos, los jugadores de máquinas tragamonedas tienden a ocultarse cuando se les pregunta por sus hábitos de juego. Gran parte de ellos declara jugar con muy poca frecuencia y alejan en el tiempo el día en que jugaron por última vez. Como resultado las estimaciones de la cantidad de jugadores que jugó “ayer” se deforma reduciéndose muy por debajo de la realidad. Igualmente, la declaración de las cantidades apostadas da la sensación de que es inferior a la que realmente ha de ser a partir de los datos “reales” disponibles, una media de 4,49 €. Llamativamente, esta media está fuertemente sesgada, los entrevistados que declaran abiertamente jugar a las máquinas dan una media de 6,08 €, en tanto que los entrevistados que emergen a partir del “rodeo” antes explicado sobre asistencia a locales de hostelería, dan una media de 3,25 €, es decir, casi la mitad menos (un 46,5% menos).

El volumen de juego que se puede estimar a partir de la encuesta es de 975,5 mill. €, lo que equivale casi a un tercio exacto de la cantidad de juego real en máquinas¹⁴, es decir, a la diferencia entre las cantidades que se juegan y los premios. Hay que pensar que esta es la cantidad que los jugadores tienen en la cabeza al responder, ya que la dinámica de las máquinas se basa en una corriente continua de pequeños premios, que a cualquier jugador habitual suelen tocarle.

14/ GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego ... op. cit.*, pág. 19 y 143 - 179; a partir de datos de DGOJ (2012): *Memoria Anual del Juego 2011*.

Tabla 19 / Perfil sociológico de los jugadores de máquinas tragamonedas en bares o salones de juego (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez				Recuerdo sugerido 2012 (b)	Total (% poblac) 2012 (c = a + b)	Últimos seis meses 2012
	2009	2010	2011	2012 (a)			
Total	15,6	9,4	6,4	3,2	6,4	9,6	3,2
Hombres	23,4	15,1	10,3	5,8	9,5	13,5	5,4
Mujeres	7,9	3,8	2,7	0,6	3,2	3,8	1,0
De 18 a 24 años	18,4	14,3	11,5	3,1	4,6	7,7	4,6
De 25 a 34 años	17,8	13,9	9,1	5,2	6,6	11,7	5,2
De 35 a 44 años	19,4	4,8	4,4	4,3	8,1	12,4	4,3
De 45 a 54 años	16,3	10,4	5,8	1,7	9,4	11,1	1,7
De 55 a 64 años	6,8	8,6	3,4	2,1	1,4	3,5	0,7
De 65 a 75 años	11,1	2,8	4,0	1,6	6,5	8,1	1,6
Status alto	19,5	8,1	5,4	0,0	1,7	1,7	0,0
Status medio alto	18,5	13,4	5,6	2,7	5,5	8,2	1,6
Status medio medio	17	10,0	6,1	3,6	7,8	11,3	4,0
Status medio bajo	11,2	6,8	8,0	3,9	5,7	9,6	3,5
Status bajo	6,3	6,0	4,5	0,0	7,7	7,7	3,8
Cotidianos	25,4	12,2	15,6	8,1	18,9	27,0	10,8
Semanales	18,5	14,7	8,8	2,8	7,7	10,5	3,6
Esporádicos	21,3	8,5	8,6	8,6	8,0	16,6	7,4
Infrecuentes	14,4	8,4	4,9	1,7	5,4	7,1	1,4
No jugadores	3,8	3,1	1,4	0,5	2,7	3,2	0,5
Frecuencia de juego							
Todos los días				3,2			
Varias veces semana				12,9			
Una vez a la semana				6,5			
Cada dos o tres semanas				9,7			
Una vez al mes				45,2			
Alguna vez al año				22,6			
Nunca							
Última vez que echó monedas (Base: echan alguna vez al año)							
		% jugadores (a)	% jugadores (b)	% jugadores (c = a + b)	% población (c = a + b)		
Ayer			3,1	2,3	0,2		
Hace dos o tres días		8,3		2,3	0,2		
Hace una semana		8,3	3,1	4,5	0,4		
Hace dos semanas		12,5	7,8	9,1	0,8		
Entre tres semanas y un mes			1,6	1,1	0,1		
Entre uno y dos meses		25,0	3,1	9,1	0,8		
Entre dos y seis meses		4,2	9,4	8,0	0,7		
Más de seis meses		41,7	59,4	54,5	4,8		
Nunca echa monedas			12,5	9,1	0,8		
Porcentaje de población de 18 a 75 que echó monedas en máquinas la semana pasada							
Estimación según "última vez que jugó ponderada"							1,7
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (miles indiv)							595
Cantidad media jugada la última vez (€)		6,08	3,25				4,49
Estimación volumen de juego anual (mill.€)							
Estimación según "última vez que jugó ponderada"							975,5
Recaudación en máquinas de juego (juego real: cantidad jugada - premios) (1)							3.014,9

(1) Fuente: GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego...* op. cit., pág. 19 y 143 - 179; a partir de datos de DGOJ (2012): *Memoria Anual del Juego 2011*.

4.4.6. Apuestas deportivas en locales de juego

Acude a locales de apuestas deportivas un 1,1% de la población, y el 0,9% declara haber apostado en los seis últimos meses. Es un colectivo muy homogéneo: masculino al 100%, menor de 35 años, de status medios y jugadores frecuentes (cotidianos o esporádicos) (tabla 20). Tienden a declarar una regularidad elevada en sus apuestas, aunque algo distante en el tiempo. La apuesta media declarada es de 6,33 €.

En contraste con las estimaciones para otros juegos, en estas apuestas no hay ocultación de los entrevistados que juegan ni reducción de las cantidades. Las estimaciones que pueden hacerse con los datos procedentes de la encuesta, según el sistema de frecuencia de juego probabilizada, encajan casi exactamente con las últimas cantidades reales disponibles (de 2011). Pueden estimarse unos 140.000 jugadores diarios que apuestan una media de 6,3 €, lo que viene a resultar 326 mill. €/año, cantidad muy similar a los 309,7 mill. € apostados en 2011 y que seguramente habrán crecido durante 2012¹⁵. No obstante, el ritmo de crecimiento de esta actividad puede que eleve la cifra real de juego algo por encima.

15/ GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego ... op. cit.*, pág. 17 y 85.

Tabla 20 / Perfil sociológico de los jugadores de apuestas deportivas (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran jugar 2012	Ha jugado últimos seis meses
Total	1,1	0,9
Hombres	2,2	0,8
Mujeres	0,0	0,0
De 18 a 24 años	3,8	3,1
De 25 a 34 años	2,3	2,3
De 35 a 44 años	0,5	0,0
De 45 a 54 años	0,0	0,0
De 55 a 64 años	0,0	0,0
De 65 a 75 años	0,0	0,0
Status alto	0,0	0,0
Status medio alto	1,6	1,6
Status medio medio	1,3	1,1
Status medio bajo	0,7	0,4
Status bajo	0,0	0,0
Cotidianos	2,7	2,7
Semanales	0,4	0,4
Esporádicos	2,9	2,3
Infrecuentes	0,8	0,8
No jugadores	0,5	0,0
Frecuencia de juego		
Una vez a la semana	27,3	
Cada dos o tres semanas		
Una vez al mes	36,3	
Alguna vez al año	27,3	
Reuniones familiares o amigos		
Nunca	8,1	
Última vez que apostó (Base: compran alguna vez al año)		
Ayer		
Hace dos o tres días	10,0	
Hace una semana	40,0	
Hace dos semanas		
Entre tres semanas y un mes		
Entre uno y dos meses	10,0	
Entre dos y seis meses	30,0	
Más de seis meses	10,0	
Nunca juega		
Porcentaje de población de 18 a 75 años que apostó sobre deportes		
Estimación según frecuencia de juego	0,4	
Estimación según "última vez que jugó"	0,1	
Estimación según frecuencia de juego (miles de indiv)	141,1	
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)	34,7	
Cantidad media comprada la última vez (€)	6,33	
Estimación volumen de apuestas anuales sobre deportes (mill. €)		
Estimación según frecuencia de juego	326	
Estimación según "última vez que jugó ponderada"	80	
Cantidad efectivamente jugada a apuestas deportivas (2011) (1)	309,6	

(1) Fuente: GÓMEZ YÁÑEZ, J. A. (dir) (2012): *Anuario del Juego ... op. cit.*, pág.17 y 85.

4.4.7. Concursos de preguntas y respuestas por televisión

La pregunta sobre participación en concursos de preguntas y respuestas por televisión se ha reformulado, filtrando mejor las respuestas. El 1,6% declara haber participado alguna vez, un 0,4% haberlo hecho en los últimos seis meses.

El perfil de los participantes en estos concursos obedece a dos características esenciales: son mayoritariamente hombres y jugadores cotidianos, con alguna presencia de semanales y esporádicos (tabla 21).

Tabla 21 / Perfil sociológico de los jugadores en concursos de televisión (% de la población entre 18 y 75 años)

	Declaran haber jugado alguna vez	Ha jugado últimos seis meses
Total	1,6	0,4
Hombres	1,8	0,6
Mujeres	1,4	0,2
De 18 a 24 años	3,1	0,8
De 25 a 34 años	1,9	0,5
De 35 a 44 años	1,0	0,0
De 45 a 54 años	2,8	1,1
De 55 a 64 años	0,0	0,0
De 65 a 75 años	0,8	0,0
Status alto	3,3	1,7
Status medio alto	0,5	0,5
Status medio medio	2,2	0,2
Status medio bajo	0,4	0,0
Status bajo	7,7	3,9
Cotidianos	8,1	2,7
Semanales	1,2	0,4
Esporádicos	1,7	1,1
Infrecuentes	1,7	0,0
No jugadores	0,5	0,0
Frecuencia de juego		
Todos los días		
Varias veces semana		
Una vez a la semana		
Cada dos o tres semanas	6,3	
Una vez al mes	6,3	
Alguna vez al año	68,8	
Reuniones familiares o amigos		
Nunca	18,8	
Última vez que participó en un concurso (Base: participó en el año)		
Ayer		
Hace dos o tres días		
Hace una semana		
Hace dos semanas		
Entre tres semanas y un mes		
Entre uno y dos meses	23,1	
Entre dos y seis meses	7,7	
Más de seis meses	61,5	
Nunca juega	7,7	

5. El juego *online*

5.1. Perfil sociológico de los jugadores *online*

La regulación del juego *online* en España ha clarificado el panorama y las respuestas de los entrevistados, como resultado de haber afinado también los filtros de las preguntas que dan lugar a la estimación del número de jugadores por Internet. En años anteriores quedaban abiertas algunas ambigüedades que facilitaron que se filtraran en las respuestas al cuestionario algunos entrevistados que jugaban por Internet sólo ocasionalmente, ahora se ha podido depurar mejor esta respuesta.

En la actualidad se puede precisar bastante: el 4,2% de la población comprendida entre 18 y 75 años declara haber jugado por Internet en los tres últimos meses, es decir, en un periodo ya regulado por la Ley 13/2011, con las licencias de los operadores autorizadas y operativas. Al haber afinado la pregunta haciéndola más concreta, se ha producido un descenso de los entrevistados que respondían haber jugado por Internet, al excluir a los muy ocasionales o simplemente curiosos que navegaron por Internet y jugaron inadvertidamente. Y se puede obtener mayor precisión en los datos acerca de hábitos de juego.

Esta estimación del 4,2% equivale a 1.470.000 individuos entre 18 y 75 años, algo por encima de las cifra de jugadores registrados facilitada por la Dirección General de Ordenación del Juego del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas en diciembre de 2012. Parece lógico que se produzca este pequeño deslizamiento al alza por la convergencia de varios factores. Primero, jugar por Internet es una actividad que se identifica con el ocio tecnológico y carece de otros componentes que distorsionan la imagen del juego presencial en algunas de sus variantes, por tanto, más bien tienden a declarar que juegan personas que lo han hecho sólo de manera eventual. Segundo, en la pregunta se incluyen entrevistados que utilizan Internet para jugar a juegos convencionales (loterías, quinielas, ONCE) que no requiere registro en las webs de juego. Tercero, se han deslizado entrevistados que operan en webs sin autorización: el 21,4% de los entrevistados señaló que no se había registrado recientemente en una web de juego por Internet. Hay que subrayar que las respuestas de los entrevistados en un dato como este pueden no ser del todo precisas, pero es un indicador de que hay webs que operan sin el “.es”. Por tanto, se produce ahí una zona de penumbra imposible de despejar con los datos disponibles. En todo caso, los resultados del estudio invitan a pensar que todavía están operando en España webs de juego que carecen de licencia de la Dirección General de Ordenación del Juego.

Se señaló en las ediciones anteriores que el perfil sociológico de los jugadores por Internet se aproxima más al de los internautas que al de los jugadores presenciales. La conclusión se mantiene: quienes juegan *online* son internautas que juegan más que jugadores que se hayan desplazado a Internet para jugar. Aún así, el perfil de los jugadores por Internet es aún más especí-

fico que el de los internautas en general: mucho más masculino, casi dos tercios son hombres (64,8%), más joven (el 55,3% tiene menos de 35 años, y 79.0% menos de 45) y con fuerte presencia de individuos que pueden ubicarse en los status sociales alto y medio alto ya que el 79,5% de los jugadores por Internet se sitúan en estos niveles sociales (tabla 22). La presencia de inmigrantes entre los jugadores ha descendido hasta un 3,2%, mientras que en 2011 representaban un 4,3%. Este descenso, que refleja la caída general de la participación en juegos de los inmigrantes, es claro que se debe al impacto de la crisis sobre este colectivo, y posiblemente a la salida de España de una fracción significativa de ellos. La distribución geográfica del juego por Internet gravita sobre Madrid (20,3% de los jugadores), Cataluña (16,4%), Andalucía (13,6%) y Valencia (12,9%) (gráfico 9).

La regulación del juego por Internet, con el requisito de registro en las webs, así como plausiblemente el impacto de la crisis, se ha dejado sentir en el perfil sociológico de estos jugadores (tabla 23):

- Se mantiene el perfil básicamente masculino, en la proporción de dos tercios de hombres y un tercio de mujeres.
- Aún siendo un perfil muy joven, se está produciendo una “maduración” progresiva. Cada año los jugadores son algo más mayores, con más presencia de los que están por encima de 35 años y disminuyen los menores de 25 años. Tras este giro tienen que estar dos causas: el impacto del desempleo entre los jóvenes que está detrayendo recursos para destinarlos al juego o a otras vertientes de ocio y el que con la regulación producida por la Ley 13/2011 los jugadores juegan más dinero, por tanto, participan más las generaciones con más recursos disponibles.
- En apoyo de esta última idea viene el cambiante perfil de los jugadores según status social: crece la presencia de los que pueden clasificarse en status alto y medio alto, en detrimento de los sectores de clases medias. Es obvio que esto refleja un mayor poder adquisitivo.

Gráfico 9 / Distribución geográfica de los jugadores por internet

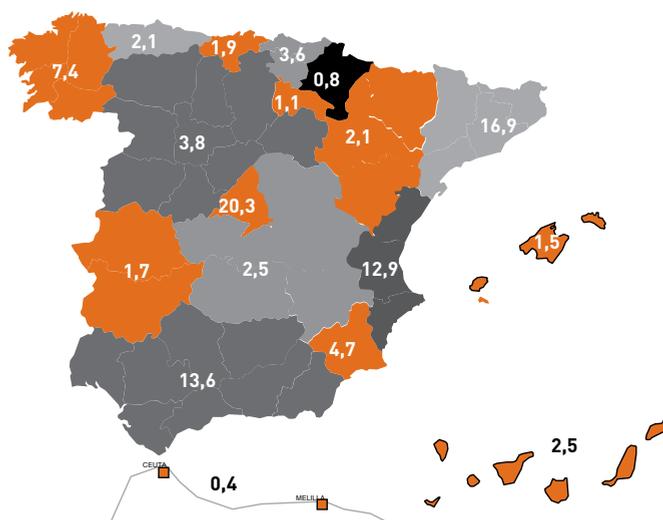


Tabla 22 / Perfil sociológico de los jugadores por internet (%)

	Internautas 2012		Jugadores por Internet 2012	
	Usuarios Internet "ayer" (% total población)	Perfil (% internautas)	Ha jugado últ. tres meses (% total población)	Perfil (% jugadores por Internet)
Total	46,7		4,2	
Hombres	52,0	54,3	5,4	64,8
Mujeres	41,7	45,7	3,0	35,2
De 18 a 24 años	73,6	12,0	6,5	20,1
De 25 a 34 años	67,7	27,9	6,9	35,2
De 35 a 44 años	57,9	26,8	5,2	23,7
De 45 a 54 años	42,6	17,0		
De 55 a 64 años	30,1	9,3	2,0	21,0
65 y más años	14,7	7,1		
Status alto	62,9	14,3	14,7	21,0
Status medio alto	55,8	20,5	11,4	49,5
Status medio medio	49,6	47,0	2,1	22,1
Status medio bajo	33,8	16,5	1,1	7,2
Status bajo	16,0	1,8	0,3	0,2
Estimación (miles)	18.437		1.470	
(n)	(30.281)		(472)	

Fuente: AIMC, EGM Febrero-Noviembre 2012. Resumen General, Madrid, 2013.

Tabla 23 / Evolución del perfil jugadores por internet (%)

	2010	2011	2012
Hombres	63,8	61,1	64,8
Mujeres	36,2	38,9	35,2
De 18 a 24 años	28,4	40,4	20,1
De 25 a 34 años	36,9	38,5	35,2
De 35 a 44 años	21,6	11,3	23,7
De 45 y más años	13,1	9,8	21,0
Status Alto	12,5	15,9	21,0
Status Medio alto	33,6	40,0	49,5
Status medio medio	47,2	27,4	22,1
Status medio bajo	6,0	9,3	7,2
Status bajo	0,7	0,4	0,2
Españoles		95,7	96,8
Inmigrantes		4,3	3,2
(n)	(460)	(460)	(472)

5.2. ¿A qué se juega por Internet?

El juego *online* es escenario de juegos diferentes al juego presencial, aunque surgidos en él. Internet y otros dispositivos parecen la vía de entrada natural para el póquer y las apuestas deportivas. Esta es una tendencia que se ha venido dibujando en los últimos años, así como a que se jueguen cada vez más juegos.

Metodológicamente, la pregunta sobre los juegos que se desarrollan *online* ha ido variando tratando de hacerla más precisa, lo que dio lugar a un cambio en la gama de respuestas en 2011, y ahora en 2012 a una reducción del “plazo” en que se pide a los entrevistados que recuerden haber jugado a cada juego. En primer lugar, se solicita un recuerdo genérico de haber jugado en los tres últimos meses (en ediciones anteriores eran seis) y se ha perfilado mejor la pregunta para discriminar a quienes juegan en el último mes, pasando de una pregunta genérica: “¿ha jugado en el último mes a ...?”, a otra más concreta que permite precisar en el tiempo: “¿cuándo ha jugado por última vez a ...?”. Los resultados de estas preguntas se recogen en la tabla 24.

5.2.1. Normalización de Internet como vía de acceso a los juegos públicos

Internet se ha normalizado como vía de acceso a los juegos de los operadores públicos: loterías primitivas, Nacional, quinielas y cupones de la ONCE. Porcentajes relevantes de jugadores *online* declaran haber jugado a ellos en los tres últimos meses (39,8%, 32,8%, 24,4%, 16,7%, respectivamente) o en el último mes (36,3%, 25,6%, 24,4%, 11,4%, respectivamente). Bajo la expresión “jugar” por Internet hay alguna ambigüedad, ya que en realidad, hay actividades diferentes bajo esta expresión:

Qué hace exactamente al jugar a ...	Loterías Primitivas	Lotería Nacional	Quinielas	Cupones ONCE
Comprar décimos/boletos	17.5	27.9	40.0	33.3
Comprobar si le había tocado (pero no comprar)	20.4	14.7	16.0	20.0
Ambas cosas: comprar y comprobar si había tocado	62.1	55.9	44.0	40.0
Ver en la web de SELAE/ONCE qué administración tenía el número	0.0	1.5	0.0	6.7

Tabla 24 / Datos generales sobre la práctica del juego *online* (%)

(Tabla ordenada por el nivel de práctica en los tres últimos meses y juegos de operadores públicos o privados)

	Ha jugado en los seis últimos meses		
	2009	2010	2.011
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom...)(*)	35,2	55,0	55,9
Lotería Nacional (*)	23,2	39,9	41,3
Quinielas (*)	21,1	24,8	30,0
Cupones de la ONCE (*)	12,2	17,9	22,0
Apuestas sobre deportes			32,0
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada			18,5
Póquer apostando en cada mano			18,9
Juegos de casino	11,4	9,5	17,2
Máquinas similares a tragamonedas	8,2	7,3	10,0
Bingo	12,3	8,6	15,4
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.			6,5
(n)	(460)	(464)	(460)

Es decir, alrededor del 20% de quienes declaran jugar por Internet a estos juegos en realidad no juegan, en el sentido de comprar sus boletos por esta vía, sólo utilizan Internet para comprobar si les ha tocado. Se está configurando una simbiosis en estos juegos entre juego presencial, que permite mantener la relación con los vendedores y el hábito de comprar físicamente el boleto, e Internet, que aquí más bien opera como sustituto del periódico u otros medios de comunicación.

Por otro lado, jugar a estos juegos no implica jugar en la web central de SELAE o de la ONCE, aunque sea así mayoritariamente; en bastantes casos la compra del boleto se desplaza hacia Administraciones de Lotería o quinielas o puestos de la ONCE concretos, plausiblemente aquellos a la que se atribuye una especial suerte, o con los que el comprador mantiene una relación. Entre dos tercios y tres cuartas partes de estos jugadores compra directamente en la web de SELAE o de ONCE:

A través de qué web jugó a ...	Loterías Primitivas	Lotería Nacional	Quinielas	Cupones ONCE
La web de Loterías y Apuestas del Estado/ONCE	72.8	70.6	68.0	60.0
Una web de una Administración	14.6	11.8	32.0	33.3
Una web con la que juega a otros juegos por Internet	12.6	17.6		6.7

Las loterías primitivas son las que más utilizan la web del operador de estos juegos como vía para rellenar el boleto.

5.2.2. Los juegos específicos de Internet

Internet se ha convertido en el escenario natural de las apuestas deportivas y del póquer. Con un nivel de práctica por debajo de los anteriores están los juegos de casino, las máquinas similares a las tragamonedas, el bingo y las apuestas deportivas a deportes minoritarios basados en la competición entre animales (carreras de caballos y canódromos).

	Ha jugado en los tres últimos meses		Ha jugado en el último mes		
	2012	2009	2010	2011	2012 (**)
	39,8	29,4	49,4	48,3	36,3
	32,8	15,9	32,3	32,4	25,6
	24,4	15,8	17,3	23,9	24,4
	16,7	9,1	13,4	15,6	11,4
	50,0			23,9	39,7
	37,9			18,3	30,2
	33,9			12,6	28,7
	27,1	5,7	3,0	8,7	16,7
	15,5	4,8	3,2	4,6	9,9
	12,8	6,3	5,0	12,2	10,1
	11,9			5,0	7,4
	(472)	(460)	(464)	(460)	(472)

(*) Incluye comprar los boletos o sólo comprobar si ha ganado.

(**) La pregunta en 2012 se formuló: "¿Cuándo jugó por última vez a...?"

La mitad exacta de los jugadores por Internet ha hecho apuestas deportivas en los tres últimos meses y el 39,7% en el último mes. Las quinielas comparten este tirón: las ha jugado el 24,4% de los jugadores *online* en los tres últimos meses, y llamativamente todos estos jugadores declaran jugar en el último mes, lo que revela la capacidad de fidelización que tienen a través de Internet. Por una u otra vía, Internet parece un ecosistema natural para las apuestas deportivas.

Al póquer, en sus diversas versiones, ha jugado la mayor parte de los jugadores *online*: en póquer rooms o torneos pagando inscripción el 37,9% y apostando en cada mano (*cash*) el 33,9%.

Los demás juegos captan la atención de fracciones menores de los jugadores *online*, como se puede observar en la tabla 24.

5.3. Juego presencial y juego *online*

Un aspecto llamativo de los jugadores *online* es que no excluyen el juego presencial: el 89,4% juega en juegos presenciales, es decir, se desplaza a comprar o rellenar boletos de loterías u ONCE o apuestas deportivas, o juega partidas al póquer u otros juegos de casino (tabla 25). Más de la mitad juega a los juegos de operadores públicos. Sin embargo, la práctica de otros juegos desciende considerablemente, en torno o por debajo del 20%.

Tabla 25 / Juegos presenciales jugados por jugadores por internet/*online* (%)

Lotería Nacional	66,5
Loterías primitivas	62,1
Quinielas	48,1
Cupones de la ONCE	46,6
Póquer, apostando en cada mano	23,7
Máquinas tragamonedas (similares)	20,1
Juegos de casino	19,1
Apuestas sobre deportes	18,2
Póquer rooms, torneos de póquer	16,3
Apuestas hipicas o canódromos	12,1
Ninguno	10,6
(n)	(472)

5.4. Perfil sociológico de los juegos por Internet

El perfil de los juegos *online* es bastante menos acusado que en el juego presencial, la razón es que estos jugadores configuran un núcleo reducido y muy homogéneo como se vio antes, por tanto, sus diferencias en cuanto a los juegos que practican son poco relevantes. Con todo, algunos de los juegos tienen unos perfiles que los separan relativamente del perfil medio. Puede decirse que se trata de los sesgos propios de cada juego en el juego presencial fuertemente matizado por la homogeneidad de los jugadores *online* (tabla 26):

Juego

Apuestas sobre deportes
 Loterías Primitivas
 Póquer rooms, torneos, etc., pagando inscripción
 Póquer apostando en cada mano
 Lotería Nacional
 Juegos de casino
 Quinielas
 Cupones de la ONCE
 Máquinas tragamonedas
 Bingo
 Apuestas hípcas

Sectores a los que más se inclina la práctica online

Hombres, menores de 25 años, de status alto.
 Mujeres, mayores de 35 años, status medio, jugadores cotidianos o esporádicos
 Hombres, menores de 25 años, status alto, jugadores esporádicos o semanales.
 Hombres, menores de 25 años, jugadores cotidianos
 Mujeres, más de 45 años, esporádicos.
 De 35 a 45 años, status alto o medio, cotidianos
 Menores de 25 años, status medio
 Mujeres, mayores de 45 años, status medio, jugadores cotidianos
 Mujeres, mayores de 45 años
 Mujeres, jugadores semanales
 Jugadores semanales.

La frecuencia de juego se recoge en la tabla 27.

5.5. Motivaciones del juego por Internet

Las motivaciones que impulsan el juego *online* son bastante diferentes a las que mueven el presencial. Mientras que la ilusión por ganar premios y la costumbre junto con el entretenimiento son las directrices del juego presencial, en el juego *online* estas motivaciones están mitigadas. Es lógico ya que en Internet la presencia de los juegos impulsados por la ilusión o la costumbre (loterías, ONCE, máquinas slot) es inferior al que tienen en el juego presencial. Por tanto, en el mundo *online* dominan las motivaciones que impulsan los juegos dominados por la racionalidad, lo que apunta básicamente al entretenimiento (gráfico 10). Dicho de otra forma, el juego *online* encaja en la tendencia al disfrute doméstico del ocio que está impulsando la crisis. Es una alternativa junto a ver la televisión o jugar con videoconsolas, por ejemplo.

La segunda gran directriz del juego *online* es, naturalmente, la ilusión de ganar, lo que es inherente al juego, pero con una intensidad muy inferior al juego presencial.

Dos factores que operan en el juego *online* muy por encima del juego presencial, reforzando una dimensión de racionalidad, es ser concebido como una vía tanto para ganar dinero como para mostrar habilidad en ciertos juegos o frente a otros jugadores.

Gráfico 10 / ¿Qué es el juego para los españoles: presencial y online? (%)

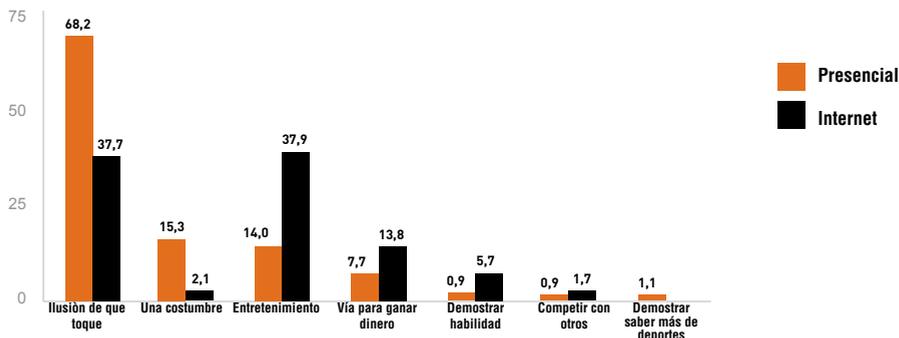


Tabla 26 / Perfiles sociológicos de los juegos por internet/online (%)

Han jugado en los tres últimos meses:		Total	Hombres	Mujeres	Menores 25 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	Más de 45 años	Españoles	Inmigrantes	
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom...)(*)		39,8	36,3	46,4	24,2	42,2	48,2	41,4	40,3	26,7	
Lotería Nacional (*)		32,8	27,8	42,2	20,0	31,3	39,3	40,4	33,3	20,0	
Quinielas (*)		24,4	24,5	24,1	24,2	27,7	24,1	19,2	24,1	33,3	
Cupones de la ONCE (*)		16,7	14,4	21,1	14,7	16,9	19,6	15,2	16,6	20,0	
Apuestas sobre deportes		50,0	53,9	42,8	52,6	53,0	58,9	32,3	50,1	46,7	
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada		37,9	39,9	34,3	47,4	44,0	39,3	17,2	37,9	40,0	
Póquer apostando en cada mano		33,9	35,0	36,7	31,9	44,2	34,8	36,7	33,9	33,3	
Juegos de casino		27,1	24,2	32,5	20,0	28,9	33,9	23,2	27,1	26,7	
Máquinas slot, similares a tragamonedas		15,5	11,8	22,3	6,3	18,1	17,9	17,2	15,1	26,7	
Bringo		12,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.		11,9	10,1	15,1	9,5	14,5	9,8	12,1	11,6	20,0	
(n)		(472)	(306)	(166)	(95)	(1669)	(112)	(99)	(457)	(15)	
Han jugado en los tres últimos meses:		Total	Status alto	Status medio alto	Status medio bajo	Sin información	Cotidianos	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom...)(*)		39,8	34,1	45,6	34,4	48,4	26,3	48,2	32,8	33,7	19,8
Lotería Nacional (*)		32,8	35,2	34,4	28,1	41,9	21,1	33,8	30,3	30,1	15,3
Quinielas (*)		24,4	16,5	26,5	27,1	25,8	23,7	36,7	36,1	30,1	27,5
Cupones de la ONCE (*)		16,7	22,0	13,0	14,6	29,0	18,4	54,7	42,9	31,3	26,7
Apuestas sobre deportes		50,0	58,2	49,8	45,8	58,1	34,2	50,4	41,2	34,9	23,7
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada		37,9	45,1	34,0	38,5	45,2	36,8	58,3	58,0	50,6	33,6
Póquer apostando en cada mano		33,9	31,9	34,9	31,3	29,0	42,1	21,6	10,1	6,0	6,9
Juegos de casino		27,1	31,9	25,1	29,2	25,8	23,7	23,7	15,1	12,0	9,2
Máquinas slot, similares a tragamonedas		15,5	16,5	14,4	15,6	16,1	18,4	22,3	21,0	10,8	10,7
Bringo		12,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.		11,9	15,4	9,3	12,5	12,9	13,2	28,8	29,4	21,7	16,8
(n)		(472)	(91)	(215)	(96)	(31)	(39)	(139)	(119)	(83)	(131)

(*) Se incluyen los jugadores que compran boletos, que compran boletos y comprueban los resultados por internet o sólo comprueban los resultados por internet.

Tabla 27 / Frecuencia de juego por internet arriesgando dinero, según juego (%)

FRECUENCIA DE JUEGO	Juego en Internet en general	Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom..)	Lotería Nacional	Quinielas	Cupones de la ONCE	Apuestas sobre deportes	Póquer rooms, torneos de pó- quer pagando entrada	Póquer apostando en cada mano	Juegos de casino similares a tragamonedas	Bingo	Apuestas hipicas, en canódromos, etc.
Todos los días	7,4	3,5	2,1	2,3	4,2	7,2	11,2	9,4	3,7	4,4	0,0
Varias veces a la semana	22,0	28,1	3,1	2,3	4,2	15,3	16,8	25,0	11,1	12,0	12,0
Una vez a la semana	25,2	38,6	22,9	31,8	33,3	31,8	25,1	21,9	22,2	15,2	20,0
Una vez cada dos o tres semanas	11,7	10,5	8,3	15,9	8,3	16,1	15,6	16,9	14,8	11,7	4,0
Una vez al mes	5,9	3,5	4,2	4,5	4,2	8,9	9,5	8,1	9,9	15,9	12,0
Alguna vez, de vez en cuando	16,9	14,9	50,0	25,0	37,5	18,9	15,6	12,5	38,3	19,9	36,0
Casi nunca	10,8	0,9	9,4	18,2	8,3	2,1	6,1	6,3	0,0	20,8	16,0
(n)	(472)	(188)	(155)	(115)	(79)	(236)	(179)	(160)	(128)	(60)	(56)
¿Cuándo jugó por última vez?:											
Base: Juegan alguna vez o de vez en cuando (excluido casi nunca)											
Ayer	(*)	27,4	2,3	24,0	9,1	18,6	19,0	18,0	8,6	4,4	4,8
Hace dos o tres días	(*)	23,9	10,3	8,0	18,2	16,5	17,9	29,3	14,8	19,5	19,0
Hace una semana o menos	(*)	20,4	16,1	28,0	9,1	21,2	20,8	16,0	7,4	6,8	9,5
Hace dos semanas	(*)	11,5	24,1	20,0	13,6	15,6	16,1	15,3	19,8	19,2	14,3
Hace tres semanas o un mes	(*)	8,0	25,3	20,0	18,2	7,4	6,0	6,0	11,1	13,2	14,3
Entre uno y dos meses	(*)	1,8	14,9	0,0	18,2	10,4	8,3	6,0	14,8	17,5	19,0
Entre dos y seis meses	(*)	4,4	4,6	0,0	9,1	6,5	6,5	5,3	13,6	10,8	9,5
Hace más de seis meses	(*)	2,7	2,3	0,0	4,5	3,9	5,4	4,0	9,9	8,0	9,5
(n)	(186)	(140)	(94)	(72)	(232)	(168)	(150)	(128)	(70)	(48)	(47)

Total individuos jugaron ayer (% muestra total)

(*) Cuándo jugó por última vez en Internet no se preguntó globalmente, sino juego por juego.

5.6. Frecuencia del juego por Internet

La tendencia detectada en ediciones anteriores se confirma: la accesibilidad de jugar en casa y la fascinación de la pantalla favorecen que los juegos por Internet se hagan más cotidianos, sean fácilmente frecuentados sin más trámite que encender el PC, Ipad u otro soporte.

Hay una fuerte tendencia en los jugadores a hacerse cotidianos, es decir, jugar todos los días o varias veces a la semana. Su crecimiento va acompañado de la estabilización de los semanales, pero también de una brusca disminución de los esporádicos (juegan una vez al mes) mientras crecen los infrecuentes. Esto sugiere una especie de bifurcación: mientras algunos jugadores avanzan en su implicación en el juego *online*, otros parecen frenarla, sin que la información disponible permita contrastar la solidez de esta idea y sus motivaciones de fondo.

	2009	2010	2011	2012
Cotidianos (todos los días o varias veces a la semana)	16.3	18.1	27.4	29.4
Semanales (una vez a la semana)	29.0	37.9	30.0	25.2
Esporádicos (entre una y tres veces al mes)	26.9	29.7	32.6	17.6
Infrecuentes (de vez en cuando)	27.5	14.2	10.0	27.8

El perfil de cada una de estas tipologías de jugadores se ha homogeneizado, apenas hay diferencias entre unos y otros, la mayor o menor tendencia a jugar con más o menos frecuencia depende de la idiosincrasia de cada jugador, sin que operen aparentemente factores de otro tipo.

La frecuencia de juego en los distintos juegos se recoge en la tabla 27.

5.7. Tiempo destinado a jugar en Internet

En paralelo al incremento de la frecuencia de juego, se está produciendo un aumento en la percepción subjetiva del tiempo dedicado a jugar por Internet en un día laborable. Como muestra el gráfico 11, hay un incremento progresivo del tiempo, desde una media de 28,3 minutos en 2010 a 51,2 minutos en 2012, que se produce de forma homogénea en todos los tipos de jugadores (tabla 28).

5.8. Confianza en las webs de juego

Lo que podríamos llamar el ecosistema del juego *online* está todavía marcado por la limitada confianza de los jugadores.

Confía en las webs que conocen el 46,0% de los jugadores, mientras que desconfía abiertamente (confía en ellas poco o nada) el 23,0%. Un 32,0% se queda en un tibio “regular”. Como es natural, la confianza es mayor en las webs en las que el jugador apuesta normalmente, en este caso confía en ella el 54,9% y recela el 16,1%.

Una conclusión parecida puede extraerse cuando se pregunta sobre la sede de la web que más frecuente para jugar. El 41,7% piensa que está en España, un 14,6% fuera de España, otro 14,6% que unas están fuera y otras en España, y abiertamente un 29,0% declara que no lo sabe.

Las ideas que atraviesan ambas respuestas son las mismas: el juego por Internet está todavía dominado por el desconocimiento de los operadores por parte de los consumidores y por el recelo hacia estos (tabla 29). El juego por Internet sigue teniendo su punto débil en la desconfianza de buena parte de los jugadores.

Tabla 28 / Apreciación media del tiempo dedicado a jugar en internet (minutos)

	2010	2011	2012
Total	28,3	43,4	51,7
Hombres	31,7	43,0	52,9
Mujeres	22,1	44,5	49,6
De 18 a 24 años	37,5	46,5	64,6
De 25 a 34 años	30,5	43,6	55,2
De 35 a 44 años	19,0	45,6	45,9
Más de 45 años	17,3	29,0	38,2
Españoles	28,4	44,0	51,2
Inmigrantes	27,4	36,3	59,3
Status alto		49,4	56,3
Status medio alto		38,4	46,0
Status medio		45,5	63,9
Status medio bajo		41,6	50,6
Sin información (*)			43,3
Cotidianos	57,6	69,4	66,1
Semanales	18,1	29,3	38,2
Esporádicos	24,2	36,1	52,3
Infrecuentes	16,7	44,6	29,9

(*) Por problemas de codificación un fragmento de entrevistados no han podido clasificarse por su status social.

Gráfico 11 / Tiempo dedicado el juego por internet (día laborable) (%)

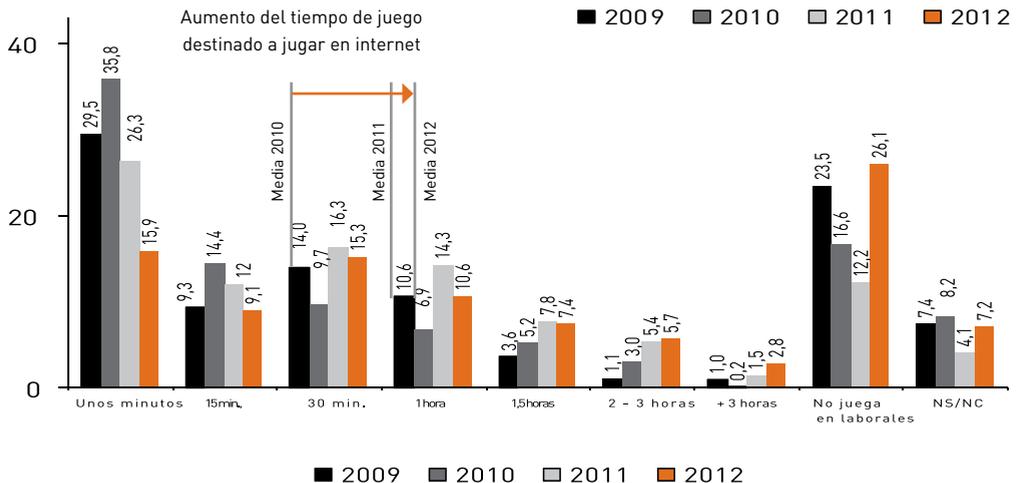


Tabla 29 / Confianza en las webs de juego (%)

	Webs de apuestas <i>online</i> que conoce	Webs de apuestas <i>online</i> con las que juega
Me fío mucho	7,2	11,9
Me fío bastante	38,8	43,0
Me fío regular	32,0	29,0
Me fío poco	12,9	10,2
No me fío nada	9,1	5,9
Media (escala 0 a 10)	5,5	6,1
	472	472
CONOCIMIENTO DE LA SEDE DEL OPERADOR CON EL QUE JUEGA MÁS FRECUENTEMENTE (%)		
Está en España		41,7
Está fuera de España		14,6
Unos en España y otros fuera		14,6
No lo sé		29

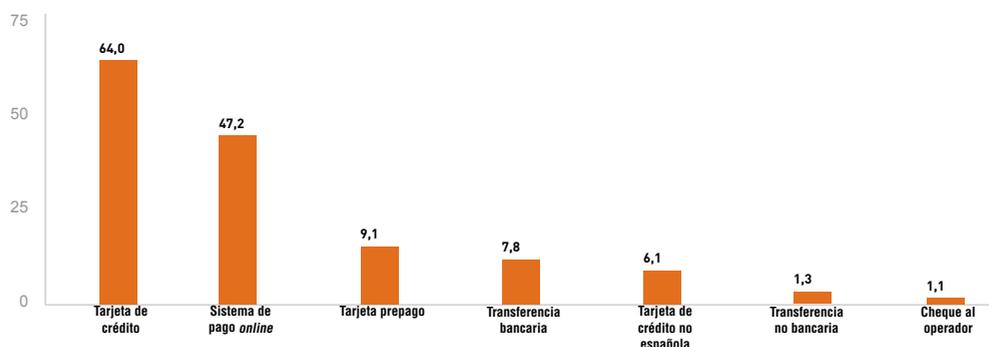
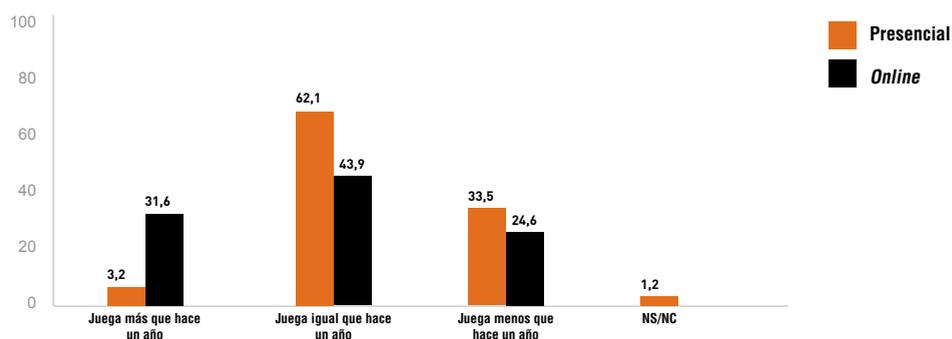
5.9. Cantidades Jugadas

5.9.1. Medios de pago

El medio de pago más utilizado por los jugadores es la tarjeta de crédito (64,0%), utilizando la tarjeta prepago un 9,1%. Otro 6,1% canaliza sus pagos a través de tarjetas no españolas. Por medios de pago *online* paga casi la mitad, el 47,2%. Por transferencia bancaria el 7,8% (gráfico 12).

5.9.2. ¿Se juega más o menos?

Hay una abierta contradicción entre las tendencias de gasto que se detectan en el juego presencial y en el juego *online*. Como se vio, en el juego presencial domina un clima contractivo, aunque el 62,1% declara jugar lo mismo que el año pasado, quienes declaran jugar menos ascienden al 33,5%, inclinando el clima general hacia una idea de depresión. En el juego *online* la situación es distinta. Casi puede hablarse de tercios algo desiguales: algo mayor el que declara que juega lo mismo que el año pasado (43,9%), luego un tercio casi exacto (31,6%) declara jugar más que el año pasado y finalmente, una proporción menor declara jugar menos que el año pasado (24,6%). Es decir, la apreciación subjetiva que emiten los jugadores es que individualmente están jugando más que el año pasado (gráfico 13).

Gráfico 12 / Medios utilizados para pagar las apuestas online (%)**Gráfico 13 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año, en juego presencial y online (%)**

5.9.3. Estimación de las cantidades jugadas online

La reducción del número de jugadores *online*, derivada del funcionamiento de los operadores autorizados y, plausiblemente, de que algunos jugadores ocasionales o han dejado de jugar o lo hacen tan espaciadamente que no han entrado en los filtros previstos en la encuesta, ha tenido varias consecuencias:

- La reducción del número de jugadores *online* estimados en nuestro estudio, tal como se ha señalado, al ser un 4,2% de la población comprendida entre 18 y 75 años, lo que significa 1.470.000 individuos.
- El incremento de las cantidades medias jugadas, hasta una media de 31,8 €/mes (tabla 30). Este dato es coherente con la percepción subjetiva que se desprendía del punto anterior.

La combinación de ambos datos da un total de 560.162.000 € de GGR (Gross Gaming Revenue) en juego *online* en 2012. Sobre esta cantidad hay varias consideraciones que hacer:

- Incluye casi 100 millones de € correspondientes a compras por Internet de loterías y quinielas, es decir, los juegos organizados por Loterías y Apuestas del Estado (93 millones de €), además de 2 millones correspondientes a compras por Internet de cupones de la ONCE.
- Es superior a la cantidad que plausiblemente reportará a final de año la DGOJ, cuyos datos entre junio y noviembre de 2012 arrojaban un GGR de 87,79 mill. €. Es decir, elevando dicha cantidad a 12 meses del año, incluyendo el periodo anterior a la regulación, se situaría en torno a los 150/180 millones de €.
- Teniendo en cuenta que el 21,4% de los jugadores *online* declaran no haberse dado de alta en ninguna web, cabría conjeturar que una cantidad aproximada de 140 millones de GGR está canalizándose a través de webs que no operan con la correspondiente autorización.
- Esta estimación está también ligeramente por encima de los 500 mill. € que preveía JDigital para 2012 en 2011 y a los 250 que estima en su más reciente informe¹⁶.
- No es descartable que tanto en los datos de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones como en las respuestas de los entrevistados a la encuesta se hayan filtrado cantidades que en realidad corresponden a juegos sociales más que a juegos de azar propiamente dichos. En qué medida se haya podido producir esto no es posible saberlo con la información disponible. En todo caso, los datos de la CMT experimentaron una sensible alteración en sus muy estables series en el II y III trimestres de 2012, coincidiendo con la regulación del juego *online*, lo que sugiere que algunas webs debieron de cerrar y parte de los jugadores dejó de jugar.

Es obvio que la fuente más fiable es la Dirección General de Ordenación del Juego, aunque la superposición durante 2012 de un periodo pre y post regulación ha introducido elementos de incertidumbre en todas las estimaciones. Los datos sintetizados por JDigital (2013, pág. 7) de varias procedencias indican que en este momento hay diversas aproximaciones a partir de metodologías muy distintas que arrojan resultados bastante diferentes.

Como en años anteriores, nuestra estimación toma como referencia, además de los datos de la encuesta *online*, el volumen de negocio generado por los juegos de azar y apuestas canalizado a través de las tarjetas de crédito de los sistemas españoles (Sermapa-Servired; Sistema 4B, y CECA-Sistema Euro 6000), que facilitan su información a la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, que a su vez lo publica en sus informes trimestrales sobre el comercio electrónico. Estos datos son muy consistentes, ya que proceden directamente de la fuente que utiliza el 64,0% de los jugadores residentes en España. La evolución de estos datos muestra una estabilización de las transacciones debidas al juego, precisamente en un contexto de expansión del comercio electrónico, lo que induce a pensar que el gasto en juego, precisamente, está siendo fuertemente controlado. A través de estos canales se están moviendo entre 410 y 435 mill. € desde 2010 (tabla 31). Nuestra estimación para 2012, a partir de los datos publicados hasta

16/ JDigital (2012): *Informe Anual del Juego online en España*, Madrid, pág. 5, y JDigital (2013): *Informe Anual del Juego online en España*, Madrid, pág. 8.

ahora, los dos primeros trimestres de 2011, se sitúa algo por encima de 2010, en 359 mill. €, teniendo en cuenta además que el segundo y tercer trimestres supusieron un descenso atípico respecto al primer trimestre y al patrón de gasto en juego que se canaliza por tarjetas de crédito desde 2009. Naturalmente, a través de otras formas de pago se realiza un importante volumen de intercambios: se estima que unos 239 mill. € (gráfico 14). Sobre esta fuente, JDigital señala que es posible que en sus datos conviva tanto el juego *online*, propiamente dicho, como las transferencias de pagos de juegos sociales.

Tabla 30 / Estimación del gasto mensual en juego online (%)

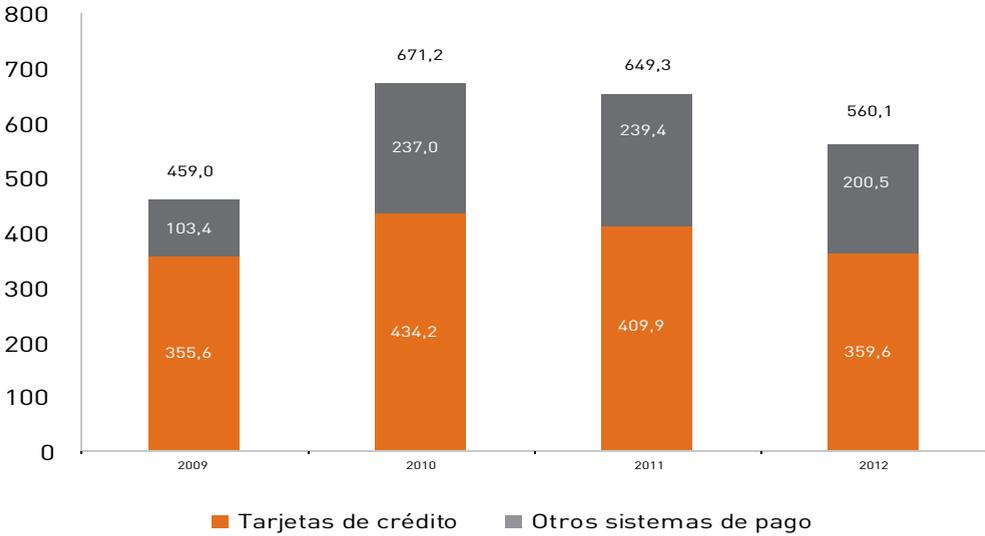
	2009	2010	2011	2012
1 a 5 €	21,6	14,9	16,1	21,1
6 a 12 €	22,2	22,6	18,1	18,2
13 a 30 €	21,1	33,2	28,3	24,4
31 a 60 €	12,0	15,3	18,1	16,3
61 a 100 €	5,1	5,2	8,8	11,3
101 a 500 €	2,7	5,4	8,7	6,3
501 a 1.000 €	0,9	0,9	0,4	0,4
Más de 1.000 €	0,2	0,6	0,9	1,2
NS/NC	14,2	1,9	0,6	0,8
Media global (sin excluir atípicos)	47,3	67,1	72,3	107,4
Media mensual (excluidos atípicos)	22,78	24,97	24,93	31,8

Tabla 31 / 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
I 11	93.244.937	566.302	7.317.606	101.128.844
II 11	86.613.677	783.115	14.537.518	100.934.311
III 11	82.760.518	866.889	15.150.260	98.777.667
IV 11	90.489.751	644.861	17.939.536	109.074.148
I 12	96.009.047	185.654	15.929.130	112.123.831
II 12	86.111.850	190.586	5.884.494	92.186.930
III 12	58.291.535	229.554	11.194.581	69.715.670
IV 12				85.000.000
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	434.183.018
Total 2011	353.108.883	2.861.167	54.944.920	409.914.970
Total 2012	240.412.432	605.794	33.008.205	359.026.431

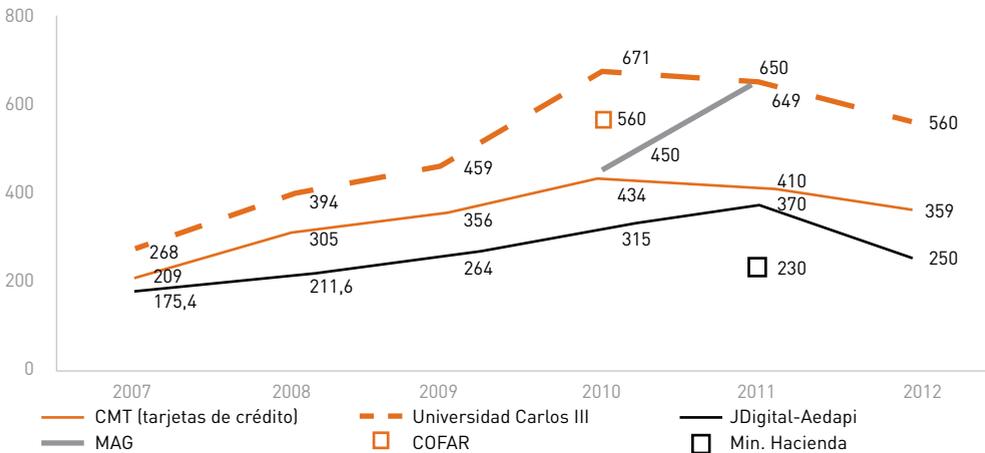
Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. *Informes trimestrales sobre el comercio electrónico.*

Gráfico 14 / Volumen del mercado del juego por internet. Estimación (millones de €)



Fuentes: CMT, transacciones a través de las tarjetas: Sermepa-Servired, 4B, CECA Euro 6000. Estimación propia para los datos totales y "otros sistemas de pago".

Gráfico 15 / Estimación del gasto en juego. Ingresos netos de los operadores (GGR) Distintas estimaciones (millones de €)



Fuentes: CMT, Informes trimestrales sobre comercio electrónico. IPOLGOB-Universidad Carlos III: *Percepción Social sobre el Juego en España IV*. JDigital-AEDAPI: *Informes Anuales sobre el juego online, 2011 y 2012*. MAG. COFAR.

ANEXOS

Recogida de información

Juego presencial y dimensión del juego *online*

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

Muestra representativa de la población española comprendida entre 18 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 10 al 16 de diciembre de 2.012.

Características del juego *online*

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

- Universo	Personas que hubieran jugado algún juego al azar por Internet en los últimos seis meses.
- Dimensión de la muestra	472 individuos
- Margen de error	+/- 4.7%
- Cuestionario	7 minutos.
- Aplicación	Automministrado en web / hogar Envío de un link a la población interesada.
- Red de Campo	NetQuest.

El diseño partió de cuotas “elásticas”, que tomaba como base la caracterización sociológica de los jugadores por Internet deducido de los resultados del trabajo de campo personal anterior.

El trabajo de campo se realizó entre el 14 y el 26 de enero de 2013.

SI EN P 4 CÓD. 98.

6. ¿Recuerda si la página web en la que usted está apuntado termina en .es; .com; .net; .org, u otras terminaciones?, ¿en cual?

- | | |
|-----------------------|---|
| .es | 1 |
| .com | 2 |
| .net | 3 |
| .org | 4 |
| - Otras terminaciones | 5 |

TODOS EXCEPTO SI EN P. 1. CÓD. 9

7. ¿Con qué frecuencia visita bares, restaurantes, pubs, discotecas o u otros establecimientos de hostelería?

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a P. 8. |

SI EN P7 CÓDS. 1 A 6

7b. ¿Recuerda si en alguno de los locales de hostelería que ha visitado recientemente había máquinas de juego, es decir, máquinas en las que se echan monedas y, de vez en cuando, salen premios?

- | | | |
|------|---|--------------|
| - Sí | 1 | |
| - No | 2 | Pasar a P 8. |

SI EN P7B CÓD. 1.

7c. ¿Recuerda si ha echado monedas en alguna ocasión a estas máquinas?

- | | | |
|------|---|---------------|
| - Sí | 1 | |
| - No | 2 | Pasar a p. 8. |

SI EN P7C CÓD. 2

7d. ¿Cuándo echó monedas o jugó por última vez en una de estas máquinas?.

- | | | |
|------------------------------|---|--------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Hace dos semanas | 4 | |
| - Hace tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | |
| - Entre dos y seis meses | 7 | |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a P 8 |
| - No juego nunca | 9 | Pasar a P 8. |

SI EN P7D CÓDS. 1 a 7.

7e. Recuerda cuánto dinero jugó esta última vez que jugó con una máquina tragamonedas?
Anotar literalmente cantidad de €.

TODOS EXCEPTOS SI EN P1 CÓD. 7.

8. ¿Ha ido alguna vez a un bingo, aunque fuera acompañando a alguien?

- Sí 1
- No 2 Pasar a P. 9.

SI EN P8, CÓD. 1.

8b. ¿Puede decirme cuándo fue la última vez que estuvo en un bingo?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8 Pasar a P. 9.
- No va nunca 9 Pasar a P. 9

SI EN P8B CÓD. 7.

8c. ¿Cuánto jugó usted personalmente esta última vez que fue al bingo?
Anotar literalmente cantidad de €.

TODOS

9. ¿Recuerda haber visto en alguna calle de su ciudad o de otra ciudad en la que haya estado algún local de juegos en los que se admitan apuestas deportivas, es decir, sobre resultados de deportes?

- Sí 1
- No 2 Pasara a P. 10.

TODOS

10. Pensando en general, ¿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

SI P10 CÓD. 8

11. ¿Cuándo dejó de jugar juegos de azar arriesgando dinero?

- Nunca ha jugado 1
- Hace menos de un año 2
- Hace entre uno y dos años 3
- Hace entre dos y cinco años 4
- Hace más de cinco años 5
- Ns/Nc 6

SI EN P1, P2, P3, NO CÓD. 99 EN TODAS ELLAS, ES DECIR, SI JUEGA DE ALGUNA MANERA. (JUGADORES)

12.- En la situación económica actual, y respecto al año pasado, diría usted (LEER R. ÚNICA)

- Que juega más que hace un año 1
- Que juega igual que hace un año 2
- Que juega menos que hace un año 3
- Ns/Nc 4

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

_____ ANOTAR LITERALMENTE. PREVER 5 POSICIONES (99.999)

14.- 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
- N/C 8

EN FUNCIÓN DEL CÓD. EN P. 1.

Es una serie de preguntas sobre juegos concretos: frecuencia, última vez que jugó y cantidad, son casi automáticas. para los juegos que en p.1. hayan dicho que han jugado alguna vez. se preguntará como máximo por tres juegos, para evitar cansancio de los entrevistados. en caso de que hayan jugado más de tres juegos, se seleccionarán según el siguiente orden de códigos: 6, 5, 8, 10, 9, 12, 7, 4, 3, 2, 1.

SI EN P.1. CÓD. 6

15.1. A. ¿Con qué frecuencia juega el póquer en casinos?

- 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

SI CÓDs. 1 a 6

15.1.B ¿Cuándo jugó por última vez al póquer en casinos?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7

15.1.C. Esta última vez que jugó, ¿recuerda cuánto dinero jugó?

Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 5

15.2.A. ¿Con qué frecuencia juega a juegos de mesa en casinos, como black jack, ruletas, etc.?

- 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

SI CÓDs. 1 a 6

15.2.B ¿Cuándo jugó por última vez que jugó a estos juegos en un casino?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7**15.2.C.** Esta última vez que jugó, ¿recuerda cuánto dinero jugó?

_____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 10**15.3.A.** ¿Con qué frecuencia hace apuestas sobre resultados de deportes en locales de apuestas?

- | | |
|--|---|
| - 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 |

SI CODs. 1 a 6**15.3.B** ¿Cuándo apostó por última vez sobre resultados de deportes en un local de apuestas?

- | | |
|------------------------------|---|
| - Ayer | 1 |
| - Hace dos o tres días | 2 |
| - Hace una semana o menos | 3 |
| - Hace dos semanas | 4 |
| - Hace tres semanas o un mes | 5 |
| - Entre uno y dos meses | 6 |
| - Entre dos y seis meses | 7 |
| - Hace más de seis meses | 8 |
| - No juego nunca | 9 |

SI CÓDs. 1 a 7**15.3.C.** Esta última vez que apostó, ¿recuerda cuánto dinero apostó?

_____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 9**15.3.A.** ¿Con qué frecuencia juega en máquinas tragamonedas en bares, restaurantes u otros locales de hostelería?

- | | |
|--|---|
| - 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 |

SI CODs. 1 a 6

15. 3. B ¿Cuándo jugó por última vez en una de estas máquinas?

- | | |
|------------------------------|---|
| - Ayer | 1 |
| - Hace dos o tres días | 2 |
| - Hace una semana o menos | 3 |
| - Hace dos semanas | 4 |
| - Hace tres semanas o un mes | 5 |
| - Entre uno y dos meses | 6 |
| - Entre dos y seis meses | 7 |
| - Hace más de seis meses | 8 |
| - No juego nunca | 9 |

SI CÓDs. 1 a 7

15.3.C. Esta última vez que jugó con una máquina de azar, ¿recuerda cuánto dinero jugó?
 _____Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 12

15.4.A. ¿Con qué frecuencia juega en concursos de preguntas o respuestas o de azar por televisión?

- | | |
|--|---|
| - 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 |

SI CÓDs. 1 a 6

15. 4. B ¿Cuándo jugó por última vez en uno de estos concursos?

- | | |
|------------------------------|---|
| - Ayer | 1 |
| - Hace dos o tres días | 2 |
| - Hace una semana o menos | 3 |
| - Hace dos semanas | 4 |
| - Hace tres semanas o un mes | 5 |
| - Entre uno y dos meses | 6 |
| - Entre dos y seis meses | 7 |
| - Hace más de seis meses | 8 |
| - No juego nunca | 9 |

SI CÓDs. 1 a 7

15.4.C. Esta última vez que jugó en uno de estos concursos ¿recuerda cuánto dinero jugó?
 _____Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 7**15.4.A.** ¿Con qué frecuencia juega al bingo?

- 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

SI CODs. 1 a 6**15.4.B** ¿Cuándo jugó por última vez al bingo?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7**15.4.C.** Esta última vez que jugó al bingo, ¿recuerda cuánto dinero jugó?

_____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 4**15.4.A.** ¿Con qué frecuencia juega a las quinielas?

- 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

SI CODs. 1 a 6**15.4.B** ¿Cuándo jugó por última vez a las quinielas?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4

- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7

15.4.C. Esta última vez que jugó a las quinielas; ¿recuerda cuánto dinero jugó?
 _____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 3

15.4.A. ¿Con qué frecuencia juega a los cupones o rascas de la ONCE?

- 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

SI CÓDs. 1 a 6

15.4.B ¿Cuándo jugó por última vez a cupones o rascas de la ONCE?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7

15.4.C. Esta última vez que jugó a los cupones o rascas de la ONCE, ¿recuerda cuánto dinero jugó?
 _____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 2

15.4.A. ¿Con qué frecuencia juega a Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva?

- 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

SI CODs. 1 a 6

15. 4. B ¿Cuándo jugó por última vez a una de estas loterías primitiva, Euromillones, bonoloto o El Gordo de la Primitiva?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7

15.4.C. Esta última vez que jugó a estas loterías, ¿recuerda cuánto dinero jugó?

_____ Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P.1. CÓD. 1

15.4.A. ¿Con qué frecuencia juega a la Lotería Nacional, la de décimos, no la Primitiva?

- 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

SI CODs. 1 a 6

15. 4. B ¿Cuándo jugó por última vez a la Lotería Nacional?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Hace dos semanas 4
- Hace tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6
- Entre dos y seis meses 7
- Hace más de seis meses 8
- No juego nunca 9

SI CÓDs. 1 a 7

15.4.C. Esta última vez que jugó a la Lotería Nacional, ¿recuerda cuánto dinero jugó?
 Anotar literalmente la cantidad en €.

SI EN P. 1 y P. 3., NO CÓD. 99. ES DECIR, HAN JUGADO ALGUNA VEZ.

16. Para usted, el juego ¿qué es esencialmente? POSIBLE RESPUESTA MÚLTIPLE.

- Un entretenimiento 1
- Una forma de hacerme la ilusión de que me puede tocar algún premio importante 2
- Una forma de demostrar su habilidad sobre juegos como el póquer, juegos de mesa, etc. 3
- Una forma de ganar dinero 4
- Una costumbre, le agrada la idea de tentar la suerte y juega regularmente un pequeña cantidad 5
- Una forma de competir con otros jugadores 6

TODOS

17. A continuación le voy a preguntar si en los últimos 12 meses su hogar ha tenido que hacer pagos de algunos conceptos,

17a. ¿Tuvo pagos de hipotecas o alquiler de la vivienda o que pagar algún crédito para realizar alguna gran reparación en la misma?

- Sí 1 17A2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? Sí 1 / No 2
- No 1

17B ¿Tuvo algún pago de compras aplazadas y otros préstamos no relacionados con la vivienda?

- Sí 1 17B2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? Sí 1 / No 2
- No 1

17c. ¿Tuvo algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?

- Sí 1 17C2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? Sí 1 / No 2
- No 1

17d. ¿Cree que su hogar tiene capacidad para afrontar gastos imprevistos como grandes reparaciones, o similares?

- Sí 1
- No 1

18. En relación con el total de ingresos netos mensuales de su hogar, ¿cómo suelen llegar a fin de mes?

- Con mucha dificultad 1
- Con dificultad 2
- Con cierta dificultad 3
- Con cierta facilidad 4
- Con facilidad 5
- Con mucha facilidad, sin problemas 6

Actitudes y comportamiento sobre juego *online*

Cuestionario: Jugadores *online*

Buenos días, en primer lugar queremos agradecerle muy sinceramente por anticipado su colaboración y también queremos aprovechar esta ocasión para informarle que:

- Sus respuestas serán utilizadas únicamente con fines estadísticos y de forma anónima.
- Su participación es totalmente voluntaria.
- Quisiéramos hacerle algunas preguntas sobre juego *online*.

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

(anotar literalmente)

A. Sexo:

Hombre	1	Mujer	2
--------	---	-------	---

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
África 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

CUESTIONARIO

1. ¿Ha jugado usted a juegos de azar, póquer, juegos de casino, loterías, o apuestas deportivas por Internet, arriesgando dinero, en los tres últimos meses?

- Sí 1
- No 2 NO VÁLIDO.

2. ¿De los siguientes juegos cuáles ha jugado por Internet en los tres últimos meses, arriesgando dinero, es decir, comprando billetes o cupones o aportando dinero a la web para poder jugar? (POR INTERNET)

	SÍ	NO
Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada	1	99
Póquer, apostando en cada mano	2	99
Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.	3	99
Apuestas hípcas o canódromos	4	99
Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	5	99
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	6	99
Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)	7	99
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	8	99
Cupones u otros juegos de la ONCE	9	99
Quinielas	10	99
SI NO HA JUGADO NINGUNO NO VÁLIDO	11	

3. Y de estos, ¿cuáles ha jugado en los tres últimos meses personalmente, es decir, comprando billetes o cupones o yendo a locales a jugar a apostar o con amigos en su casa o en otro lugar? (PERSONALMENTE)

- Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada	1
- Póquer, apostando en cada mano	2
- Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, etc.	3
- Apuestas hípcas o canódromos	4
- Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	5
- Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	6
- Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)	7
- Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	8
- Cupones u otros juegos de la ONCE	9
- Quinielas	10

4. ¿Con qué frecuencia suele jugar *online* a 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, de vez en cuando 6
 - Casi nunca 7
- 5.** Respecto al juego por Internet, ¿dirá que ...
- Juega ahora más que hace un año 1
 - Juega igual que hace un año 2
 - Juega menos que hace un año 3
- 6.** En un día laborable normal, ¿cuánto tiempo suele dedicar a algún tipo de juego de azar *online*, arriesgando dinero, 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
 - No lo sé 8
 - No juego en días laborables 9
- 7.** ¿Qué cantidad mensual juegas normalmente a juegos *online*, por término medio?
Anotar literalmente.
- 8.** ¿Cómo paga usted sus apuestas, a través de qué medio de pago por Internet pone el dinero para apostar?
- Tarjeta de crédito o débito (4B, Master Card, Visa, 6000) 1
 - Otra tarjeta de crédito o débito (American Express, etc.) 2
 - Sistemas de pago *online* (Paypal, ...) 3
 - Tarjeta prepago (Paysafe card, etc.) 4
 - Transferencia bancaria 5
 - Transferencia no bancaria (Western Union, etc.) 6
 - Cheque enviado al operador 7
- 9.** ¿Está usted registrado en alguna web de juego por Internet, es decir, en alguna web de las que le permiten acceder a servicios o aplicaciones para poder jugar arriesgando dinero? (POSIBLE RESPUESTA MÚLTIPLE SI ESTÁ REGISTRADO EN VARIAS)
- Sí 1
 - No 2 Pasar a P. 11

9 B. ¿Recuerda cuándo se registro en esa web? (Si se ha registrado a varias, la primera, la más antigua)

- | | |
|-------------------------------------|---|
| - Antes de 2010 | 1 |
| - Durante 2011 | 2 |
| - Antes del 30 de junio de 2012 | 3 |
| - Entre julio y septiembre de 2012 | 4 |
| - Entre octubre y diciembre de 2012 | 5 |
| - En este mes, enero 2013. | 6 |

10. ¿Cuánto dinero tiene, aproximadamente, en su cuenta de la web para apostar? (Si está en más de una sumar aproximadamente las cantidades)

Anotar literalmente

11. ¿Recuerdas a través de qué web juegas o apuestas?

- | | |
|---|----|
| - 888casino.es | 1 |
| - Bet365.es (apuestas) | 2 |
| - Bet365.es (casino) | 3 |
| - Betathome | 4 |
| - Botemanía | 5 |
| - Bwin.es | 6 |
| - Cirsas.es | 7 |
| - Codere.es | 8 |
| - Interapuestas.es | 9 |
| - Interwetten.com | 10 |
| - LB Apuestas (LadBrokes Apuestas) | 11 |
| - Loterías y apuestas del Estado / Lotería Nacional | 12 |
| - Loto 6/49 | 13 |
| - Miapuesta.es | 14 |
| - ONCE.es | 15 |
| - Partypóquer.es | 16 |
| - Powerstars.es | 17 |
| - Tómbola.es | 18 |
| - Yobingo.es | 19 |
| - Ventura24.es | 20 |
| - William Hill | 21 |
| - otros (abrir una ventana: Especificar. Pasar listado con las que aparezcan) | |

12. Por favor, para asegurarnos de la web, ¿puedes señalar cuál es su terminación?

- | | |
|--------|---|
| - .com | 1 |
| - .es | 2 |
| - .fr | 3 |
| - .net | 4 |
| - .nl | 5 |
| - .org | 6 |

- .cat	7
- .eu	8
Otras ¿puedes escribirla?	9

13. LA PREGUNTA 13 SE DESPLIEGA EN FUNCIÓN DE LAS RESPUESTAS EN P.2.

SI P.2. Cód. 1: Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada

13.1.1. ¿Con qué frecuencia juegas por Internet al póquer en póquer rooms o torneos?

- 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	6	
- Nunca	7	Pasar a 13.2.

13.1.2. ¿Cuándo jugaste por última vez al póquer en torneos o póquer rooms?

- Ayer	1	
- Hace dos o tres días	2	
- Hace una semana o menos	3	
- Dos semanas	4	
- Tres semanas o un mes	5	
- Entre uno y dos meses	6	Pasar a 13.2.
- Entre dos y seis meses	7	Pasar a 13.2.
- Hace más de seis meses	8	Pasar a 13.2.

13.1.3. ¿Cuánto dinero jugaste, o sea, cuánto dinero pagaste por participar en el torneo o en la sesión? Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 2: Póquer, apostando en cada mano

13.2.1. ¿Con qué frecuencia juegas por Internet al póquer?

- 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	6	
- Nunca	7	Pasar a 13.3.

13.2.2. ¿Cuándo jugaste por última vez al póquer?

- Ayer	1	
- Hace dos o tres días	2	
- Hace una semana o menos	3	
- Dos semanas	4	

- | | | |
|--------------------------|---|---------------|
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.3. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.3. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.3 |

13.2.3. ¿Cuánto dinero jugaste, o sea, con cuánto dinero empezaste a jugar?
Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 3: Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, etc.

13.3.1. ¿Con qué frecuencia apuestas sobre deportes, fútbol, baloncesto, automovilismo, etc. por Internet?

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | 6 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a 13.4. |

13.3.2. ¿Cuándo apostaste por última vez sobre deportes?

- | | | |
|---------------------------|---|---------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Dos semanas | 4 | |
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.4. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.4. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.4. |

13.4.3. ¿Cuánto dinero apostaste? (si hiciste varias apuestas, la suma)
Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 4: Apuestas hípcas o canódromos

13.4.1. ¿Con qué frecuencia apuestas sobre caballos o carreras en canódromos, etc. por Internet?

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | 6 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a 13.5. |

13.4.2. ¿Cuándo apostaste por última vez sobre caballos o canódromos?

- | | | |
|---------------------------|---|---------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Dos semanas | 4 | |
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.5. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.5. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.5 |

13.4.3. ¿Cuánto dinero apostaste? (si hiciste varias apuestas, la suma)
Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 5: Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.

13.5.1. ¿Con qué frecuencia juegas a juegos de casinos por Internet (black jack, ruleta, etc.?)

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | 6 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a 13.6. |

13.5.2. ¿Cuándo jugaste por última vez a uno de estos juegos de casino por Internet?

- | | | |
|---------------------------|---|---------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Dos semanas | 4 | |
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.6. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.6. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.6. |

13.5.3. ¿Cuánto dinero jugaste, es decir, con cuánto empezaste a jugar? Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 6: Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas

13.6.1. ¿Con qué frecuencia juegas a máquinas slot, similares a rodillos giratorios y a máquinas tragamonedas?

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | 6 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a 13.7. |

13.6.2. ¿Cuándo jugaste por última vez con estas máquinas por Internet?

- | | | |
|---------------------------|---|---------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Dos semanas | 4 | |
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.7. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.7. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.7. |

13.6.3. ¿Cuánto dinero jugaste, es decir, con cuánto empezaste a jugar?

Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 7: Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)

13.7.1. ¿Con qué frecuencia juegas Lotería Nacional por Internet?

- | | | |
|-----------------------------------|---|---------------|
| - 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 | 6 | |
| - Nunca | 7 | Pasar a 13.8. |

13.7.2. ¿Cuándo jugaste por última vez a la Lotería Nacional por Internet?

- | | | |
|---------------------------|---|---------------|
| - Ayer | 1 | |
| - Hace dos o tres días | 2 | |
| - Hace una semana o menos | 3 | |
| - Dos semanas | 4 | |
| - Tres semanas o un mes | 5 | |
| - Entre uno y dos meses | 6 | Pasar a 13.8. |
| - Entre dos y seis meses | 7 | Pasar a 13.8. |
| - Hace más de seis meses | 8 | Pasar a 13.8. |

13.7.3. ¿Cuánto dinero compraste de lotería?

Anotar literalmente.

13.7.4. ¿Exactamente qué hiciste al jugar a la Lotería Nacional por Internet?

- | | |
|--|---|
| - Comprar los décimos | 1 |
| - Comprobar si te había tocado, consultar la lista de premios | 2 |
| - Ambas cosas | 3 |
| - Ver en la web de SELAE en qué administración tenía el número | 4 |

13.7.5. ¿A través de qué web jugaste a la Lotería Nacional?

- La web de Loterías y Apuestas del Estado (selae.es) 1
- Una web de una Administración de Loterías 2 P.13.7.6.
- Una web con la que juegas a otros juegos por Internet 3

13.7.6. ¿De qué provincia es la Administración en la que compras loterías a través de la web?
- Listado de provincias por orden alfabético. Posible respuesta múltiple.

SI P.2. Cód. 8: Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto

13.8.1. ¿Con qué frecuencia juegas la Lotería Primitiva, Euromillones, el Gordo de la Primitiva o a Bonoloto por Internet?

- 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 6
- Nunca 7 Pasar a 13.9.

13.8.2. ¿Cuándo jugaste por última vez a la Lotería Primitiva, Euromillones, el Gordo de la Primitiva o a Bonoloto por Internet?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Dos semanas 4
- Tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6 Pasar a 13.9.
- Entre dos y seis meses 7 Pasar a 13.9.
- Hace más de seis meses 8 Pasar a 13.9.

13.8.3. ¿Cuánto dinero compraste de estas loterías?
Anotar literalmente.

13.8.4. ¿Exactamente qué hiciste al jugar a estas loterías por Internet?

- Comprar los décimos 1
- Comprobar si te había tocado, consultar la lista de premios 2
- Ambas cosas 3
- Ver en la web de SELAE en qué administración tenía el número 4

13.8.5. ¿A través de qué web jugaste a estas loterías?

- La web de Loterías y Apuestas del Estado (selae.es) 1
- Una web de una Administración de Loterías 2 13.8.6.
- Una web con la que juegas a otros juegos por Internet 3

- 13.8.6.** ¿De qué provincia es la Administración en la que compras loterías a través de la web?
 - Listado de provincias por orden alfabético. Posible respuesta múltiple.

SI P.2. Cód. 9: Cupones u otros juegos de la ONCE

- 13.9.1.** ¿Con qué frecuencia juegas a los cupones o loterías instantáneas de la ONCE por Internet?

- 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 6
- Nunca 7 Pasar a 13.10

- 13.9.2.** ¿Cuándo jugaste por última vez a los cupones o loterías instantáneas de la ONCE por Internet?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Dos semanas 4
- Tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6 Pasar a 13.10
- Entre dos y seis meses 7 Pasar a 13.10
- Hace más de seis meses 8 Pasar a 13.10

- 13.9.3.** ¿Cuánto dinero jugaste a los cupones o loterías instantáneas de la ONCE?
 Anotar literalmente.

- 13.9.4.** ¿Exactamente qué hiciste al jugar a los cupones o loterías instantáneas de la ONCE por Internet?

- Comprar los cupones o boletos 1
- Comprobar si te había tocado, consultar la lista de premios 2
- Ambas cosas 3
- Ver en la web de ONCE en qué vendedor tenía el número 4

- 13.9.5.** ¿A través de qué web jugaste a cupones o loterías instantáneas de la ONCE?

- La web de Loterías y Apuestas del Estado (selae.es) 1
- Una web de un vendedor de la ONCE 2
- Una web con la que juegas a otros juegos por Internet 3

SI P.2. Cód. 10: Quinielas

- 13.10.1.** ¿Con qué frecuencia juegas las quinielas por Internet?

- 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 6 Pasar a 14
- Nunca 7 Pasar a 14

13.10.2. ¿Cuándo jugaste por última vez a las quinielas por Internet?

- Ayer 1
- Hace dos o tres días 2
- Hace una semana o menos 3
- Dos semanas 4
- Tres semanas o un mes 5
- Entre uno y dos meses 6 Pasar a 14
- Entre dos y seis meses 7 Pasar a 14.
- Hace más de seis meses 8 Pasar a 14.

13.10.3. ¿Cuánto dinero apostaste a las quinielas?

Anotar literalmente.

13.10.4. ¿Exactamente qué hiciste al jugar a las quinielas por Internet?

- Comprar los décimos 1
- Comprobar si te había tocado, consultar la lista de premios 2
- Ambas cosas 3
- Ver en la web de SELAE en qué administración tenía el número 4

13.10.5. ¿A través de qué web jugaste a estas loterías?

- La web de Loterías y Apuestas del Estado (selae.es) 1
- Una web de una Administración de Quinielas 2
- Una web con la que juegas a otros juegos por Internet 3

14. Para usted, el juego por Internet ¿qué es esencialmente?

- Un entretenimiento 1
- Tentar la suerte. La ilusión de que le puede tocar un premio importante 2
- Una forma de demostrar su habilidad con ciertos juegos 3
- Demostrar que sabe más de deportes o juegos 4
- Una manera de ganar dinero 5
- Una costumbre, le agrada la idea de tener suerte 6
- Una forma de competir con otros jugadores 7

15. A continuación le voy a preguntar si en los últimos 12 meses su hogar ha tenido que hacer pagos de algunos conceptos,

15a. ¿Tuvo pagos de hipotecas o alquiler de la vivienda o que pagar algún crédito para realizar alguna gran reparación en la misma?

SI	1	15A2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc	3		Ns/Nc	3

15B ¿Tuvo algún pago de compras aplazadas y otros préstamos no relacionados con la vivienda?

SI	1	15A2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc	3		Ns/Nc	3

15c. ¿Tuvo algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?

SI	1	15A2 ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc	3		Ns/Nc	3

15d. ¿Cree que su hogar tiene capacidad para afrontar gastos imprevistos como grades reparaciones, o similares?

SI	1
NO	2
Ns/Nc	3

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

- Sí	1
- No	2

17. ¿Sabes si el operador de juegos *online* 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

18. En general, diría usted que de las casas de apuestas o casinos que conoce en Internet, ¿se fía, mucho, bastante, regular, poco o nada?

- Se fía mucho	1
- Se fía bastante	2
- Se fía regular	3
- Se fía poco	4
- No se fía	5

19. Y de las casas de apuestas o casinos en las que apuesta o juega habitualmente, ¿hasta qué punto se fía?

- | | |
|-------------------|---|
| - Se fía mucho | 1 |
| - Se fía bastante | 2 |
| - Se fía regular | 3 |
| - Se fía poco | 4 |
| - No se fía | 5 |

Muchas gracias por su colaboración, toda la información que nos ha facilitado será tratada de forma confidencial, limitando su uso a la agregación estadística con las respuestas del resto de los entrevistados del estudio.

Percepción social sobre el juego de azar en España 2013 IV

La cuarta edición del estudio "Percepción Social sobre el juego de azar en España" profundiza en el conocimiento de las actitudes, hábitos y fabulaciones de los españoles ante el juego. El juego de azar constituye una realidad nada desdeñable desde el punto de vista social y económico. Como las demás actividades de la sociedad española, sufre el impacto de la crisis, que se concreta en un incremento de los jugadores, pero en un descenso de lo que cada uno juega.

Los españoles mantienen con él una relación compleja, por un lado, superficial, casi inconsciente, por la larga convivencia con juegos públicos como las loterías, quinielas y cupones de la ONCE y, por otro lado, con numerosos aspectos que sólo una investigación en profundidad, como ésta, puede desvelar. Pero en todo caso normalizada.

El estudio aporta datos completamente nuevos sobre los hábitos y perfiles sociológicos y actitudinales de los juegos presenciales y del juego on line, en rápida transformación pese a su novedad en España.

Con el patrocinio de



IPOLGOB

Instituto de Política y Gobernanza

Universidad Carlos III de Madrid

