

# Percepción social sobre el juego de azar en España 2014

V

**IPOLGOB**

Instituto de Política y Gobernanza

Universidad Carlos III de Madrid

Con el patrocinio de



**FUNDACIÓN**  
codere

**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 MÉNDEZ**

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 FERNÁNDEZ**

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 2014**

V

Edición, mayo de 2014

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*

© 2014. IPOLGOB-UC3M. José Antonio Gómez Yáñez, José Ignacio Cases, Germán Gusano, Carlos Lalanda y Ana Cases Comyn.

Diseño: Javier Perea Unceta (ideas@nicandwill.com)  
Maquetación: Nic And Will

Edita: IPOLGOB-UC3M

Con el patrocinio de Fundación CODERE

ISBN: 978-84-697-0551-3  
D.L.: M-14088-2013

# Percepción social sobre el juego de azar en España 2014

V

**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 MÉNDEZ**

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 FERNÁNDEZ**

Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego

**ANA CASES COMYN**

Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego



# Índice

<b>Presentación</b> .....	009
<b>Resumen ejecutivo</b> .....	011
<b>1. La práctica del juego. Datos generales</b> .....	015
<b>2. Juego y crisis económica: el juego en los hogares con problemas económicos</b> .....	024
<b>3. Sociología de los juegos</b> .....	026
<b>1. Metodología</b> .....	026
<b>2. Los juegos públicos</b> .....	030
Lotería Nacional .....	030
Lotería de Navidad .....	033
Lotería de El Niño .....	037
Sorteos semanales de la Lotería Nacional .....	038
La Grossa de Cataluña .....	038
Loterías Primitivas: Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto, Euromillones ....	039
Cupones y “rascas” de la ONCE .....	042
Quiniela .....	044
<b>3. El juego y el clima social. La diferencia entre los juegos públicos y los juegos de gestión privada</b> .....	046
<b>4. Los juegos de gestión privada</b> .....	046
Bingo .....	046
Juegos de casino .....	050
Juegos de mesa en casinos .....	051
Póquer en casinos .....	051
Los casinos como “producto” .....	054
Jugar al póquer con amigos en bares o timbas informales .....	054

Máquinas tragamonedas en bares o cafeterías.....	055
Apuestas deportivas en locales de juego.....	055
Salones de juego.....	058
Cupones de la OID.....	062
<b>4. El juego <i>online</i>.....</b>	<b>065</b>
<b>1. Perfil sociológico de los jugadores <i>online</i>.....</b>	<b>065</b>
<b>2. ¿A qué se juega por Internet?.....</b>	<b>068</b>
Normalización de Internet como vía de acceso a los juegos públicos.....	068
Otros juegos específicos de Internet.....	070
<b>3. Juego presencial y juego <i>online</i>.....</b>	<b>070</b>
<b>4. Perfil sociológico de los juegos por Internet.....</b>	<b>071</b>
<b>5. Motivaciones del juego por Internet.....</b>	<b>073</b>
Las motivaciones de fondo.....	073
La publicidad y el juego.....	074
<b>6. Frecuencia del juego.....</b>	<b>075</b>
<b>7. Tiempo destinado a jugar en internet.....</b>	<b>077</b>
<b>8. Confianza en las webs de juego.....</b>	<b>077</b>
<b>9. Cantidades jugadas.....</b>	<b>079</b>
Medios de pago.....	079
Estimación de las cantidades jugadas <i>online</i> por jugador.....	079
Estimación de las cantidades globales jugadas <i>online</i> .....	082
Estimación de las cantidades gastadas por los jugadores a través de internet ...	083
<b>ANEXOS</b>	
<b>Recogida de la información.....</b>	<b>087</b>
<b>Questionarios.....</b>	<b>088</b>
<b>Questionario para la población general.....</b>	<b>088</b>
<b>Questionario <i>online</i> para jugadores por internet.....</b>	<b>110</b>

# Presentación

Llegar, puntualmente, a la presentación de este informe, quinto de la serie, me produce una gran satisfacción y, a la vez, me suscita algunas reflexiones.

Cuando en 2009, el grupo de trabajo del Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III de Madrid, procedió a encargar la encuesta para conocer la percepción que la sociedad española tenía sobre la práctica de los juegos de azar, comenzó a explorarse un amplio campo de opiniones –naturalmente diversas–, plagado de lugares comunes y mitos. Porque cada uno de nosotros, me refiero a los españoles, tiene detrás una historia familiar que, en muchos casos, presenta algún eslabón negativamente relacionado con el juego de azar, como seguramente tendrá otros vinculados con el consumo de alcohol, las actitudes pendencieras, etc. Es decir, en nuestra historia personal, pesa el recuerdo de unos antecedentes negativos que, muchas veces, se han exagerado a través de la transmisión oral familiar.

No quiero quitar ni un ápice de lo que históricamente haya sido cierto. Y lo es, por ejemplo, que en 1922 se clausurasen en España más de 2.000 garitos de juego, pues los casinos sociales de cada pueblo servían de lugar apropiado para los juegos, principalmente de naipes, en los que se apostaban importantes cantidades, tanto en metálico como en especie. Por ello, el general Primo de Rivera, en clara actitud regeneracionista, optó por la prohibición del juego en 1928, medida que perduró a lo largo de la II República (con la excepción fallida de la ruleta en el Kursaal donostiarra y en el Hotel Formentor en Mallorca) y, asimismo, se prolongó la prohibición a lo largo de los 40 años del régimen franquista.

Cuando, felizmente recobrada la democracia, se autorizaron algunos juegos a partir del RD-Ley 16/1977, de 25 de febrero, se inició realmente un nuevo periodo pero, no por ello, desapareció de la conciencia profunda de la sociedad la percepción de que, dichas prácticas, eran intrínsecamente perversas.

Ahora bien, desde la nueva óptica, practicar los juegos de azar no era más que disfrutar de una libertad civil que correspondía a los ciudadanos, cada uno de los cuales podía libremente escoger si la utilizaba o no y, por lo tanto, abandonando la costumbre de ser tutelados y protegidos contra el mal por el “padre estado” (que había fijado las prácticas morales durante los últimos 40 años), debía hacerse responsable de las consecuencias de su práctica, que no es más que lo que ocurre con otras, tales como el consumo de alcohol, del tabaco o la conducción temeraria para no poner más ejemplos.

Pero lo llamativo es, vista la serie que constituyen estos informes, que en contra de lo que era un lugar común (“los españoles en momentos de necesidad lo fían todo a la suerte”) la reacción de la sociedad española en estos años de crisis muestra una gran racionalidad. Por decirlo en

otras palabras, se abandona el manoseado concepto del español bebedor, pendenciero y fanfarrón –propio de representaciones tópicas y castizas- para mostrar un comportamiento social claramente racional.

No obstante, contengámonos en el volteo de las campanas y no ofrezcamos un repique alegre y gozoso. Siempre habrá tertulianos que repitan de forma monótona tópicos que, desde un punto de vista científico, resultan asombrosamente llamativos. Así ha ocurrido respecto del fallido intento de instalarse en Madrid el proyecto de Las Vegas Sands que, para algunos, venía acompañado de sexo y drogas (menos mal que se olvidaron del rock and roll), reflejando perfectamente el pensamiento tradicional sobre la materia.

La pereza intelectual –que si puede ser una característica de nuestra sociedad- conduce a no revisar nunca los tópicos instalados en la misma y a creer, a “pies juntillas”, el mayor de ellos, que no es otro que el del “carácter nacional”. Por no tener presentes las enseñanzas de dos insignes maestros, los profesores José Antonio Maravall y Luis Díez del Corral que, a sus alumnos al menos, nos demostraron no ser ciertas las características genéticas del carácter español que nosotros mismos nos atribuíamos.

La contracción continua, durante la crisis, del gasto dedicado al juego de azar, no sólo es un dato objetivable a través de los resultados ofrecidos por los operadores de juegos –públicos y privados- sino que, también, es reconocido por los propios ciudadanos, que en estos cinco informes sobre la percepción social, responden a nuestras preguntas confesando la reducción, año a año, de las cantidades que dedican a participar en los juegos de azar.

Los componentes del grupo de trabajo sobre el juego de azar del Instituto de Política y Gobernanza nos sentimos satisfechos, repito, porque creemos que a lo largo de estos cinco informes hemos demostrado científicamente, al menos, la falsedad de uno de los tópicos principales sobre el juego.

**José Ignacio Cases**

Profesor Emérito  
Instituto de Política y Gobernanza

# Resumen ejecutivo

La continuidad es un valor si es compatible con la renovación. En esta edición se han añadido nuevos contenidos que se estudian por primera vez: el perfil de los jugadores de las loterías de Navidad, El Niño y los sorteos semanales de SELAE, de La Grossa en su primera edición, de los cupones de la OID, la notoriedad de la publicidad del juego online y la calidad percibida por los usuarios de los casinos, bingos y salones de juego. Sobre el juego *online* se publican por primera vez datos consistentes sobre la cantidad de jugadores que utilizan webs no autorizadas por la DGOJ, así como sobre el desajuste que parece haber entre la cantidad de dinero que el juego mueve en Internet desde España y las cifras oficiales de los reguladores y los operadores. Creemos que todos ellos aportan información interesante para los operadores. La información revela puntos fuertes y débiles, aspectos sobre los que apoyar estrategias de expansión o mantenimiento y fisuras por las que alguna vertiente de la industria del juego se está debilitando. Se dice entre los empresarios que la gestión de empresas de juego consiste en aplicar reglamentos más que en desarrollar el negocio. Estos estudios siempre han querido dar información para desarrollar el negocio a través del marketing, en esta ocasión, algunas de las informaciones que aparecen por primera vez, pueden utilizarse para negociar con las Administraciones mostrando que la presión fiscal está detrayendo recursos que impiden modernizar instalaciones, lo que devalúa el juego como actividad de entretenimiento y reduce la calidad y estabilidad de los empleos. Algunas de las debilidades que se detectan están alejando a los consumidores de algunas ofertas de ocio. Una de las conclusiones es que, en algunos segmentos, el juego debe afrontar una reconversión de sus instalaciones en términos materiales y, tal vez, en su propia concepción. Lo positivo es que el informe también muestra que hay potencialmente nuevos públicos a los que se puede fidelizar con ofertas más variadas que incluyan el juego como alternativa de ocio. Parece preferible no romper la coherencia del informe avanzando datos en función de su novedad, de manera que, tanto en las conclusiones como en los capítulos, las novedades se incluirán en su lugar según el relato del informe.

**1.** En España juega prácticamente todo el mundo, pero cada vez menos. En los cinco años que viene realizándose este estudio se observa que, en paralelo a la crisis, se reduce el número de jugadores y que éstos juegan menos dinero y con menor frecuencia. Pese a este descenso, el 80,3% de los españoles, participó en algún juego durante 2013 y, especialmente, en los juegos de los operadores públicos (SELAE) o semipúblicos (ONCE). El hábito de jugar está arraigado en la sociedad española pero la crisis está alterándolo. La sociedad reacciona a la crisis contrayendo los gastos en entretenimiento, de modo que el juego comparte la evolución de la asistencia al cine, al teatro, a conciertos de música, la hostelería, o al gasto turístico de los españoles.

**2.** La relación con el juego de los españoles es muy racional, conviene insistir sobre ello. Algunos datos recogidos en este estudio refuerzan esta idea: el porcentaje de los gastos de ocio que se destinan al juego es muy bajo (7,8%), los hogares con problemas económicos no juegan, salvo en los juegos de ilusión, Euromillones o la ONCE, aunque en una proporción y en unas cantidades muy inferiores al resto de la población.

Los españoles juegan por la fruición que significa el posible premio, pero nadie cree que pueda resolver su vida mediante el juego. Se juega también por entretenimiento o como una forma de competir o demostrar conocimientos sobre el deporte pero, en este caso, en realidad se “compra” un “espacio” de tiempo.

No obstante, en el juego *online* se observa que los individuos que viven en hogares con problemas económicos juegan más tiempo y con más frecuencia que la media. Puede tratarse de una evasión, pero no está claro.

**3.** El sorteo de Navidad puede considerarse un acontecimiento nacional, en el sentido de que no participar en él refleja oposición al hecho en sí y de que está incardinado en las costumbres nacionales. El 71,1% de los residentes en España juega: casi 25 millones de personas. Sólo los no jugadores eluden este sorteo y no todos. En torno al Sorteo de Navidad, se desencadena una fuerte presión social en la que se combina la costumbre, la tradición, el intercambio social de participaciones, la presión de asociaciones y clubes que utilizan la venta de participaciones como parte de su financiación. Pero el elemento que parece determinante es una especie de envidia social: la posibilidad de que les toque a amigos y conocidos, es el resorte que rompe la renuencia de los “no jugadores” que, finalmente, acaban comprando. La presión de estos elementos sociales es tan fuerte que el 44% de los compradores de décimos y participaciones preferiría no hacerlo. Un indicador de la implicación social que suscita la Lotería de Navidad es que un 11,6% vende o intercambia participaciones de clubes, asociaciones o colegios.

El análisis del sorteo de Navidad demuestra que se produce una subestimación de las cantidades jugadas. La media por jugador, comprendido entre 18 y 75 años, es de 95,5€, pero la media que se recuerda es de 66,6€. Quizá se trate de una subestimación deliberada, un intento de no echar cuentas sobre lo invertido en un sorteo, en parte por compromiso, al reconocer que lo más probable es perder.

**4.** En el sorteo de El Niño, participa el 43% de los residentes en España, es decir, casi 15.000.000 de personas. Lo más característico es que, como en el de Navidad, hay una subestimación de las cantidades jugadas (de 46,7€ reales, a 33,8€ de media recordada), seguramente por las mismas razones que en el sorteo de Navidad.

Los sorteos semanales son un producto orientado a compradores específicos: jugadores regulares y frecuentes, un 60% son hombres de edades intermedias, sobre todo entre 55 y 64 años.

El escaso contenido de entretenimiento de estos productos posiblemente está en el origen de la baja atracción que ejercen sobre los jóvenes. Las loterías tienen en este apartado una debilidad que deberán superar en el futuro.

**5.** La compra de La Grossa catalana ha estado vinculada a una afirmación de identidad: la mayor parte de sus compradores aducen que les parece bien que Cataluña tenga su lotería como motivo para comprarla. La compraron el 34,3% de los residentes en Cataluña. Un aspecto llamativo de La Grossa, que refleja la elevada motivación de sus compradores, es que

declaran haber jugado una cantidad superior a la que realmente jugaron, al contrario que en los demás juegos.

6. Los datos sugieren que durante 2013 prosiguió el descenso en la recaudación de algunos juegos “universales”: las primitivas, con la excepción probable de Euromillones, los cupones de la ONCE y la Quiniela. Por primera vez se ha incluido en esta investigación los cupones de la OID (Organización Impulsora de Discapacitados) y, como es natural, el perfil de sus clientes es muy similar al de la ONCE.

7. Los jugadores de bingo, máquinas tragamonedas y casinos, siguen evitando reconocer abiertamente que juegan. Además, entre quienes lo hacen, suelen declarar frecuencias de juego y cantidades jugadas inferiores a las reales y distancian la última vez que jugaron respecto al día de hoy. Es posible que esto suceda también con los salones de juego, pero no sucede con las apuestas deportivas. Esta tendencia a la ocultación ocurre también con otras actividades sociales, que adolecen de lo que se denomina “deseabilidad social”. Revela una cierta presión social negativa, de la que los jugadores no logran evadirse.

Desde el punto de vista del marketing, esto supone un reto para los operadores. En la medida en que el juego no sea contemplado como un entretenimiento normal, esta conducta seguirá presentándose y afectará negativamente a sus volúmenes de negocio. Desde esta óptica, sería preciso normalizar la imagen del juego como sector empresarial y actividad entretenimiento, alejando de su imagen las adherencias indeseables que a veces se le endosan.

8. Como productos de entretenimiento, los juegos estudiados, tienen algunas debilidades percibidas por los clientes. Es llamativa la que refleja cierta incomodidad con el ambiente en las salas. En el caso de los bingos, se detecta un envejecimiento de las instalaciones que lo aleja de nuevos públicos y, en los salones de juego, las valoraciones sobre la decoración y el grado de entretenimiento que proporcionan algunas máquinas requieren atención. En la vertiente positiva, los datos indican que el bingo tiene bases sólidas para replantearse como producto y abrirse a nuevas generaciones de clientes.

9. El número de jugadores *online* ha descendido entre 2012 y 2013. Coincide en este dato la información de la Dirección General de Ordenación del Juego sobre el número de jugadores activos cada mes, que ha pasado de 469.000 en diciembre de 2012, a menos de 300.000 en diciembre de 2013. Los datos obtenidos a través de nuestra encuesta muestran un descenso de quienes declaran haber jugado *online* en los tres últimos meses, desde el 4,2% en 2012 al 3,3% en 2013, es decir, de casi 1,5 millones a 1,15. El impacto de la crisis durante 2013 ha sido determinante en esta evolución.

El perfil sociológico de los jugadores *online*, sigue pareciéndose más al de los internautas en general que al de los jugadores que pasaron del juego presencial al *online*. Aunque posiblemente hay canibalización del juego presencial por el *online*, los datos no son concluyentes. Entre los jugadores *online* se observa un descenso de los jugadores más jóvenes debido, razonablemente, al impacto del desempleo juvenil.

**10.** Los datos sobre volumen de juego *online* presentan aún claroscuros. Obviamente, los datos de la DGOJ han clarificado el panorama. El GGR de las webs autorizadas oscila trimestralmente entre 50 y 60 millones €, desde el II Trimestre de 2012. Sin embargo, los datos del tráfico de dinero en los sistemas de tarjetas de crédito y débito españoles, facilitados por la CNMC, reflejan entre 80 y 94 millones de €. Teniendo en cuenta que, a través de estas tarjetas, circula sólo el 75%, aproximadamente de las cantidades apostadas, con leves oscilaciones anuales, del tráfico de dinero *online* vinculado al juego, se detecta un desajuste en los datos. A nuestro juicio, la causa reside en que siguen operando en España webs ilegales. El 87,2% de los jugadores *online* declara que juega en webs con terminación “.es”, lo que significa que, un 12,8%, juega exclusivamente en webs no autorizadas por la DGOJ. Además, el 43,3% de los jugadores *online*, juega en alguna ocasión en webs que tienen terminaciones distintas a “.es”.

Un aspecto llamativo de la psicología de los jugadores *online* es la desconfianza que suscitan las webs de juego, en general y, en particular, las que utilizan.

**11.** A la inversa de lo que ocurre en el juego presencial, en el juego *online* se observa un incremento del tiempo destinado al juego y del dinero empleado, según la percepción subjetiva de los jugadores. Lo mismo sucede con las medias de las cantidades apostadas por los jugadores activos cada mes, según los datos facilitados por la DGOJ. Posiblemente, esté vinculado a la tendencia a disfrutar el ocio en el hogar, una de las consecuencias de la crisis. En todo caso, la tendencia citada opera en sentido contrario al descenso de los jugadores que, por distintas vías, se observa que ha ocurrido en el juego *online*.

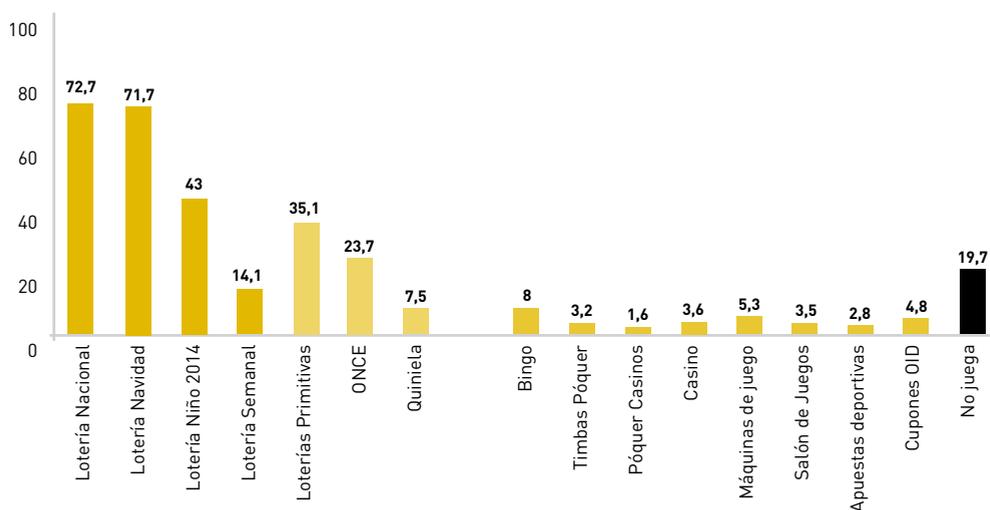
**12.** Finalmente, nos gustaría insistir telegráficamente en algunas conclusiones que se observaron en años anteriores y que se mantienen:

- Internet se ha convertido en un ecosistema natural para las apuestas deportivas y para el póquer en sus diversas versiones.
- Una proporción relevante de jugadores *online* son también jugadores presenciales.
- La motivación básica del juego *online* es el entretenimiento, pero también una racionalización de la competición y del deseo de demostrar habilidad en ciertos juegos frente a otros jugadores.
- Los medios de pago más utilizados son las tarjetas de crédito/débito españolas. Un 62% las utiliza, alcanzando el 11,3% las tarjetas prepago. Las tarjetas extranjeras las emplean el 4,7% de los jugadores *online*.

# 1. El juego presencial. Datos generales

Se puede decir, como en ediciones anteriores de este estudio, que en España juega prácticamente todo el mundo, pero cada vez con menos frecuencia y menos dinero. El hábito del juego está fuertemente arraigado en la sociedad española, pero la crisis está alterándolo y la contracción de los ingresos lo está alejando de los sectores sociales más afectados por la crisis, aunque también es posible que haya otros sectores que han decidido “racionalizar” sus gastos. Éste es uno de los efectos más llamativos del ajuste de comportamientos provocado por la crisis. El 19,7% de la población, comprendida entre 18 y 75 años, afirma no haber participado en ningún juego de los que se comercializan en España durante el año 2013. Aunque en la anterior edición del estudio se introdujo un cambio en el cuestionario, acotando el periodo por el que se pregunta, si han jugado alguno de los juegos durante el año, en vez de “alguna vez” como en ediciones precedentes, los datos muestran una tendencia de fondo hacia el incremento de quienes no juegan. En 2009, sólo el 7,6% de los entrevistados señaló que no había jugado; entre 2010 y 2012, el porcentaje osciló entre el 11,2% y el 15,2% y, en 2013, ha alcanzado el citado 19,7%. La conclusión es clara: la inmensa mayoría de los residentes en España ha jugado alguna vez durante el año; puede haber algún vaivén, sin alterar la idea de fondo, y las personas que se abstienen de jugar aumentan en los últimos años. Es decir, aun siendo una sociedad que juega convencionalmente, sobre todo en los juegos públicos, en especial a la Lotería de Navidad, El Niño, Primitivas, Quiniela y la ONCE (**gráfico 1**) se está produciendo un descenso en el porcentaje de personas que juegan (**tabla 1**). La frecuencia con la que los jugadores recuerdan participar también desciende. Disminuyen los

**Gráfico 1 / Juego presencial durante 2013 (% han jugado en el último año)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

Tabla 1 / La práctica del juego presencial en España (%)

	Ha jugado alguna vez (*)				Último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Lotería Nacional	83,0	75,6	77,3	77,7	72,7
Euromillones, loterías primitivas	61,3	55,1	56,6	53,6	35,1
Cupones de la ONCE	60,8	54,6	57,4	44,7	23,7
Cupones de organizaciones de discapacitados (OID)					4,8
Quiniela	46,0	34,8	35,4	28,9	7,5
Bingo	26,5	19,4	18,4	8,9	8,0
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa			9,3	7,3	3,2
Juega al póquer en casinos			1,4	0,7	1,6
Póquer rooms o torneos de póquer	3,5	5,9			
Máquinas tragamonedas de bares o cafeterías	15,6	9,4	6,4	3,2	5,3
Ha ido a algún salón de juegos					3,5
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	3,6
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas (**)				1,1	2,8
No juega ninguno	7,6	13,0	11,2	15,2	19,7
(n)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.012)

(\*) 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.

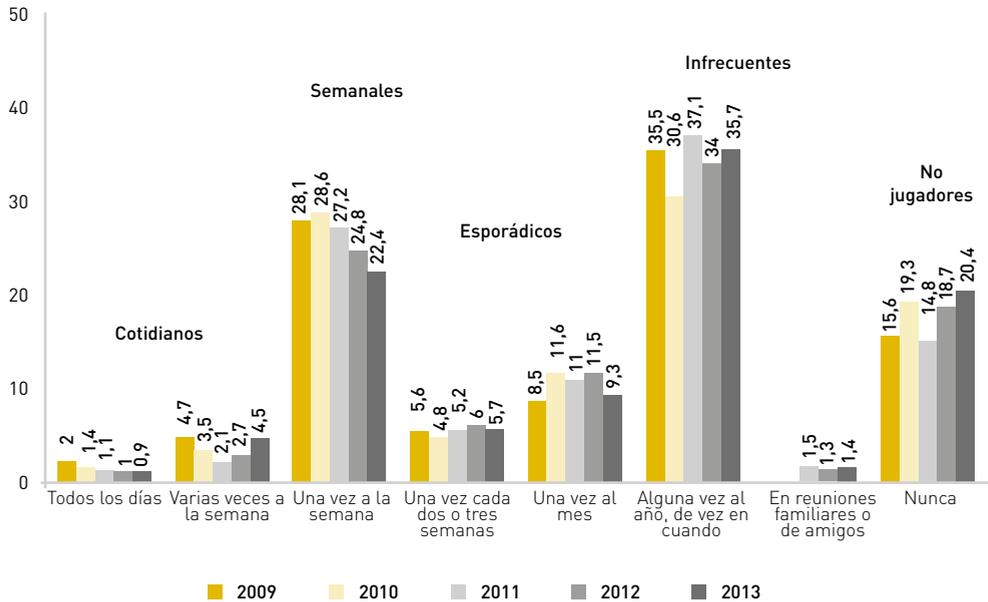
(\*\*) En el cuestionario de 2012 se subrayó la idea de apuestas a resultados de deportes en “locales de apuestas”.

que afirman que juegan todos los días, pasando desde el 2% en 2009, al 0,9% a principios de 2014. Se mantienen estables, con oscilaciones, quienes dicen jugar varias veces a la semana, moviéndose entre el 2% y el 4,7% desde 2009, situándose ahora cerca del límite superior: 4,5%. Se mantiene la tendencia al descenso de los que se consideran jugadores semanales, desde el 28,1% al 22,1% en el mismo periodo. Los jugadores con menor frecuencia se mantienen estables: tanto los esporádicos, es decir, los que manifiestan jugar una vez al mes o una vez cada dos o tres meses, así como los infrecuentes, que juegan sólo alguna vez durante el año y con amigos o familiares. Estos deslizamientos provocan que, quienes subjetivamente se declaran no jugadores, con independencia de que efectivamente hayan jugado -o no- algún juego, crezcan hasta situarse en el 20,4% a principios de 2014 (**gráfico 2**).

En definitiva, se puede afirmar que conviven tres tendencias: 1ª) el descenso de los jugadores más frecuentes (hasta frecuencia semanal); 2ª) la estabilización de los que se pudieran considerar esporádicos o infrecuentes y, 3ª) el ascenso regular de los no jugadores.

Los perfiles de estas tipologías de jugadores son diferentes y se mantienen estables en las sucesivas ediciones del estudio. Los cotidianos, que declaran jugar todos los días o varias veces a la semana, son mayoritariamente hombres, de todos los status sociales y de todas las edades (aunque con menor presencia de jóvenes, en las edades intermedias, de 35 a 54 años), que adquieren la costumbre de jugar todos los días. Los semanales responden a un perfil similar al anterior, aunque con mayor presencia de mujeres. En los esporádicos, que afirman jugar una vez al mes o cada dos o tres meses, la composición por sexos se equilibra y pertenecen a todos los status sociales y generacionales. En los infrecuentes, que dicen jugar de vez en cuando o sólo en reuniones familiares, la presencia de mujeres es mayoritaria y también se de-

**Gráfico 2 / Frecuencia de práctica de juegos de azar en España (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

tecta una mayor presencia de personas de status social alto o medio alto. Por último, quienes se consideran no jugadores componen un grupo distante de los anteriores: más mujeres que hombres, con fuerte presencia tanto de jóvenes menores de 25 años como de mayores de 65. Los no jugadores parecen serlo desde siempre: el 61,2% afirma no haber jugado nunca y el 22,3% haber dejado de jugar hace más de cinco años. Esta distancia con el juego hace pensar que, en quienes se consideran no jugadores, hay una pulsión anti-juego arraigada. Parte de quienes no han jugado nunca o han dejado de jugar hace mucho tiempo, que equivalen al 17% de los residentes en España entre 18 y 75 años, seguramente tienen profundos prejuicios contra el juego y, además, son activos emisores de este discurso. Como se verá en ocasiones a lo largo de este informe, considerarse no jugador es compatible con momentos puntuales en que se participa, ya sea en los juegos más generales (Lotería de Navidad) o en reuniones familiares o sociales, pues se cede a cierta presión social al entenderse el juego como entretenimiento y forma de relación.

Por lo tanto, 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 lo presenta 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 (tabla 2).

Tabla 2 / 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
Total (2013)	0,9	4,5	22,1	5,7
Hombres	1,4	6,1	26,3	4,7
Mujeres	0,4	3,0	17,9	6,8
De 18 a 24	0,0	1,9	3,8	6,7
De 25 a 34	0,0	4,6	17,0	5,2
De 35 a 44	2,1	3,8	26,7	7,1
De 45 a 54	1,0	3,6	27,4	5,6
De 55 a 64	0,7	7,3	24,1	5,1
De 65 a 75	0,7	6,4	25,7	4,3
Alto	1,3	1,3	17,5	6,3
Medio alto	1,1	5,3	21,6	4,2
Medio medio	0,6	4,1	24,0	5,6
Medio bajo	0,8	4,8	21,9	6,8
Bajo	3,6	14,3	10,7	7,1
¿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				

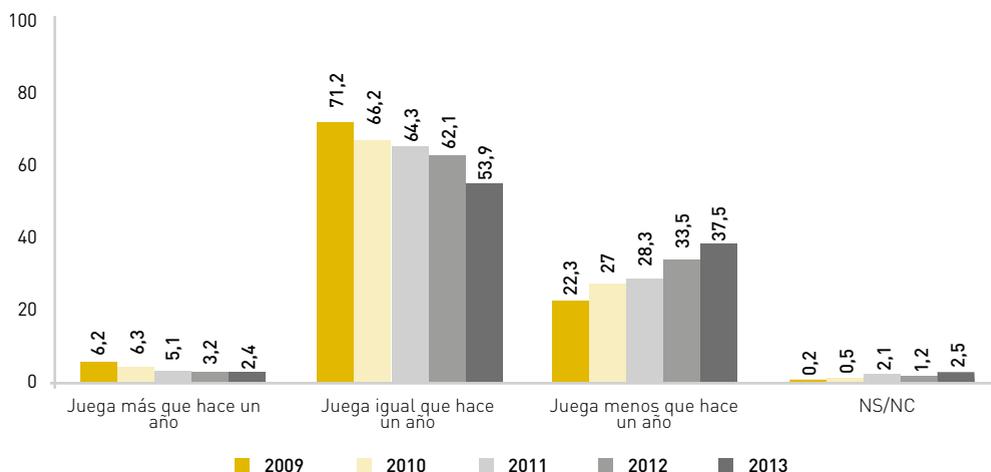
El juego no escapa a la situación económica del momento. Junto al descenso del número de jugadores, se está produciendo también un descenso en las cantidades que se apuestan, al menos, en la apreciación subjetiva de los entrevistados. Cuando se les pide que respondan si este año están gastando en juego, más o menos, que en el año anterior, la tendencia desde 2009 muestra un paulatino descenso de los que declaran que juegan más, hasta llegar a un reducido 2,4%, frente a quienes creen que juegan iguales cantidades, pasando desde el 71,2% al 53,9%, en el espacio de cinco años. Por el contrario, obviamente, ha crecido el de quienes consideran que juegan menos que el año anterior, incrementándose desde el 22,3% al 37,5% (**gráfico 3**).

**declarada (2013). 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)
9,3	35,7	1,4	20,4	(1.012)
10,4	31,2	1,2	18,8	(510)
8,2	40,2	1,6	21,9	(502)
11,5	28,8	5,8	41,3	(104)
10,8	32,0	1,5	28,9	(194)
9,6	35,0	0,4	15,4	(240)
7,1	40,6	1,5	13,2	(197)
12,4	38,7	0,7	10,9	(137)
5,0	37,1	0,0	20,7	(140)
10,0	47,5	2,5	13,8	(80)
13,7	39,5	1,6	13,2	(190)
7,6	33,3	1,9	22,9	(463)
8,4	35,1	0,0	22,3	(251)
14,3	21,4	0,0	28,6	(28)
			1,5	(3)
			2,9	(6)
			3,9	(8)
			22,3	(46)
			61,2	(126)
			8,3	(17)

El juego ha sido arrastrado por la crisis. Los ciudadanos redujeron sus gastos, ajustando su consumo en entretenimiento. Como muestra el **gráfico 4**, el consumo interno en todos los bienes, menos coches y vivienda, ha descendido un 15,9%, en términos reales, desde 2010. Obviamente, el dinero destinado al juego depende de la confianza en la situación económica. En esta vertiente, la sociedad española se sumergió en un clima de extraordinario pesimismo, que tocó fondo a mediados de 2013 y, a partir de entonces, se está produciendo una reacción, ligada en gran parte a las expectativas de oportunidades para compras, como si la opinión pública detectase que la espiral destructiva se hubiera detenido. **El gráfico 5** muestra que la confianza de

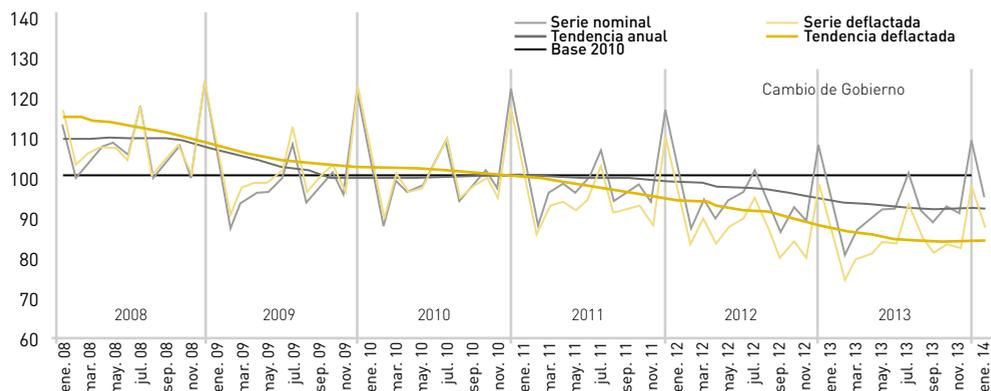
**Gráfico 3 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V, 2014*, Instituto de Política y Gobernanza.

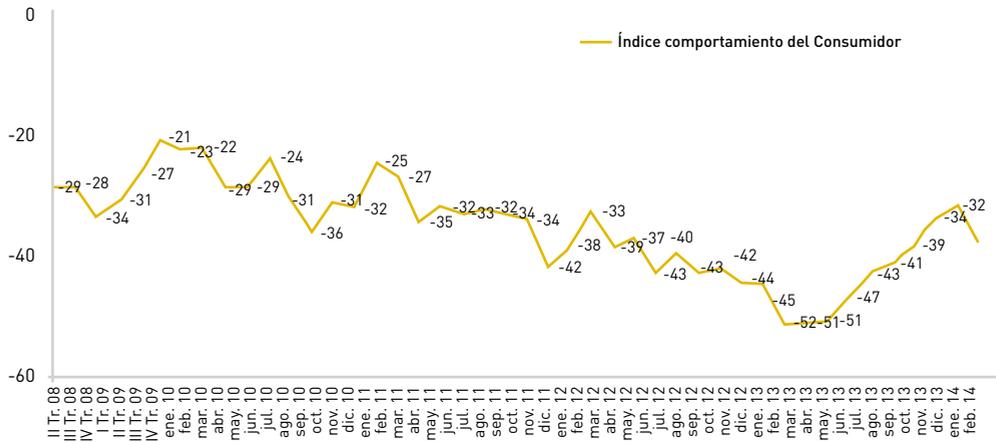
los consumidores ha precedido normalmente a su comportamiento económico. Sin embargo, la mejora registrada desde mediados de 2013 no se ha traducido aún en un repunte del consumo. Las incertidumbres que lastran la situación, básicamente la sensación de inestabilidad en el empleo, las dudas sobre la evolución del paro y el desgaste psicológico y económico de las familias, lo están impidiendo. La crisis provocó una reacción de control de los gastos de entretenimiento que afectó a actividades tales como salir de bares o restaurantes, ir al cine, teatro o espectáculos (**tabla 3**), provocando un repliegue del ocio al hogar, cuya manifestación más obvia es el incremento del tiempo destinado a ver televisión, especialmente durante 2012, aunque en 2013 se ha moderado algo este indicador (**gráfico 6**).

**Gráfico 4 / Evolución del consumo minorista.**  
**Todos los productos menos vivienda y coches (2010=100)**



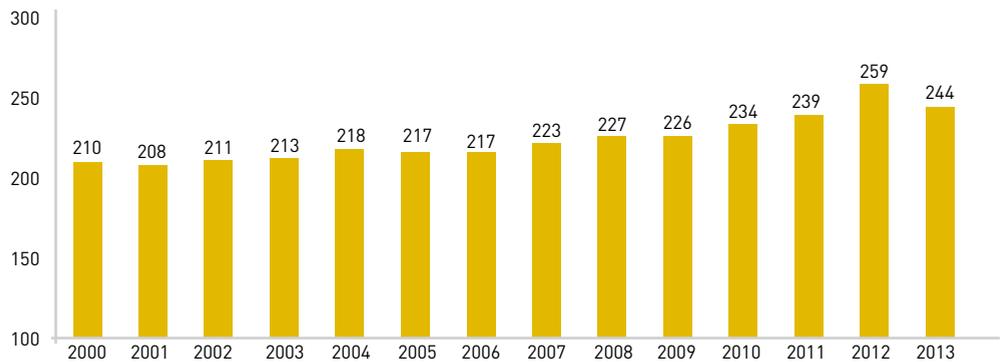
Fuente: *Perspectivas del Consumo*, Millward Brown.

**Gráfico 5 / Índice de confianza del consumidor (escala 100/-100)**



Fuente: *Perspectivas del consumo*, Milward Brown.

**Gráfico 6 / Consumo de televisión en España (minutos/día. Individuos mayores de 4 años)**



Fuente: Aegis Media. Sobre datos de Kantar Media.

Un rasgo característico de la relación de los españoles con el juego es que mantienen con él una relación muy racionalizada. Quienes juegan, le destinan una fracción de sus gastos de ocio, que ha ido reduciéndose desde 2010 hasta 2012, con un levisimo repunte en 2013. En todo momento destinan menos del 10%, llegando al 7,4% en 2012, para elevarse levemente en 2013 al 7,8%. Se mantiene la tónica de años anteriores porque quienes dedican una proporción mayor de sus gastos de ocio al juego son los hombres mayores de 45 años, mientras que las mujeres y los inmigrantes destinan significativamente menos (**tabla 4**).

**Tabla 3 / Evolución de la valoración del momento para hacer gastos en ocio (%)**

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

	2009			2010			
	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.
<b>Salir al cine o espectáculos</b>							
Muy o bastante bueno	27,5	29,7	27,2	25,4	27,2	22,1	28,6
Regular	35,2	37,7	36,7	38,9	34,9	39,3	34,4
Bastante o muy malo	32,7	29,4	33,1	33,3	36,2	37	34,7
NS/NC	4,7	3,2	3,0	2,4	1,7	1,6	2,3
<b>Ir a bares o restaurantes</b>							
Muy o bastante bueno	18,7	22,2	22,1	19,3	19,9	16,3	22
Regular	35,2	36,7	35,2	35	33,7	37,8	33
Bastante o muy malo	43,2	39,3	40,5	44,3	44,9	44,4	43,7
NS/NC	2,9	1,8	2,3	1,4	1,5	1,5	
<b>Diferencias de porcentajes entre las respuestas "muy o bastante bueno" y "muy o bastante malo"</b>							
Salir al cine o espectáculos	-5,2	0,3	-5,9	-7,9	-9	-14,9	-6,1
Ir a bares o restaurantes	-24,5	-17,1	-18,3	-25,1	-25	-28,1	-21,7

Fuente: *Perspectivas del Consumo*, Millward Brown.

**Tabla 4 / 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?"

	2010	2011	2012	2013
Casi todo	1,7	1,1	1,8	1,7
Más de la mitad	0,9	0,6	1,2	1,3
La mitad	1,9	3,1	1,4	1,4
Algo menos de la mitad	3,7	3,7	1,8	2,1
La cuarta parte	4,9	5,7	2,4	4,3
La décima parte	13,6	12,1	11,8	9,8
Casi nada	65,5	69,3	75,6	75,2
NS/NC	7,8	4,3	4,1	4,2
Media (% estimado)	9,2	8,8	7,4	7,8

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

Repetimos que estos datos muestran la muy racionalizada y fría relación de los españoles con el juego. En España casi todo el mundo juega, pero la relación con el juego está muy objetivada y dominada por usos sociales. La larga convivencia de los españoles con la lotería organizada por el Estado ha generado la convicción social de que jugando se pierde, aunque quepa mantener la ilusión ("por si toca"). Nadie cree que pueda resolver sus problemas económicos a través del

2011				2012				2013			
I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.	I Tr.	II Tr.	III Tr.	IV Tr.
23,9	19,7	18,8	17,5	17,4	23,6	6,8	13,2	12,0	10,7	16,2	16,6
38,9	38,8	41,6	40,0	38,0	31,6	24,4	32,0	34,7	37,4	34,9	31,5
35,7	38,9	37,8	40,3	44,0	43,6	66,0	54,0	51,8	49,6	46,9	50,2
1,5	2,5	2,0	2,3	0,6	1,2	2,8	0,8	1,7	2,6	2,5	1,8
18,4	14,0	19,8	14,1	14,6	23,2	10,0	14,4	11,5	8,6	12,2	15,3
34,5	35,9	34,4	36,9	34,2	30,0	21,6	32,4	37,6	42,8	41,4	35,9
46,0	48,5	45,2	48,0	50,8	46,0	64,8	52,4	49,8	47,1	45,4	48,2
1,1	1,7	0,8	0,9	0,4	0,8	3,6	0,8	1,1	1,5	1,0	0,6
-11,8	-19,2	-19,0	-22,8	-26,6	-20,0	-59,2	-40,8	-39,9	-38,9	-30,7	-33,6
-27,6	-34,5	-25,4	-33,9	-36,2	-22,8	-54,8	-38,0	-38,3	-38,5	-33,2	-32,9

juego, pero socialmente se asume que provoca ilusión jugar, más por la fruición que se siente que por un cálculo racional, lo que refleja la percepción de que se trata de un entretenimiento, basado en comprar un tiempo de disfrute. Al juego en España se le puede aplicar 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.

Sintetizando, en 2013, se ha reducido ligeramente el número de personas que juegan en relación con los años anteriores. Entre los jugadores se ha estabilizado la proporción de gasto de ocio destinado al juego, pasando de una estimación del 7,4% al 7,8%. En el juego, se está reproduciendo la contracción de los gastos, que se observa en el conjunto de consumos minoristas y es reflejo del fuerte control de las familias sobre los gastos de ocio y aficiones, de los que se puede prescindir. La segunda mitad de 2013 supuso un relajamiento de esta tensión.

El jugador, en tanto que es consumidor, es racional y, en consecuencia, la racionalidad de la incertidumbre económica se impone, 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 alcanzar 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.

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

Se mantuvieron en el cuestionario las preguntas que el INE incluye en su *Encuesta sobre Condiciones de Vida* destinadas a localizar hogares con problemas económicos, a través de indicadores como los retrasos en el pago de hipoteca, en el pago de compras de consumo o de las facturas de suministros domésticos. La idea de fondo consiste en averiguar si las personas afectadas por estos problemas recurren al juego como vía de escape o con la pretensión de resolver mediante un golpe de suerte sus problemas.

El 2,3% de los entrevistados viven en hogares que han tenido retrasos en el pago de hipotecas, el 2,6% en el pago de compras y el 3,7% en el pago de servicios domésticos. El recurso de estas personas al juego es ínfimo. Sólo la Lotería de Navidad, El Niño, Euromillones y los sorteos de la ONCE, tienen un atractivo para estas personas, obviamente, porque sueñan con un golpe de suerte. En el resto de los juegos, sólo en el bingo, participa un porcentaje mínimo de personas con problemas económicos; sin duda, en este caso, la motivación es la evasión más que la ilusión de conseguir un premio que le saque de problemas (**tabla 5**).

La conclusión es obvia: cuando hay problemas económicos, los españoles no juegan, todo lo más, tiantan la suerte en los grandes sorteos en los que un premio puede solucionar la vida o dar un pequeño respiro para salir del bache.

**Tabla 5 / Práctica de juego y dificultades económicas. Indicadores de retrasos en pagos fundamentales (% de jugadores entre quienes declaran retrasos de pago)**

	Problemas económicos		
	Retraso en hipoteca	Retraso en compras	Retraso en servicios
Total población	2,3	2,6	3,7
Total entre jugadores	1,8	2,6	3,9
Lotería Nacional	1,4	1,8	2,5
Lotería de Navidad	1,4	1,8	2,4
Euromillones, loterías primitivas	0,6	1,4	2,2
Lotería de El Niño	0,9	1,3	1,3
Bingo	0,7	1,3	1,2
Cupones de la ONCE	0,7	1,0	0,8
Ha ido a algún salón de juego	0,4	0,3	0,5
Sorteos semanales de lotería	0,3	0,3	0,5
Juegos de casino o ir a un casino	0,3	0,3	0,5
Máquinas tragamonedas de bares o cafeterías	0,3	0,3	0,4
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas	0,3	0,4	0,3
Cupones de organizaciones de discapacitados OID	0,3	0,2	0,3
Quinielas	0,3	0,2	0,2
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa	0,3	0,1	0,2
Juega al póquer en casinos	0,1	0,1	0,1

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 3. Sociología de los juegos

### 3.1. Metodología

Este capítulo se destina a describir los perfiles sociológicos de los jugadores de los distintos juegos de azar. Se han incluido nuevos juegos, desglosando las loterías de SELAE (Navidad, El Niño y los sorteos semanales) e integrando los cupones de la OID y los salones de juego. Para todos, se mantienen las preguntas generales sobre si el entrevistado ha participado durante el año en cada juego, formulada de manera sugerida, cuyos resultados se sintetizaron en la tabla 1. Adicionalmente, para cada juego o familia de juegos, se incluyeron tres preguntas: la frecuencia de juego; la última vez que jugó y la cantidad que apostó, con la que comenzó a jugar o el importe de los boletos adquiridos para el sorteo.

En el caso de aquellos juegos en los que en ediciones anteriores se ha observado la ocultación en las respuestas por una parte de los entrevistados, se elaboraron varias preguntas muy generales que permitieran al entrevistado rebajar la tensión de declarar inicialmente que participaba en ellos, haciéndolas más casuales (por ej.: si existían locales en su barrio o zona donde trabaja) o sociales (por ej.: si fue en alguna ocasión con amigos o conocidos).

La frecuencia de juego y la cantidad apostada la última vez que jugó se preguntó a todos los entrevistados que afirmaron haber jugado en el último año. En todos los juegos, se acotó a un año el periodo por el que se preguntaba si había participado, para precisar mejor el perfil sociológico de los jugadores y estimar el volumen de recursos que se mueven alrededor de cada juego. A partir de esta información, se trata de estimar en cada uno de los juegos la cantidad de jugadores en un “día-tipo” y la cantidad media empleada por cada uno.

Desde el punto de vista técnico, la metodología que se utiliza en este informe, se basa en los estudios de audiencia de medios impresos, que es una de las vertientes de investigación más asentadas, con metodologías consolidadas 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, que han tratado de corregirse técnicamente.

El procedimiento que se ha convertido en estándar en casi todos los países es el denominado “*Recent Reading*” o “Última Lectura”, utilizado desde 1947<sup>1</sup>, que es 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, en los que haya participado en un periodo amplio.
- Otra pregunta, sobre la frecuencia de lectura de la publicación, o del juego, sirve para detectar su hábito. 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 uno de los juegos ofertados.

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 grandes muestras por oleadas (sistema del EGM español, con 45.091 entrevistas anuales en 2013) o continuas (una cantidad fija de encuestas realizadas todos los días del año). Para realizar las preguntas suelen utilizarse cartones con los logos de los medios, que facilitan 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 facilitarían 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, ya que los entrevistados tienden a sobreestimar su hábito de lectura. Al contrario, el método de lectura más reciente, “*recent ready*”, es susceptible de ciertos sesgos<sup>3</sup> variables en cada medio, es decir, tiende a subestimar algunos y a sobrestimar otros, por la convergencia de diversos fenómenos observables en las encuestas. Uno es el “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. Otro, es el efecto de “prestigio”, que induce 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 sobre-representadas. Pero, este efecto, opera negativamente para algunas publicaciones, que quedan subestimadas en los resultados del trabajo de campo al ocultar algunos entrevistados su lectura y, en nuestro caso, sería el ocultar que se haya participado en determinados juegos. Obviamente, este efecto es una variante de la deseabilidad social que se manifiesta de diversas formas en las encuestas<sup>4</sup>. También, obviamente, se producen olvidos y errores de los entrevistados, sobre todo entre los lectores no habituales.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> LAMAS, Carlos (1999): *La medición de audiencias en Europa*, AIMC, Madrid.

Nuestro estudio muestra, como más adelante se verá, que hay sesgos en el recuerdo de haber participado en 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 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 los diferentes juegos.

En el IV Estudio, correspondiente a 2012, fue la primera vez –que conozcamos– que se utilizaba este procedimiento aplicado al juego. Se ha mantenido el criterio de reducir riesgos de imprecisión utilizando en paralelo los dos procedimientos descritos, “*recent gaming*” 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 o semanales, se basa en transformar la declaración en probabilidades de contacto con el juego, es decir:

*Prnj= Probabilidades de haber jugado en el cuestionario “n” el juego “j”*

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

*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	<i>Ayer</i>
0,33	<i>Hace dos o tres días</i>
0,15	<i>Hace una semana</i>
0,05	<i>Hace dos semanas</i>
0,03	<i>Hace tres semana o un mes</i>
0,02	<i>Hace entre uno y dos meses</i>
0,01	<i>Hace entre dos y seis meses.</i>

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.

En las cantidades declaradas, se comprobó el año pasado, que puede haber respuestas atípicas que desvíen las medias considerablemente. Estas respuestas se han sometido a “análisis exploratorio de datos”, de forma que se pudiera depurar datos atípicos o aberrantes, utilizando el procedimiento de “caja” de Tuckey, acotando la distribución a los datos comprendidos 1,5 veces el recorrido intercuartílico (Q3-Q1), a partir del cuartil mínimo (Q1, percentil 25) y del máximo (Q3, percentil 75), es decir, los límites inferior y superior que se definen como:

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

<sup>3</sup> LEVINE, Michele; MORGAN, Gary; GRANT, Peter (1997): “Pragmatic readership measures for the Future”, *Worldwide Readership Research Symposium*, Vancouver.

<sup>4</sup> 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.

## 3.2. Los juegos públicos

### 3.2.1. Lotería Nacional

Lotería Nacional es, en realidad, tres loterías superpuestas: a) Navidad, que supone alrededor del 50% de sus ventas; b) El Niño, alrededor del 15%; y c) los sorteos semanales el 35% restante<sup>5</sup>. En esta edición y, como novedad, se retrasó la fecha del trabajo de campo a enero de 2014, para recoger información precisa sobre los compradores de los sorteos de Navidad y El Niño, celebrados unas semanas antes de la encuesta.

En España, casi todo el mundo juega a la Lotería Nacional aunque, como muestra la **tabla 6**, se registra un paulatino descenso desde 2009. El dato de 2013, tal vez sobreestime este descenso, ya que se ha cambiado la redacción, puesto que, en vez de preguntar, en general, sobre si ha jugado a la Lotería Nacional, se ha preguntado de forma independiente por los sorteos de Navidad, El Niño y los semanales durante el último año. De todos modos, incluso con una leve tendencia a la baja, recuerda haber jugado a la Lotería Nacional el 72,7% de los residentes en España.

**Tabla 6 / Perfil sociológico de los jugadores a la Lotería Nacional (%)**

	Declaran haber jugado alguna vez				Último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Total	83,0	75,6	77,3	77,7	72,7
Hombres	83,5	74,2	75,7	79,1	71,6
Mujeres	82,5	77,0	78,8	76,3	73,9
De 18 a 24 años	49,3	50,4	53,3	46,2	33,7
De 25 a 34 años	85,4	74,1	75,8	76,1	60,3
De 35 a 44 años	90,3	80,8	80,6	83,3	82,5
De 45 a 54 años	93,6	82,1	85,4	84,4	84,3
De 55 a 64 años	90,2	84,6	80,7	85,4	83,9
De 65 a 75 años	81,5	75,9	83,2	85,4	75,0
Status alto	92,7	69,7	74,2	83,3	75,0
Status medio alto	83,1	78,0	81,5	72,0	81,1
Status medio medio	84,6	75,8	56,9	79,6	70,0
Status medio bajo	77,3	76,7	59,4	76,6	70,9
Status bajo	81,3	72,0	55,3	84,6	71,4
Cotidianos	94,0	85,7	78,1	94,6	85,5
Semanales	94,3	87,8	86,4	93,1	91,5
Esporádicos	89,4	88,4	86,4	84,6	84,2
Infrecuentes	90,4	88,0	88,6	90,7	90,7
No jugadores	35,3	24,4	20,9	23,0	7,8

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

<sup>5</sup> GÓMEZ YÁÑEZ, José Antonio (Dir.) (2013): *Anuario del juego en España 2012/13*, Instituto de Política y Gobernanza (UC3M) - esj, Madrid, págs. 51-78.

Dado este elevado porcentaje de participación, es natural que los perfiles de sus jugadores se confundan con los de la población en general. Se puede decir que la única variable que excluye participar en los sorteos de Lotería, especialmente el de Navidad, es la aversión al juego. En otras palabras, lo que diferencia a quienes juegan de quienes no lo hacen en el sorteo de Navidad es la idiosincrasia personal. Quienes juegan a la Lotería, les gusta participar en este juego de ilusión o se sienten presionados por el ambiente social que genera la Lotería de Navidad; únicamente los “no jugadores” se resisten: sólo el 7,8%, de quienes se consideran no jugadores, afirma haber jugado a alguna de las tres loterías citadas. La principal diferencia entre los compradores de Lotería y la población, es la variable generacional: más del 80% de los comprendidos entre 35 y 65 años juega a la Lotería, pero este porcentaje desciende al 60,3% entre los de 25 a 34 años y, al 33,7%, entre los de 18 y 24 años. Evidentemente esto revela una debilidad de la lotería para el futuro.

Los sorteos de Navidad, El Niño y los semanales se dirigen a públicos muy distintos (**tabla 7**). El de Navidad es casi universal, y se dirige a toda la población residente en España, inmigrantes incluidos, el 61,5% de ellos la juega. Sólo los no jugadores se sustraen a ella. En El Niño juega un 43% de la población de entre 18 y 75 años. En ambos participan, en igual medida, hombres y mujeres y también, ambos sorteos, comparten un déficit en la capacidad para atraer a jóvenes menores de 35 años. Por la cantidad de compradores, podría decirse, que son acontecimientos nacionales. Es posible que en España, sólo unas elecciones generales, impliquen a más ciudadanos que el sorteo de Navidad, y pocas cosas implican a más personas que El Niño.

Los sorteos semanales se orientan a un grupo de población determinada: son un producto de “nicho”. Participan más hombres que mujeres, de edades intermedias altas, mayores de 35 años, con ventas casi inapreciables entre los menores de 25 años. Apenas participan las personas de status social bajo o con problemas económicos. Tampoco participan, como jugadores habituales, los inmigrantes. Jugar en estos sorteos constituye un hábito: el 28% de sus jugadores participa todas las semanas y, un 11,8%, cada dos o tres semanas. Algo más de un tercio, el 34,4%, declara haber comprado un décimo en la última semana.

Tabla 7 / Perfil sociológico de los jugadores a la Lotería Nacional, según tipo de sorteo (%)

	Total	Navidad 2013	El Niño enero 2014	Sorteos semanales 2013	
				Alguna vez	Al menos una vez al mes
Total	72,7	71,1	43,0	14,1	7,9
Hombres	71,6	70,0	41,2	16,7	9,9
Mujeres	73,9	72,3	44,8	11,6	6,0
De 18 a 24 años	33,7	31,7	11,5	4,8	2,4
De 25 a 34 años	60,3	57,7	29,4	13,4	8,6
De 35 a 44 años	82,5	80,4	52,5	14,2	7,6
De 45 a 54 años	84,3	83,8	49,7	14,2	6,3
De 55 a 64 años	83,9	83,9	55,5	20,4	15,3
De 65 a 75 años	75,0	72,9	47,1	15,7	8,5
Status alto	75,0	73,8	41,3	12,5	9,4
Status medio alto	81,1	80,0	45,8	14,2	5,9
Status medio medio	70,0	67,8	42,8	14,3	7,7
Status medio bajo	70,9	69,7	42,2	15,5	10,0
Status bajo	71,4	71,4	39,3	3,6	3,6
Españoles	73,2	71,7	43,6	14,2	8,2
No españoles	63,5	61,5	26,9	13,5	3,4
Cotidianos	85,5	85,5	54,5	21,8	10,9
Semanales	91,5	88,8	65,6	33,0	21,3
Esporádicos	84,2	82,2	50,7	22,4	18,6
Infrecuentes	90,7	89,1	46,9	5,9	0,0
No jugadores	7,8	7,3	2,4	0,5	0,0
Retraso en el pago de la hipoteca	60,9	60,9	39,1	13,0	13,0
Retraso en el pago de compras	69,2	69,2	50,0	11,5	5,8
Retraso en el pago de suministros hogar	67,6	64,8	35,1	13,5	6,8
<b>Base: Juegan a los sorteos semanales</b>					
Frecuencia de juego:					
- Todas las semanas				28,0	
- Cada dos o tres semanas				11,8	
- Cada mes				16,2	
- Alguna vez al año				33,8	
- Casi nunca				10,3	
Última vez que jugó:					
- En la última semana				34,4	
- Hace dos semanas				11,5	
- Hace dos tres semanas o un mes				11,5	
- Hace entre uno y dos meses				18,0	
- Hace entre dos y seis meses				8,2	
- Hace más de seis meses				14,8	
- No juega casi nunca				1,6	
Media acotada				20,51	
<b>Estimación volumen de juego anual (mill. euros)</b>					
Estimación según frecuencia de juego				2,044	
Recaudación en los sorteos semanales de Lotería Nacional (1)				1,875	

(1) Memoria de SELAE, 2012.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 3.2.2. Lotería de Navidad

Es el sorteo más grande del mundo, por el volumen de dinero que mueve pero también lo es, por la cantidad de jugadores y por la proporción de la población que moviliza<sup>6</sup>. El 71,1% de los residentes en España, entre 18 y 75 años, jugó en su edición de 2013, es decir, tomando como referencia los 34.793.439 residentes en España entre esas edades, el total de jugadores ascendió a 24.735.000 aproximadamente.

Retomando los datos de la tabla 8, los jugadores sobrepasaron el 80% entre los comprendidos entre 35 y 64 años. Incluso se juega, entre el 60% y el 70%, en los hogares con problemas económicos para afrontar pagos en hipoteca, créditos al consumo o suministros domésticos. Únicamente entre el 20,4% de la población, que se declara no jugadora, hay resistencia a participar en este sorteo.

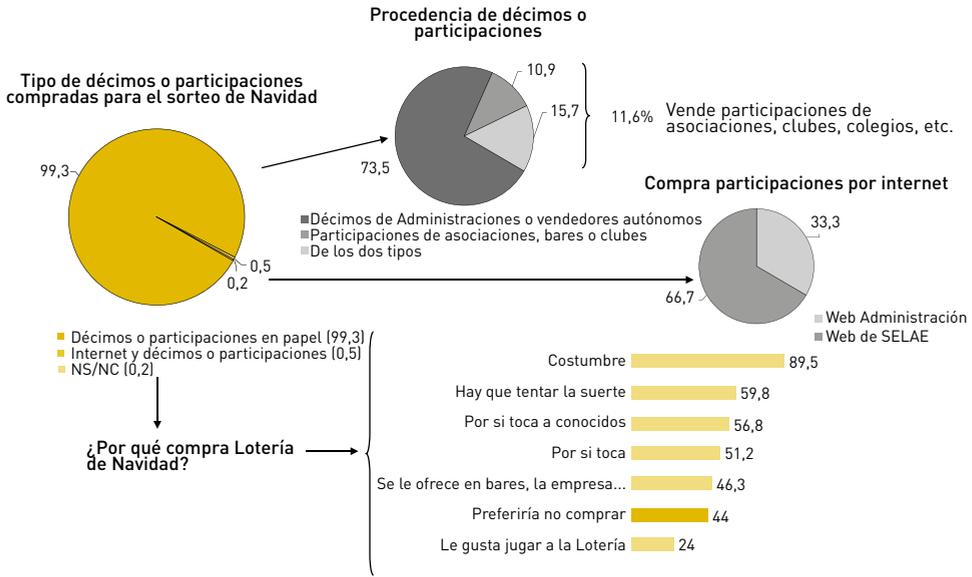
Es un acontecimiento social ante el que es difícil resistirse en España. En torno a él, se desencadena una fuerte presión social, en la que se combina la costumbre, la tradición, el intercambio social, la presión de las asociaciones y clubes que han hecho de la venta de participaciones en él una parte relevante de su financiación que encargan a sus miembros y, por qué no decirlo, la envidia, el riesgo de que les toque a otros, especialmente si son conocidos. Es uno de esos acontecimientos ante los que señalaba Tierno Galván<sup>7</sup> que la indiferencia indica incompreensión, pues de comprenderlo no se puede permanecer indiferente: suscita pasión o aversión. De hecho, los únicos que se excluyen del acontecimiento son los “no jugadores”. Basta ver los programas informativos en prensa y televisión, del 22 y 23 de diciembre, alrededor de los ganadores y el volumen de juego y premios, para captar la dimensión de acontecimiento nacional que tiene este sorteo, muy por encima de la rentabilidad de sus premios.

Casi todos los jugadores participan con décimos o participaciones en papel (99,3%); sólo una minoría declara comprar por Internet y, en este caso, dos tercios en la web de SELAE y, otro tercio, en las webs de administraciones, las más conocidas por su fortuna (**gráfico 7**). El 73,5%, juega con décimos comprados a administraciones o a vendedores ambulantes. La cuarta parte restante, se divide entre quienes sólo juegan participaciones de asociaciones, colegios, clubs, etc. (10,9%), y quienes llevan de los dos tipos, décimos y participaciones (15,7%). Quienes más juegan con participaciones son las mujeres (28,1%), los jóvenes de 18 a 25 años (38,5%), y la generación de sus padres, de 35 a 54 años (30,9%), lo que refleja el peso de los colegios y clubs deportivos, que cuentan con las comisiones que dejan las ventas como una fuente de ingresos para financiar su actividad. Los jugadores de hogares con problemas económicos eluden estas participaciones y juegan, casi exclusivamente, décimos oficiales, es decir, hay un cierto criterio de economía entre ellos al participar en el sorteo.

<sup>6</sup> LAFAILLE, Jean-Marc; SIMONIS, Guy (2012): *El juego diseccionado*, Instituto de Política y Gobernanza (UC3M)-esj, Madrid, pág. 51.

<sup>7</sup> TIERNO GALVÁN, E. (1987): *Desde el espectáculo a la trivialización*, Tecnos, Madrid, págs. 47 y ss.

**Gráfico 7 / Lotería de Navidad. Compra de participaciones y actitudes (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V, 2014*, Instituto de Política y Gobernanza.

Repetimos, se juega en Navidad por costumbre (el 89,5%), por presión social y por una especie de envidia preventiva: “no vaya a ser, que les toque a otros”. Esto se impone a la renuencia a jugar; un 44% de los jugadores afirma que preferiría no jugar para no perder y, un 40,2%, está en desacuerdo con que haya grandes premios que merezcan la pena. Quienes más atraídos se sienten por la cuantía del premio son los inmigrantes (el 84,6%, está de acuerdo con la idea de que merece la pena tentar la suerte por la cuantía de los premios) y, también, entre quienes tienen problemas para pagar la hipoteca (77,9%).

La presión social opera en combinación con la envidia “preventiva”. Casi la mitad (46,3%), afirma que juega porque se le ofrecen en bares, comercios, en la empresa, etc. Se trata de una motivación de quienes tienen más vida social o laboral, los menores de 55 años. Algo más de la mitad (51,2%), declara comprar esta lotería por si acaso toca, especialmente las mujeres (54,9%), los menores de 35 años (58,4%), los jugadores habituales (61,8%) y quienes tienen problemas con la hipoteca (66,7%). Cuando se añade la idea de que pueda tocar a sus conocidos pero no al entrevistado, el 56,8% se reconoce en este motivo, que afecta sobre todo a las generaciones jóvenes intermedias, de 25 a 44 años (65,5%), los de status alto (60,9%) y medio alto (58,4%), los inmigrantes (65,4%), quienes tienen problemas con la hipoteca (77,8%) y, llamativamente, los “no jugadores” que juegan (69,2%). Entre estos últimos, está claro que éste es el resorte que desactiva su reticencia.

Frente a estas motivaciones, sólo el 24% de los jugadores en 2013 afirma que jugó porque le gusta jugar a la lotería. Se trata, sobre todo, de jugadores “cotidianos”, que juegan todos los días o varias veces a la semana (41,2%) o semanales (34,6%) y de jugadores habituales de Lotería semanal.

Otra forma de implicación en este sorteo es la venta de participaciones. El 11,6% de los compradores lo hizo, lo que equivale al 8,2% de la población comprendida entre 18 y 75 años. Son más de 2.850.000 los “vendedores voluntarios” o “involuntarios”, destacando los comprendidos entre 35 y 44 años (16,6%). Otra vez, se trasluce el peso de los colegios y asociaciones en las que estén implicados los hijos y los propios entrevistados.

Sintetizando, sólo quedan fuera del sorteo de Navidad los no jugadores capaces de resistir el riesgo de que les toque a sus conocidos y los que, con frialdad, se sustraen al clima de presión social que se desencadena. Ambos colectivos suman algo menos del 30% de la población.

En este sorteo se produce una subestimación de las cantidades jugadas (**tabla 8**). La media jugada por residente en España, entre 18 y 75 años, fue de 95,5 € en la Navidad de 2013 (aunque probablemente, fue algo menor por las compras de mayores y menores de estos límites). La cantidad media recordada fue casi exactamente un 30% menor que la oficial (SELAE): 66,6 € (**gráfico 8**). El perfil de las respuestas es consistente con lo que cabe pensar que sean las cantidades jugadas: declaran jugar algo más los hombres (71€) que las mujeres (62,6 €), las cantidades crecen en paralelo a la edad desde los 18 a 25 años (33,9 €) hasta los 55 a 64 (89,7 €), para descender después. Están correlacionadas con el status social: desde 79,4 €, entre quienes se pueden situar en el status alto, hasta los 45,3 € en el status bajo. También según los tipos de jugadores es coherente: desde 85€ los jugadores cotidianos (que juegan todos los días o varias veces a la semana), hasta los 34,2 € de los no jugadores que compraron algún décimo, con una leve irregularidad entre quienes se consideran jugadores esporádicos o infrecuentes. En las personas residentes en hogares con problemas económicos, las cantidades que declaran jugar en este sorteo son muy inferiores a la media, en torno a 50 €. Estas cantidades deben multiplicarse por 1,30, para ajustarlas a la realidad. Como suele suceder en este tipo de temas en los que se detectan respuestas sesgadas en las encuestas, la duda es si se trata de ocultación deliberada o de un olvido. Dado el carácter de acontecimiento social del sorteo de Navidad, no parece probable una subestimación voluntaria, sino que cabe pensar más bien en un deseo de no echar demasiadas cuentas de lo que realmente se gasta, o se intercambia, en las sucesivas compras aquí y allá de participaciones. Seguramente, hay algo de despiste involuntario y de voluntaria ignorancia, para evitar el disgusto de comprobar que la ilusión es lo principal de El Gordo. Todo el mundo sabe que lo más probable es “que no toque”; por tanto, más vale no ser demasiado consciente de la irracionalidad de un comportamiento que conduce a comprar, cediendo a la presión social.

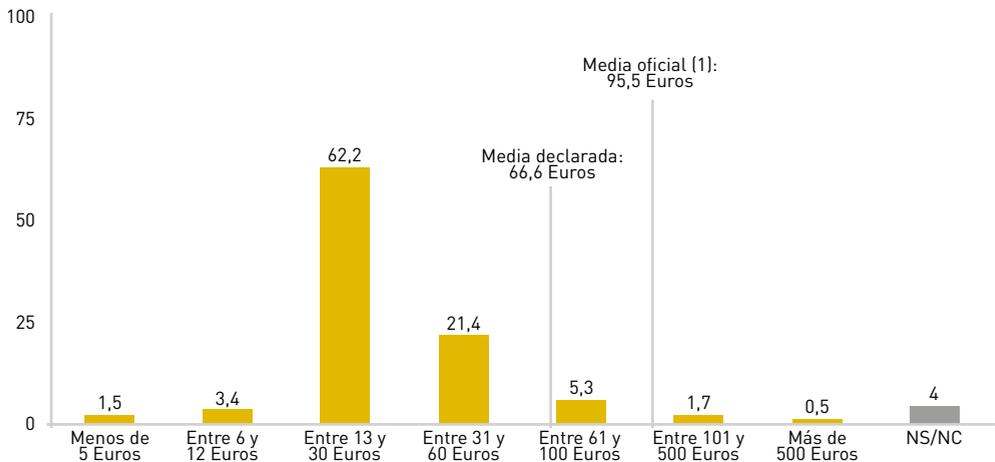
**Tabla 8 / Cantidades jugadas (declaradas) a la Lotería Nacional (Media en euros)**

	<b>Navidad 2013</b>	<b>El Niño Enero 2014</b>	<b>Semanales 2013</b>
Total	66,6	33,8	11,6
Hombres	71,0	38,0	15,0
Mujeres	62,6	30,1	7,3
De 18 a 24 años	33,9	20,7	1,0
De 25 a 34 años	46,7	32,4	5,5
De 35 a 44 años	61,1	35,5	14,5
De 45 a 54 años	72,7	28,5	17,5
De 55 a 64 años	89,7	32,2	7,7
De 65 a 75 años	70,9	42,9	9,7
Status alto	79,4	26,4	3,0
Status medio alto	72,3	38,0	15,4
Status medio medio	69,3	33,7	13,0
Status medio bajo	56,1	32,9	6,4
Status bajo	45,3	31,9	10,0
Españoles	67,7	34,1	11,2
No españoles	44,7	25,5	23,0
Cotidianos	85,0	34,1	4,5
Semanales	72,8	39,3	17,3
Esporádicos	57,8	32,4	6,4
Infrecuentes	65,7	30,9	8,8
No jugadores	34,2	16,3	0,0
Retraso en el pago de la hipoteca	48,3	21,4	5,5
Retraso en el pago de compras	51,4	41,7	6,0
Retraso en el pago de suministros hogar	41,2	25,0	7,8
Cantidades jugadas en el último sorteo en que jugó (Euros)			
- De 1 a 5 Euros	1,2	1,5	31,4
- De 6 a 12 Euros	2,5	3,4	49,0
- De 13 a 30 Euros	32,0	62,2	9,8
- De 61 a 100 Euros	34,2	21,4	7,8
- Más de 100 Euros	15,3	7,5	2,0
- NS/NC	12,6	4,0	
- Media (Euros)	66,6	33,8	11,6
- Media realmente jugada (Euros) (*)	95,5	46,8	7,5

(\*) Media estimada por jugador en cada sorteo semanal.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### Gráfico 8 / Cantidades jugadas (declaradas) en el sorteo de Navidad (%)



(1) SELAE, Memoria 2012. Estimada sobre la población comprendida entre 18 y 75 años: 23.275.801 individuos.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

#### 3.2.3. Lotería de El Niño

En el sorteo de El Niño de 2014 participó el 43% de los residentes en España entre 18 y 75 años, lo que equivale a casi 15.000.000 de individuos. Su perfil sociológico comparte, amortiguadas, casi todas las características del de Navidad. Juega algo menos de la mitad de los integrantes de todos los segmentos sociodemográficos convencionales, excepto lo no jugadores. También, entre los inmigrantes, la participación es más reducida (26,9%), así como entre los menores de 35 años (el 11,5% de los comprendidos entre 18 y 24 años y, el 29,4%, entre 25 y 34 años).

Las cantidades que se declara jugar por individuo se sitúan a medio camino entre los sorteos semanales y el de Navidad. La media son 33,8 €/persona. Sin embargo, la media realmente jugada es de 46,8 €, es decir, existe también una subestimación de casi un tercio, como sucedía en el sorteo navideño, probablemente por las mismas razones. Hay una sensible diferencia entre las cantidades que se declara jugar en ambos sorteos. Mientras, en el de Navidad, los dos tercios de los compradores declaran haber comprado entre 13 y 100 €, en El Niño, los dos tercios compran entre 13 y 30 € (**tabla 8**).

### 3.2.4. Sorteos semanales de la Lotería Nacional

Se dirigen a un nicho de población, estimable entre el 14,1%, que declara haber jugado alguna vez y, un más restringido 7,9%, que declara haberlo hecho en el último mes. Es decir, oscila entre 4,9 y 2,7 millones de compradores. Su perfil está bastante más definido que en los dos grandes sorteos: hombres, en proporción algo superior al 60%, de edades intermedias altas, con fuerte presencia del segmento de 55 a 64 años. Son jugadores regulares: cotidianos, semanales o esporádicos (los que juegan una vez o dos al mes), ya que obviamente la lotería semanal requiere afición y constancia en la apuesta. Casi el 40% juega todas las semanas o cada dos o tres semanas y, algo más de un tercio (34,4%), compró lotería en la última semana. La mera enunciación de este perfil indica que su público tiene debilidades de cara al futuro. Los sorteos semanales necesitarán rejuvenecerse para conseguir mantener sus volúmenes de ventas (**tabla 7**).

La cantidad media que se declara jugar en estos sorteos es de 11,6 €; los hombres duplican la cantidad que declaran jugar las mujeres (15 € y 7,3 €, respectivamente). Las cantidades más altas la declaran los de 35 a 54 años, de status medio y medio alto, sobre todo jugadores semanales (17,3 €), es decir, posiblemente, los jugadores regulares de estos sorteos. Las escasísimas personas con problemas económicos que juegan arriesgan muy poco, tan sólo algo más de 5 € cuando juegan. El 80% de las compras de décimos está por debajo de los 12 € (**tabla 8**).

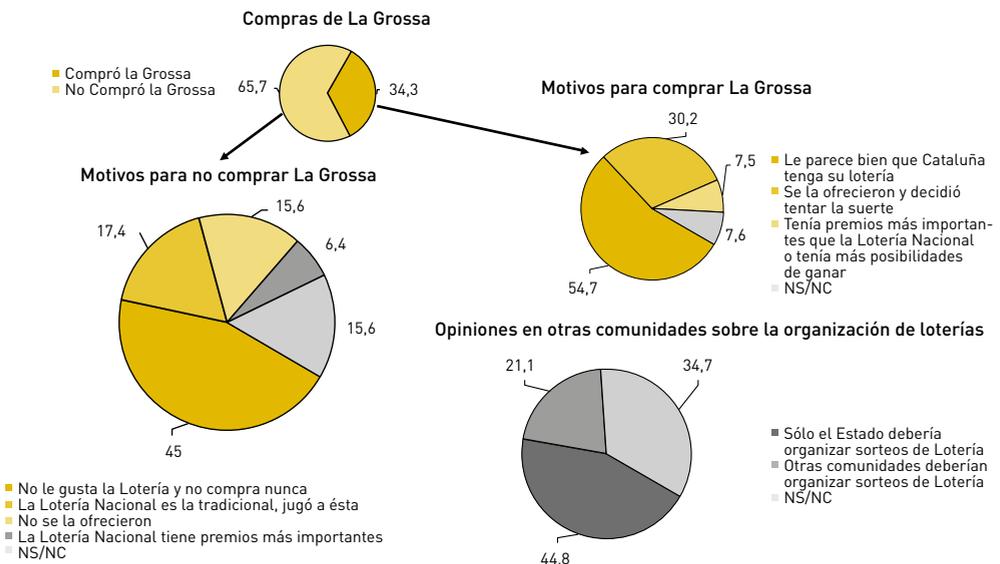
### 3.2.5. La Grossa de Cataluña

El 34,3% de los residentes en Cataluña participó en La Grossa del 31 de diciembre de 2013 (inicio de este sorteo), lo que suma 1.840.000 individuos. La cantidad media que se declara haber apostado es de 18,1 €. Al contrario que en las loterías de SELAE, en La Grossa domina el entusiasmo de los entrevistados, tomando como referencia los jugadores declarados la media jugada por cada uno es de 13,74 €, es decir, un 24,1% menos que la que se declara, tomando como referencia 25,28 millones de euros de ventas, que se haya producido este sesgo es coherente con las motivaciones que impulsan las compras de La Grossa.

Lo más relevante son los motivos para participar. Entre los compradores, la mayoría parece que participó impulsado por un sentimiento de afirmación identitaria, el 54,7%, porque le parece bien que Cataluña tenga su propia lotería. Algo menos de un tercio, participó por si acaso tocaba, motivo muy característico para comprar este tipo de grandes loterías (30,2%). Los motivos para no participar tienen algo de simétrico, como suele suceder en estos casos, ya sea por distanciamiento con la lotería como juego, por apego a la lotería tradicional o por discrepancia con la visión identitaria que se le asigna. El 45% de los no compradores declara que no le gusta la lotería o no juega a ella. Esta fracción viene a representar un 29,6% de la población catalana, un porcentaje bastante mayor que el de no jugadores, lo que sugiere que en esta respuesta se han “encerrado” otros motivos. El 17,4%, respondió que lo tradicional es la Lotería de Navidad y jugó a ella y, un 15,6% que, simplemente, no se la ofrecieron. Además, un 6,4%, consideró que la Lotería Nacional tiene premios más importantes (**gráfico 9**).

Desde el punto de vista de las variables sociodemográficas convencionales, en La Grossa participaron más mujeres que hombres (37,5% y 31,4%, respectivamente), aunque jugaron más cantida-

### Gráfico 9 / La Grossa. Compra de participaciones y actitudes [%]



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

des los hombres (22,8 € y 13,7 €, respectivamente). Se jugó más fuera del área metropolitana de Barcelona, aunque en ésta se jugaron cantidades más elevadas por jugador. En lo que se refiere a las demás variables, el perfil de los jugadores es similar al de los jugadores de Lotería Nacional: se juega, sobre todo, en las generaciones intermedias (entre 45 y 64 años), de todos los status sociales, aunque, en este caso, las compras fueron llamativamente inferiores a la media, entre quienes pueden clasificarse en el status social medio-bajo (19,4%). Apenas nadie con problemas económicos la compró y, las cantidades que jugaron, fueron sensiblemente inferiores a la media (**tabla 9**).

#### 3.2.6. Loterías Primitivas: Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto, Euromillones

Como en años anteriores, para evitar un cuestionario excesivamente sobrecargado, las loterías primitivas se agruparon en una pregunta, asumiendo la imprecisión, derivada de acumular los datos, pero se pensó que sería menor que la que se derivaría de las respuestas erróneas producidas por el cansancio de los entrevistados si se hubiera preguntado por cada primitiva (Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto y Euromillones). Además, se trata de juegos intercambiables, como muestra que su distribución geográfica sea muy similar, casi exacta<sup>8</sup>.

A diferencia de las ediciones anteriores, cuando se preguntó a los entrevistados si habían jugado alguna vez a estas loterías, en esta edición se ha restringido la pregunta al "último año". Esto produce una discontinuidad en los datos, como refleja la **tabla 10** pero, en cambio, la precisión de los datos parece ser mayor. El 35,1% recuerda haber jugado primitivas en el año. Estos jugadores representan más hombres (el 40,2%) que mujeres (29,9%), comprendidos

<sup>8</sup> GÓMEZ YÁÑEZ, José Antonio (Dir.) (2013): *op. cit.*, págs. 51-78.

**Tabla 9 / Perfil sociológico y cantidades jugadas (declaradas) a La Grossa**  
 (% residentes en Cataluña y media en euros)

	Residentes en Cataluña (%)	Cantidad jugada (Euros)
Total	34,3	18,1
Hombres	31,4	22,8
Mujeres	37,5	13,7
De 18 a 24 años	12,5	5,0
De 25 a 34 años	14,8	17,5
De 35 a 44 años	34,9	15,7
De 45 a 54 años	55,9	12,6
De 55 a 64 años	43,5	21,4
De 65 a 75 años	30,4	36,4
Status alto	45,5	12,6
Status medio alto	41,9	18,1
Status medio medio	36,8	20,2
Status medio bajo	19,4	5,3
Status bajo	0,0	0,0
Españoles	35,8	17,9
No españoles	20,0	20,0
Barcelona Area Metropolitana	32,5	22,5
Resto de Cataluña	41,9	14,8
Cotidianos	40,0	7,5
Semanales	47,1	23,6
Esporádicos	38,1	7,3
Infrecuentes	48,3	18,3
No jugadores	4,3	30,0
Retraso en el pago de la hipoteca	40,0	15,0
Retraso en el pago de compras	33,3	5,0
Retraso en el pago de suministros hogar	50,0	7,5
Cantidades jugadas en el último sorteo en que jugó (Euros)		
- De 1 a 5 Euros		32,1
- De 6 a 12 Euros		22,6
- De 13 a 30 Euros		26,4
- De 61 a 100 Euros		15,1
- Más de 100 Euros		1,9
- NS/NC		1,9
- Media declarada (Euros)		18,1
- Media realmente jugada (Euros)		13,7

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Tabla 10 / Perfil sociológico de los jugadores a las loterías primitivas  
(Primitiva, BonoLoto, El Gordo de la Primitiva, Euromillones) (%)**

	Declaran haber jugado alguna vez				Último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Total	61,3	55,1	56,6	53,6	35,1
Hombres	65,9	58,3	60,5	56,5	40,2
Mujeres	56,7	52,0	52,9	50,7	29,9
De 18 a 24 años	44,1	42,1	36,1	33,1	13,5
De 25 a 34 años	67,1	63,4	61,0	54,5	32,5
De 35 a 44 años	72,3	61,5	67,5	64,3	43,3
De 45 a 54 años	67,4	58,4	64,3	60,0	36,5
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	32,9
Status alto	74,4	53,5	51,6	55,0	36,3
Status medio alto	60,1	59,7	56,9	55,5	36,8
Status medio medio	64,5	58,3	59,4	54,7	34,6
Status medio bajo	54,2	49,6	55,3	51,4	33,5
Status bajo	46,9	40,0	36,4	42,3	42,9
Cotidianos	85,1	77,6	81,3	89,2	80,0
Semanales	85,4	84,3	88,2	87,5	76,3
Esporádicos	78,0	73,8	66,7	75,4	57,9
Infrecuentes	50,4	40,9	44,8	38,0	13,6
No jugadores	17,3	13,0	12,8	10,7	0,5
<b>Frecuencia de juego</b>					
Todos los días				0,4	0,9
Varias veces semana				3,3	11,9
Todas las semanas				38,5	50,5
Cada dos o tres semanas				4,3	9,2
Una vez al mes				16,7	12,8
Alguna vez al año				25,3	13,8
Nunca				10,8	0,9
<b>Última vez que compró loterías primitivas (Base: compran alguna vez al año)</b>					
Ayer				10,4	13,9
Hace dos o tres días				14,3	25,0
Hace una semana				28,6	29,6
Hace dos semanas				5,8	9,3
Entre tres semanas y un mes				7,0	4,6
Entre uno y dos meses				8,7	9,3
Entre dos y seis meses				7,3	3,7
Más de seis meses				16,5	4,6
Nunca compra				1,2	0,0
<b>Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a loterías primitivas "un día tipo"</b>					
Estimación según "frecuencia de juego ponderada" (%)				5,9	6,5
Estimación según "última vez que jugó" (%)				5,0	4,8
Estimación según "frecuencia de juego" (miles indiv)				2.068	2.269
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				1.741	1.682
<b>Cantidades jugadas la última vez echó un boleto (%)</b>					
- De 1 a 5 Euros					70,9
- De 6 a 12 Euros					21,8
- De 13 a 30 Euros					4,4
- NS/NC					2,9
<b>Cantidad media comprada la última vez (Euros)</b>					
Media aritmética (2013)					4,61
Media acotada (2012)				6,07	
<b>Estimación volumen de juego anual (mill.Euros)</b>					
Estimación según "frecuencia de juego"				4.519	3.765
Estimación según "última vez que jugó"				3.804	2.792
Recaudación oficial de las Loterías Primitivas (*)				3.858	3.858

(\*) Memorias Anuales SELAE 2011 y 2012. Datos de 2012, último disponible.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

entre 35 y 64 años, generaciones en las que juegan más del 40%. Sin embargo, antes de los 35 y después de los 65, la proporción de jugadores es sensiblemente menor que la media. En las primitivas no hay diferencias llamativas por status social. Son juegos practicados sobre todo por jugadores habituales, que juegan todos los días o casi todos. Casi los dos tercios (63,3%) de quienes jugaron, declaran jugar todas las semanas y, el 68,5%, declaró que jugó, por última vez, hace una semana o menos. Son juegos que crean hábito, basado en la tentación de lograr grandes premios a muy bajo precio. Algo llamativo de las primitivas, seguramente de Euromillones, es la elevada práctica entre personas de hogares que tienen problemas económicos, ya que opera la expectativa de obtener grandes premios con muy poca inversión. Su atractivo es que su coste es reducidísimo: el 70,9% de los jugadores apostó entre 1 y 5 €, a cambio de inmensas ilusiones.

Entre 2012 y 2013, se ha producido una reducción en la cantidad jugada. Si en 2012, los que jugaron la última vez los últimos seis meses apostaron 6,07 € de media, en 2013 apostaron 4,61 €, implicando, obviamente, una sensible reducción en las ventas estimadas del conjunto de loterías primitivas. Aún no están disponibles los datos de ventas de 2013, pero tomando como referencia las del año anterior, los datos recogidos en la encuesta parecen precisos, ya que la estimación de las ventas se aproxima bastante a las que pueden haberse producido realmente.

### 3.2.7. Cupones y “rascas” de la ONCE

Como en las loterías primitivas, en el caso de la ONCE, la pregunta para detectar a sus jugadores se ha acotado al último año, lo que ha producido discontinuidad en los datos que se observan en la **tabla 11**, entre 2013 y los años anteriores. También, como en el caso anterior, pensamos que los datos son más precisos, tanto para perfilar a los compradores de la ONCE como sus comportamientos.

En enero de 2014, el 23,7% de los entrevistados, recordaba haber comprado cupones y “rascas” de la ONCE durante 2013. Sigue detectándose una tendencia al envejecimiento de los clientes. El recuerdo de haber comprado cupones es muy bajo entre los menores de 25 años (12,5%) y de 25 a 35 (16,5%), y tampoco es elevado entre los 35 y 44 (25,8%). Sólo, entre los comprendidos entre 45 y 64 años, roza el 30%. Como sucede con las primitivas, los porcentajes de compra en los hogares con problemas económicos son elevados, incluso algo superiores a la media de la población; es obvio, que el bajo precio de los cupones y sus elevados premios, animan a mantener la ilusión de que un golpe de suerte alivie los problemas.

El 36,1% de los compradores de cupones y “rascas”, los adquiere todas las semanas y, el 43,3%, declara haberlo hecho, por última vez, hace una semana o menos. Es decir, se apoyan en una base muy fiel, sobre la que gravita un segundo círculo de compradores irregulares: el 50,9%, recuerda comprarlos una vez al mes o con menor frecuencia y, casi un tercio (32,6%), los compró por última vez hace más de un mes.

La estimación del número de jugadores diarios es muy similar a la del año pasado, algo más de un millón, independientemente del procedimiento de estimación que se utilice. La cantidad media

**Tabla 11 / Perfil sociológico de los jugadores a cupones y “rascas” de la ONCE  
(Cupón diario, Cuponazo, Supercupón fin de semana, Extraordinarios)**

	Declaran haber jugado alguna vez				En el último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Total	60,8	54,6	57,4	44,7	23,7
Hombres	59,3	51,6	54,5	47,1	21,6
Mujeres	62,3	57,5	60,1	42,3	25,9
De 18 a 24 años	32,4	34,6	35,2	26,9	12,5
De 25 a 34 años	59,8	52,8	55,0	35,7	16,5
De 35 a 44 años	67,0	62,0	62,6	51,0	25,8
De 45 a 54 años	70,9	59,5	69,0	54,4	30,5
De 55 a 64 años	65,9	59,3	57,2	50,0	29,2
De 65 a 75 años	63,7	53,7	59,2	48,0	23,6
Status alto	62,2	50,5	54,8	45,0	27,5
Status medio alto	64,0	57,0	61,5	37,4	24,7
Status medio medio	62,5	53,4	54,9	47,8	22,5
Status medio bajo	54,6	27,1	61,7	45,4	23,9
Status bajo	65,6	30,0	27,3	34,6	25,0
Cotidianos	76,1	79,6	65,6	75,7	52,7
Semanales	69,4	68,9	73,5	58,5	41,5
Esporádicos	74,5	66,5	72,8	63,4	40,8
Infrecuentes	62,0	57,1	53,6	40,5	14,7
No jugadores	23,7	13,0	18,9	10,7	0,5
Retraso en el pago de la hipoteca					30,4
Retraso en el pago de compras					38,5
Retraso en el pago de suministros hogar					21,6
<b>Frecuencia de juego</b>					
Todos los días			1,0		3,4
Varias veces semana			3,1		6,8
Todas las semanas			14,7		25,9
Cada dos o tres semanas			7,5		8,8
Una vez al mes			16,1		20,4
Alguna vez al año			38,1		30,6
Nunca			19,5		4,1
<b>Última vez que compró cupones y “rascas” de la ONCE (Base: compran alguna vez al año)</b>					
Ayer			5,4		9,2
Hace dos o tres días			9,6		12,1
Hace una semana			18,3		22,0
Hace dos semanas			4,5		12,1
Entre tres semanas y un mes			9,3		12,1
Entre uno y dos meses			12,0		10,6
Entre dos y seis meses			10,2		14,9
Más de seis meses			27,8		7,1
Nunca compra			3,0		0
<b>Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a cupones y “rascas” de la ONCE “ayer”</b>					
Estimación según “frecuencia de juego” (%)			3,2		0
Estimación según “última vez que jugó” (%)			4,4		0
<b>Estimación según “frecuencia de juego” (miles indiv)</b>					
			1.135		0
<b>Estimación según “última vez que jugó” (miles de indiv)</b>					
			1.532		0
<b>Cantidades jugadas la última vez que compró cupones y “rascas” de la ONCE</b>					
- De 1 a 5 Euros					82,40
- De 6 a 12 Euros					12,20
- De 13 a 30 Euros					0,80
- NS/NC					4,60
<b>Cantidad media comprada la última vez (Euros)</b>					
Media acotada			3,44		3,16
<b>Estimación volumen de juego anual (mill. Euros)</b>					
Estimación según frecuencia de juego			1.406		1.245
Estimación según “última vez que jugó”			1.897		1.525
Ventas de distintos tipos de cupones (*)			1.914		1.914(**)

(\*) Memoria Anual de la ONCE y su Fundación, 2012. (\*\*) Último dato disponible 2012.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

invertida en la compra de cupones se ha reducido levemente, pasando de 3,44 € a 3,16 €. El resultado es que se puede estimar que las ventas de cupones ha pasado de los 1.914 millones del año 2012, a algo más de 1.500, utilizando como referente un sistema de estimación más preciso que el del pasado año. Cabe pensar que, al igual que entonces, se haya producido una leve subestimación de las ventas, derivada de la imprecisión del cuestionario, al preguntar, genéricamente, por los distintos productos de la ONCE.

### 3.2.8. Quiniela

También, como en los juegos anteriores, la pregunta para localizar a los jugadores de Quiniela se acotó al último año, presentando la tabla 12 una discontinuidad por el cambio de pregunta. Igualmente, pensamos que los datos son más precisos, tanto en lo que se refiere al perfil de los jugadores como a sus hábitos. El 7,5% de los entrevistados, recordó haber hecho alguna Quiniela durante 2013, lo que equivale a unos 2,5 millones de individuos.

Los aficionados a la Quiniela son, sociológicamente, un grupo homogéneo. Hombres en su gran mayoría: el 11,6% ha jugado, frente al 3,4% de las mujeres, lo que equivale a que más de las tres cuartas partes son hombres (77,3%), cuya afición está fuertemente asociada a la edad, descendiendo desde el 11,5% entre los menores de 25 años, hasta el 3,6% entre los mayores de 65. De status social medios o altos y, obviamente, aficionados al fútbol.

La inmensa mayoría juega todas las semanas (78,1%) y, el 46,1%, jugó la semana pasada por última vez. El cambio metodológico reseñado, ha permitido detectar la fuerte regularidad de este juego, al excluir a los que participan en la Quiniela esporádicamente.

La cantidad media apostada la última vez que participó cada jugador, se elevó un poco en relación con 2012, desde 2,62 € a 3,35 €, aunque el número de jugadores cada semana disminuyó. A partir de los datos anteriores, se puede estimar –relativamente– un sensible descenso de las ventas de la Quiniela en 2013, continuando la tendencia iniciada ya hace unos años. El pasado año, los procedimientos de estimación que se reflejan en la tabla 12, subestimaban algo las ventas anuales, posiblemente en 2013 también ocurre, por tanto, los 317 millones de € que se estiman, puede que hayan sido ligeramente sobrepasados, pero no demasiado.

Tabla 12 / Perfil sociológico de los jugadores de La Quiniela (%)

	Declaran haber jugado alguna vez				Último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Total	46,0	34,8	35,4	28,9	7,5
Hombres	58,7	43,8	46,7	39,6	11,6
Mujeres	33,5	26	24,7	18,1	3,4
De 18 a 24 años	43,4	37,6	41,8	31,5	11,5
De 25 a 34 años	51,1	41,7	37,7	35,2	9,3
De 35 a 44 años	50,5	37,5	39,8	35,7	8,3
De 45 a 54 años	47,1	28,3	31,6	25,0	7,1
De 55 a 64 años	39,4	29,6	32,0	18,1	5,1
De 65 a 75 años	38,5	30,6	26,4	22,0	3,6
Status alto	48,8	42,4	37,6	25,0	6,3
Status medio alto	52,2	37,1	37,9	27,5	12,1
Status medio medio	47,1	36,8	38,3	32,2	7,3
Status medio bajo	42,3	27,1	30,3	26,2	5,2
Status bajo	18,8	30	9,1	19,2	3,6
Cotidianos	71,6	51	43,8	54,1	14,5
Semanales	55,5	43,4	52,6	41,1	14,3
Esporádicos	58,2	51,8	37,7	38,3	15,8
Infrecuentes	43,1	30,8	30,1	25,5	3,2
No jugadores	13,5	9,8	13,5	5,3	0,0
<b>Frecuencia de juego</b>					
Todas las semanas				24,7	78,1
Cada dos o tres semanas				7,1	17,1
Una vez al mes				11,4	4,9
Alguna vez al año				28,6	
Nunca				28,2	
<b>Última vez que jugó a La Quiniela (Base: compran alguna vez al año)</b>					
Hace una semana				39,9	46,1
Hace dos semanas				5,5	12,8
Entre tres semanas y un mes				9,0	10,3
Entre uno y dos meses				11,4	17,9
Entre dos y seis meses				9,5	5,1
Más de seis meses				24,9	7,7
Nunca compra					
<b>Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó a La Quiniela la semana pasada</b>					
Estimación según "frecuencia de juego" (%)				8,9	6,5
Estimación según "última vez que jugó" (%)				8,3	4,3
Estimación según "frecuencia de juego" (miles indiv)				3.111	2.253
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				2.899	1.509
<b>Cantidad media jugada la última vez</b>				<b>(Euros)</b>	
				2,62	3,35
<b>Estimación volumen de juego anual</b>				<b>(mill. Euros)</b>	
Estimación según "frecuencia de juego"				342	317
Estimación según "última vez que jugó" ("hace una semana")				319	255
Ventas (1)				360	360

(1) La Quiniela. Datos Estadísticos 2012. Loterías y Apuestas del Estado, Madrid, 2012. Último dato disponible.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

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

Los juegos “públicos” anteriores comparten el rasgo de que no se produce una ocultación significativa de quienes juegan a ellos, ni siquiera en las cantidades jugadas, que vienen condicionadas por el precio estandarizado de los décimos o boletos. Aunque sí se ha observado, en la información que facilitan los encuestados, que parece que no desean recordar la cantidad de lotería comprada en Navidad y El Niño, a la inversa en La Grossa tienden a exagerar lo que juegan. Se verá a continuación que, esta transparencia en el reflejo de la realidad en los datos de la encuesta, no siempre se produce en los juegos de gestión privada. En los juegos presenciales, salvo las apuestas deportivas, se produce con frecuencia bien la ocultación de haber jugado o, el espaciamiento en la declaración de frecuencia de juego, bien el alejamiento de la última vez que se jugaron y, por último, una tendencia a declarar haber jugado cantidades por debajo de las realmente apostadas. Son sesgos que permanecen a lo largo de los años. La diferencia de estos comportamientos estriba en 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 de ocultar la participación en estos juegos de gestión privada, se ha agudizado con la crisis, como si los jugadores sintieran una cierta presión social por destinar parte de su dinero al juego, en un momento en el que el clima dominante aconseja la reducción de los gastos en ocio. Desde esta perspectiva, ocultar que se juega, o reducir la cantidad que se declara, 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<sup>9</sup>. 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; por tanto, añade opiniones, salvedades, pequeñas ocultaciones que se han convertido en hábito por el temor a que, por reconocerlas, transmita una imagen que no refuerce su autoestima o, por el recelo, a que el entrevistador menosprecie sus hábitos. Este es el origen, a la inversa, de que en otras encuestas, sistemáticamente, aparezcan sobre-representados comportamientos como el de asistir al cine, al teatro o a la ópera, entretenimientos revestidos con un barniz cultural. Por tanto, para indagar en los comportamientos alrededor de estos juegos, son precisos vericuetos en los cuestionarios y técnicas de análisis de los datos más complejas que las descritas en los juegos anteriores.

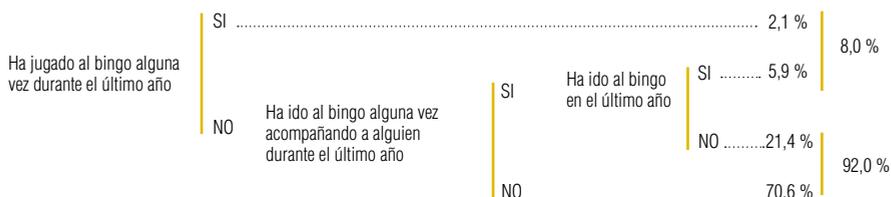
### 3.4. Los juegos de gestión privada

#### 3.4.1. Bingo

El 2,1% de los entrevistados recordó haber jugado al bingo alguna vez durante el último año, en una pregunta directa junto a los demás juegos. Ahora bien, en ediciones anteriores de este estudio, se observó una tendencia al olvido u ocultación de haber ido al bingo y a diferir el recuerdo; por tanto, se decidió incluir en el cuestionario una serie de preguntas que permitieran a los entrevistados, que hubieran ido a un bingo durante el año, precisar mejor su última visita. Así, al restante 97,9% de entrevistados se le preguntó si había ido alguna vez a un bingo, aun-

<sup>9</sup> NOELLE NEUMAN, Elisabeth (1970): *Encuestas en la sociedad de masas*, Alianza, Madrid.

que fuera acompañando a alguien y, el 27,3%, lo recordaba. De este modo, se puede afirmar que el 29,4% de la muestra, ha ido a algún bingo en alguna ocasión. Este porcentaje, está algo por debajo del 36,9%, que se obtuvo el año pasado con dos preguntas similares. Pero las características sociológicas son las mismas: es un público más bien masculino, de edades intermedias altas (de 45 a 64 años), de status social medio y alto, jugadores cotidianos (que declaran que juegan con frecuencia superior a una vez a la semana), semanales y esporádicos (que juegan con frecuencia superior a una vez al mes). A estos entrevistados, también se les preguntó cuándo habían ido a un bingo por última vez, permitiendo localizar de esta manera a un 8% la población que ha visitado un bingo durante el último año.



El perfil de este 8% se inclina, mayoritariamente, hacia las mujeres y gravita sobre dos generaciones: los menores de 35 años, y los comprendidos entre 45 y 65. La frecuencia con la que van al bingo estas dos generaciones es muy diferente: mientras que el 93,2% de los menores de 35 años declara ir ocasionalmente, alguna vez al año, entre los mayores de 45 años, la frecuencia crece con la edad, ya que afirman ir una vez al mes, como mínimo, el 4,5%, 21,4% y 33,3% de los comprendidos entre 45 y 54; 55 y 64 y mayores de 65 años, respectivamente. Es decir, aunque el perfil de los que declaran ir al bingo gravita sobre dos bloques generacionales, la frecuencia de visita es sensiblemente mayor entre los mayores de 45 años, por lo que el público habitual es mayor de 45 años y algo mayoritariamente femenino.

La cantidad media jugada por visita es de 18,9 €. Es muy similar a las estimaciones disponibles: 19,8 €/visita en 2013<sup>10</sup> o 17,42€ visita en la cadena Enracha<sup>11</sup>. Pero, al tratar de estimar a partir de los datos anteriores las ventas de los bingos, se observa que las estimaciones que es posible hacer, están muy por debajo de las cantidades efectivamente jugadas en los bingos. Si no se trata de la infra-estimación de las cantidades jugadas, tiene que ser porque una parte de los jugadores no aparece en las encuestas, o que la declaración acerca de la frecuencia de juego es inferior a la real (**tabla 13**).

Por primera vez, se ha incluido un análisis del bingo como producto, es decir, una valoración de sus distintas vertientes como entretenimiento, sin incluir los premios. Para ello, se preguntó a los que declararon haber visitado una sala en el último año por distintos aspectos del local y del servicio. Hay una valoración elevada de la limpieza (7,5 sobre 10), y de la amabilidad y profesionalidad del personal (7,4). Algo por debajo se sitúa la calidad de la comida y bebida (6,9). Pero "su público" habitual parece una barrera para atraer a nuevos sectores de clientes. Se detecta una falta de identificación con el perfil social y generacional que se observa en la sala. El 43,2% de los asistentes a bingos en el último año, asigna valoraciones muy moderadas al tipo de asistentes que había en la sala en su última visita y la comodidad que le producía. La media de este aspecto es un 6,3. Los sectores que más a gusto se sienten son las personas mayores de 55 años (6,5

<sup>10</sup> GÓMEZ YÁÑEZ, José Antonio (Dir.) (2013): op. cit., pág. 160.

<sup>11</sup> THE RANK GROUP Plc. *Annual report and financial statements 2013*, pág. 31

Tabla 13 / Perfil sociológico de los jugadores de Bingo (%)

	Declaran haber jugado alguna vez				Último año 2013
	2009	2010	2011	2012	
Total	26,5	11,0	11,0	8,9	8,0
Hombres	25,6	14,1	14,1	9,9	7,6
Mujeres	27,4	7,9	7,9	7,8	8,4
De 18 a 24 años	25,7	8,8	8,8	12,3	10,0
De 25 a 34 años	31,1	14,2	14,2	11,7	11,3
De 35 a 44 años	25,7	12,6	12,6	8,6	5,4
De 45 a 54 años	27,3	10,5	10,5	6,7	9,6
De 55 a 64 años	26,5	12,9	12,9	7,6	9,5
De 65 a 75 años	20,0	4,4	4,4	5,7	2,1
Status alto	25,6	17,1	17,1	6,7	6,3
Status medio alto	36,0	10,1	10,1	6,6	9,5
Status medio medio	25,7	12,5	12,5	8,9	7,6
Status medio bajo	22,7	7,7	7,7	10,6	8,4
Status bajo	18,8	6,3	6,3	11,5	7,1
Cotidianos	44,8	25,4	25,4	16,2	14,5
Semanales	32,4	13,9	13,9	12,1	8,5
Esporádicos	29,1	13,5	13,5	13,1	11,2
Infrecuentes	21,7	9,0	9,0	7,6	8,5
No jugadores	16,7	1,9	1,9	1,6	2,4
<b>Frecuencia de juego (base: han ido alguna vez a un bingo)</b>					
Todos los días					
Varias veces semana					
Todas las semanas					
Cada dos o tres semanas				1,1	1,1
Una vez al mes				3,4	6,8
Alguna vez al año				33,0	92,0
Nunca				62,5	
<b>Última vez que fue a un bingo</b>					
Hace una semana o menos				3,0	3,4
Hace dos semanas				3,0	2,3
Entre tres semanas y un mes				6,1	3,4
Entre uno y dos meses				9,1	8,0
Entre dos y seis meses				15,2	8,0
Más de seis meses				60,6	67,0
Con menos frecuencia				3,0	8,0
<b>Estimación de la población de 18 a 75 años que jugó al bingo una "semana tipo"</b>					
Estimación según "frecuencia de juego" (%)				No aplic.	No aplic.
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (%)				0,7	0,8
Estimación según "frecuencia de juego" (miles indiv)					
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)				255	283
<b>Cantidad media comprada en cartones la última vez que fue al bingo (Euros)</b>					
Media acotada (atípicas las respuestas más bajas)				16,7	18,9
Estimación volumen de juego anual (mill. Euros)					
Estimación según "última vez que jugó"				221	278
Cartones vendidos. Miles de euros (1)				2.008	1.700

(1) Para 2012: *Anuario del Juego 2012/13*, IPOLGOB (UC3M) - esj. Madrid. Para 2013: CEJBINGO. Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

entre los que tienen de 55 a 64 y, 7,5, entre los mayores de 65), los de status social medio (6,4), medio bajo (7,2) y bajo (7,5) y los habituales al bingo (8,2). Las valoraciones menos positivas se encuentran entre los sectores inversos a los anteriores: jóvenes, visitantes infrecuentes y personas clasificables en status social medio alto y alto. Estos datos desprenden la idea de que el bingo, en general, parece que estuviera atrapado con “su público”, impidiéndole captar nuevos mercados en generaciones más jóvenes y de mayor poder adquisitivo (**tabla 14 y gráfico 10**).

La decoración de los locales aparece como el principal punto débil, 6,0 en la escala de 0 a 10. Se podría conjeturar que las dificultades de los últimos años están impidiendo renovar y actualizar locales. En este punto, se repite el perfil anterior con algunos matices. Son las mujeres (5,7), los menores de 35 años (5,7) y las personas que pueden clasificarse como status alto (3,8), quienes dan las valoraciones menos favorables. Hay la percepción de que algunos locales están envejeciendo y que están adaptados a unos gustos pasados de moda.

**Tabla 14 / Valoración de distintos aspectos de la última visita a un bingo (% han ido a un bingo en el último año)**

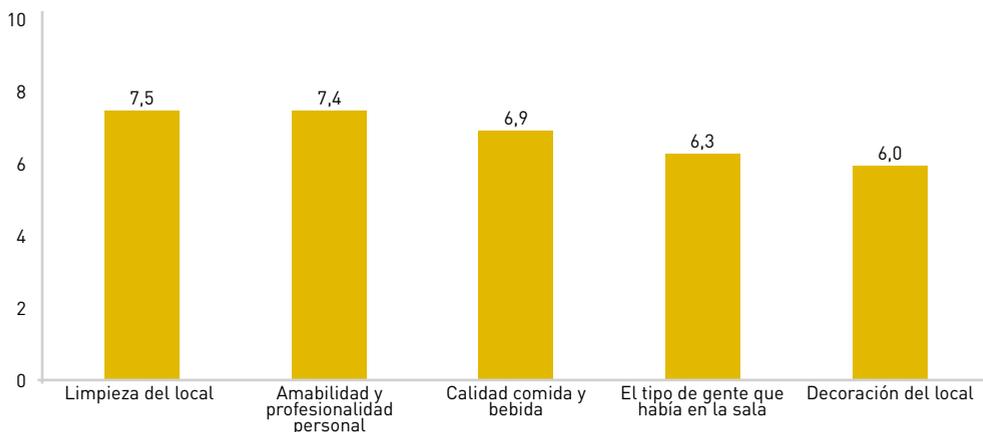
Texto de la pregunta: Por lo que recuerda de su última visita a un bingo, me puede decir si le gustó ...

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	NS/NC	Media (0 a 10)
La limpieza del local	13,6	64,5	12,3	1,2		8,6	7,5
La amabilidad y profesionalidad del personal	18,5	56,8	16,0	2,5	6,2		7,4
La calidad de la comida y la bebida (*)	7,5	67,9	20,8		3,8		6,9
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	9,9	37,0	35,8	4,9	2,6	9,9	6,3
La decoración del local	7,4	39,5	33,3	2,5	7,4	9,9	6,0

(\*) Sólo los que consumieron, ya fueran invitados o de pago.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Gráfico 10 / Valoración de distintos aspectos del bingo por quienes han visitado una sala en el último año (Escala de 0 a 10)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

Algo llamativo es que, el 43,2%, de quienes han visitado un bingo en el último año, no recomendaría a un amigo acudir a uno de ellos. Se trata de una pregunta típica de los estudios de satisfacción de clientes. Obviamente, se asocia la satisfacción a la idea de recomendar a amigos. El que en una proporción tan considerable de clientes, no se recomiende a sus amigos la actividad, tendría una valoración negativa. Sin embargo, los datos son más ambiguos, parece que los entrevistados hubieran interpretado la pregunta de otra manera, sobre sus preferencias para asistir al bingo. Las respuestas están condicionadas por la edad. Los jóvenes masivamente recomendarían ir con un amigo, el 81,8% lo haría, pero este porcentaje disminuye en paralelo con la edad, hasta alcanzar un 23,1% entre los 55 y 64 años, pero, a partir de ahí, la idea de recomendar a los amigos ir a un bingo crece hasta el 66,7%. Las respuestas y, desde luego, la regularidad en las mismas por edades, hacen pensar que los entrevistados hubieran interpretado la pregunta en clave de sus preferencias para ir al bingo, de manera que los datos apuntan a que los jóvenes prefieren ir en grupo, con amigos y, según se avanza en edad, la experiencia de ir a un bingo se va haciendo más solitaria, hasta la edad de jubilación en que acudir al bingo es una forma de encontrarse con amigos y mantener una actividad social (tabla 15). Lo más relevante de esta pregunta es que, entre los jóvenes que han ido alguna vez a un bingo, no hay una visión negativa como forma de ocio. Esta es una ventaja de imagen que el bingo debería explotar para renovarse.

**Tabla 15 / ¿Recomendaría a un amigo ir a un bingo?**  
(% han ido a un bingo en el último año)

	Total	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	Más de 65 años
Si	56,8	81,8	72,7	61,5	42,1	23,1	66,7
No	43,2	18,2	27,3	38,5	57,9	76,9	33,3

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

En suma, el bingo como producto parece atrapado en una contradicción. Por una parte, su público tradicional tiene una imagen demasiado marcada y tiende a alejar a otros sectores sociales. Sin embargo, entre los jóvenes que visitan esporádicamente los bingos, hay una elevada predisposición a volver a ir y a recomendarlo a los amigos, lo que sugiere que su experiencia fue satisfactoria, pero quieren encontrar a gente de su generación. Las experiencias de ocio y entretenimiento tienen mucho de generacional. Por otro lado, los locales parecen acusar el paso del tiempo. En el lado positivo, resalta la profesionalidad y amabilidad del personal, y la limpieza del local.

### 3.4.2. Juegos de casino

El 3,6% de los residentes en España ha ido a un casino para entretenerse con juegos de mesa y, el 1,6%, para jugar sólo al póquer. Es decir, en total, el 5,2% ha ido a algún casino en el último año. Esto equivale a 1.810.000 individuos. El número de visitas en 2012, último año del que se tienen datos, fue de 4.131.044, a las que hay que descontar 356.000 turistas extranjeros (estimación del 2011), es decir, se produjeron 3.775.000 visitas de españoles, lo que equivale, a partir del dato anterior, a 2,1 visita de media. Parece razonable, ya que debe haber muchas diferencias entre los visitantes habituales y los esporádicos.<sup>12</sup>

Para llegar a este dato, se partió de la experiencia de años anteriores en los que se observó una subestimación de los jugadores que visitan casinos. Lo más probable es que pudiera deberse a errores de memoria o a una cierta tendencia a ocultar el juego como forma de ocio. Por tanto, se introdujeron varias preguntas que permitieran acceder paulatinamente a la fecha de la última visita a un casino. Se han desdoblado en tres: 1) si han visitado un casino durante el año para jugar al póquer u otros juegos de casino y, para aquellos entrevistados que no lo recordaran, 2) si habían ido alguna vez a un casino -aunque fuera acompañando a alguien-, y 3) cuándo lo hicieron por última vez.

De estas preguntas se desprendía que, el 17,4% de los residentes en España, ha ido alguna vez a un casino. Son preferentemente hombres (el 20,8% frente al 14% de las mujeres), de todas las edades, aunque más bien jóvenes. Haber ido alguna vez a un casino está fuertemente asociado al status social, desde el 27,2% entre quienes pueden situarse en el status alto, hasta el 10,7% en el status bajo. Este 17,4%, es algo así como el “gran público” que ha visitado los casinos en alguna ocasión.

#### 3.4.2.1. Juegos de mesa en casinos

El 3,6% de los residentes en España fueron a un casino durante 2013 para participar en juegos de mesa. Su perfil es más bien masculino y joven, menor de 35 años, aunque con una fuerte presencia también de edades intermedias, de 45 a 64 años. Preferentemente de status social alto o medio alto, en su mayoría, declara asistir con poca frecuencia. Su media de gasto declarada fue de 39,6 € en su última visita. Aquí se observa un sesgo a una declaración menor que el gasto real. La última referencia disponible es de un gasto medio de 74,41 €/visita en 2012, es decir, se puede pensar que los participantes de juegos de mesas en casino tienden a ocultar casi la mitad de lo que realmente gastan, o bien a olvidarlo (**tabla 16**).

#### 3.4.2.2. Póquer en casinos

El 1,6% de los residentes en España visitó un casino para jugar al póquer en 2013. Las dos terceras partes son hombres, de 25 a 34 años, en una proporción considerable, aunque también menores de 25 y entre 35 y 44; de status alto y medio alto. Su frecuencia de visita a los casinos para jugar no es alta: en más del 90% de los casos, afirma que sólo va alguna vez al año y, el 81,8%, manifiesta que hace entre seis meses y un año que no va.

La cantidad media jugada es de 46,7 €/visita, teniendo en cuenta que el gasto medio por visita a casinos en 2012 se estima en 74,41 €, se observa una subestimación de su gasto o una declaración deliberada de que gastó menos, en casi un 40% (37,2%) (**tabla 17**).

<sup>12</sup> Para los datos sobre asistencia y gasto medio en casinos ver: GÓMEZ YÁÑEZ, José Antonio (Dir.) (2013): *op. cit.*, pág. 145 y siguientes.

Tabla 16 / Perfil sociológico de los jugadores en casinos (juegos de mesa, excluido póquer) (%)

	Declaran haber jugado alguna vez				Último año 2013
	2009	2010	2011	2012	
Total	11,2	7,5	3,8	2,6	3,6
Hombres	11,5	7,9	5,6	3,0	3,9
Mujeres	10,9	7,1	2,1	2,2	3,2
De 18 a 24 años	12,5	12,8	5,7	6,2	5,8
De 25 a 34 años	14,6	7,4	3,9	2,8	6,2
De 35 a 44 años	9,7	5,3	3,9	1,9	0,4
De 45 a 54 años	8,1	5,8	4,7	1,1	4,2
De 55 a 64 años	12,9	9,3	2,8	3,5	4,4
De 65 a 75 años	8,9	5,6	1,6	0,8	2,1
Status alto	24,4	13,1	7,5	5,0	2,5
Status medio alto	19,1	9,7	4,1	2,2	6,3
Status medio medio	9,6	8,4	4,2	3,1	3,7
Status medio bajo	5,8	3,4	1,5	1,4	2,0
Status bajo			4,5	3,8	
Cotidianos	13,4	10,2	6,3	2,7	3,6
Semanales	13,9	10,5	3,7	3,2	4,9
Esporádicos	14,2	9,1	7,4	4,6	3,9
Infrecuentes	9,6	6,8	3,4	2,3	4,5
No jugadores	6,4	2,1	0,7	0,5	0,5
<b>Frecuencia de juego</b>					
Todos los días					
Varias veces semana					
Una vez a la semana					
Cada dos o tres semanas					
Una vez al mes					6,0
Alguna vez al año					94,0
Casí nunca					
<b>Última vez que fue a un casino</b>					
Ayer					2,9
Hace dos o tres días					
Hace una semana					
Hace dos semanas					
Entre tres semanas y un mes					5,9
Entre uno y dos meses					2,9
Entre dos y seis meses					5,9
Más de seis meses					79,4
Nunca juega					2,9
<b>Cantidad jugada la última vez que fue a un casino (Euros)</b>					
- De 1 a 5 Euros					12,1
- De 6 a 12 Euros					6,1
- De 13 a 30 Euros					24,2
- De 31 a 60 Euros					6,1
- De 61 a 100 Euros					6,1
- Más de 100 Euros					6,1
- NS/NC					39,4
<b>Cantidad jugada en mesas de juego la última vez que fue a un casino, declarada (Euros)</b>					
				21,0	39,6

Fuente: Percepción social sobre el juego de azar en España V, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

Tabla 17 / Perfil sociológico de los jugadores de póquer en casinos (%)

	Declaran haber jugado alguna vez		Último año 2013
	2011	2012	
Total	1,4	0,7	1,6
Hombres	2,3	1,0	2,2
Mujeres	0,6	0,4	1,0
De 18 a 24 años	3,3	3,8	2,9
De 25 a 34 años	2,6	0,9	4,6
De 35 a 44 años	0,5	0,0	0,8
De 45 a 54 años	1,2	0,0	0,5
De 55 a 64 años	0,7	0,0	0,7
De 65 a 75 años	0,0	0,0	0,0
Status alto	2,2	0,0	3,8
Status medio alto	2,1	0,5	1,6
Status medio medio	1,2	1,1	1,5
Status medio bajo	1,1	0,4	0,8
Status bajo	0,0	0,0	3,6
Cotidianos	6,3	2,7	0,0
Semanales	2,2	0,0	1,3
Esporádicos	1,2	1,1	2,6
Infrecuentes	1,0	0,8	1,9
No jugadores	0,0	0,5	1,0
<b>Frecuencia de juego</b>			
Todos los días			
Varias veces semana			
Una vez a la semana			
Cada dos o tres semanas			9,1
Una vez al mes			
Alguna vez al año		57,1	90,9
Nunca		42,9	
<b>Última vez que jugó al póquer en un casino (Base: van alguna vez al año)</b>			
Ayer			
Hace dos o tres días		25,0	9,1
Hace una semana			
Hace dos semanas			
Entre tres semanas y un mes			9,1
Entre uno y dos meses		25,0	
Entre dos y seis meses			
Más de seis meses		50,0	81,8
Nunca juega			
<b>Cantidad jugada la última vez (Euros)</b>			
- De 1 a 5 Euros			9,1
- De 6 a 12 Euros			9,1
- De 13 a 30 Euros			36,4
- De 31 a 60 Euros			18,2
- De 61 a 100 Euros			9,1
- Más de 100 Euros			
- NS/NC			18,2
<b>Cantidad media jugada la última vez (Euros)</b>			
		30	46,7

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 3.4.2.3. Los casinos como “producto”

Los casinos están muy bien valorados por sus clientes, en especial en lo que se refiere a la calidad de la comida y bebida (8 en una escala de 0 a 10, entre los que han utilizado estos servicios), la amabilidad y profesionalidad del personal (7,6), y la limpieza de los locales (7,6). La decoración de los locales parece algo más discutible, sólo el 16,1% declara que le gustó mucho y, un 46,9%, bastante y sin embargo, un tercio (32,2%) tiene reparos respecto de la decoración. Con el ambiente, en general, el tipo de clientes, produce también un cierto distanciamiento (6,2) (tabla 18 y gráfico 11).

**Tabla 18 / Valoración de la última visita a un casino**  
(% han ido a un bingo en el último año)

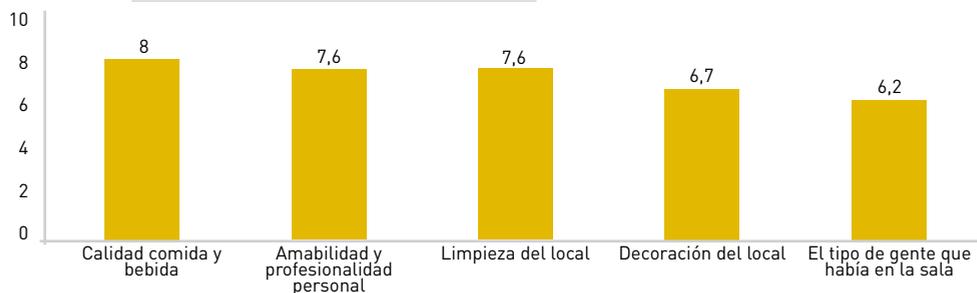
Texto de la pregunta: Por lo que recuerda de su última visita a un casino, me puede decir si le gustó ...

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	NS/NC	Media (0 a 10)
La calidad de la comida y la bebida (*)	30,8	57,7	11,6				8,0
La amabilidad y profesionalidad del personal	21,7	53,2	15,4	2,1			7,6
La limpieza del local	20,3	56,6	18,2				7,6
La decoración de las salas	16,1	46,9	22,4	4,9	4,9		6,7
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	13,3	38,5	26,6	12,6	4,2		6,2

(\*) Solo los que consumieron, ya fueran invitados o de pago.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Gráfico 11 / Valoración de distintos aspectos de los casinos por quienes han visitado uno el último año (Escala de 0 a 10)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 3.4.3. Jugar al póquer con amigos en bares o timbas informales

La afición a jugar al póquer en lugares informales, bares, timbas, etc., se midió en la pasada edición con una pregunta para restringir la respuesta a los “últimos seis meses”, concluyendo que el 3,3% había jugado en ese periodo. En 2013, se ha circunscrito el periodo de la pregunta a “un año”, obteniendo unas respuestas casi idénticas: un 3,2% jugó en estas timbas informales.

Su perfil sociológico es muy estable. Es una actividad básicamente masculina: juega el 4,7% de los hombres y el 1,6% de las mujeres, lo que equivale a que las tres cuartas partes son hombres (74,6%); menores de 35 años, con fuerte presencia de menores de 25; de status alto y medio alto, y jugadores cotidianos o semanales. Los datos de frecuencia de juego y de última vez que jugó, muestran una actividad bastante frecuente: el 23,7% juega cada dos o tres semanas como mínimo y, los dos tercios (64,9%), cada mes como poco y, el 37,6%, declaró haber jugado hace menos de una semana (**tabla 19**).

La cantidad media apostada “la última vez que jugó”, es de 12,8 €. A partir de los datos anteriores, se puede estimar que entre 320.000 y 450.000 personas juegan en timbas todas las semanas, arriesgando algún dinero y, que la actividad, puede mover entre 210 y 300 millones de €/año, cifra sujeta en todo caso a márgenes de error que pueden ser considerables.

#### 3.4.4. Máquinas tragamonedas en bares o cafeterías

El 5,3% de los residentes en España, recuerda haber jugado a máquinas tragamonedas en el último año, lo que equivale a 1.850.000 individuos. Sociológicamente su perfil es muy estable, prácticamente igual en las cinco ediciones de este estudio. Jugaron, durante el año 2013, básicamente hombres (9,1%) y, sólo el 1,3% de mujeres, es decir, casi el 90% de los jugadores son hombres, de todas las edades, desde 18 a 64 años, de status social medio y bajo. Se juega a las máquinas con frecuencia: el 20,4% declara jugar varias veces a la semana (4,1%) y, el 26,5%, hace menos de una semana que jugó por última vez. La cantidad media jugada es de 3,68 € cada vez que apuesta, aunque en 2012, la media era de 4,49 € entre quienes recordaban haber jugado en los seis últimos meses (**tabla 20**).

Al contrastar las respuestas de los entrevistados sobre el último día que jugó o sobre la frecuencia de juego y la cantidad media jugada, se observa que las estimaciones que pueden hacerse sobre el volumen de juego, están muy alejadas de las cantidades reales, por tanto, hay una ocultación por parte de los jugadores en máquinas o las respuestas sobre la frecuencia de juego o la última vez que jugó se espacian, así como disminuye la cantidad que se recuerda haber jugado. Pese a los distintos procedimientos ensayados, para localizar estos jugadores y para obtener respuestas precisas, sigue produciéndose una subestimación de las magnitudes de este juego.

#### 3.4.5. Apuestas deportivas en locales de juego

Como es natural, en la medida en que se amplían las Comunidades en las que se puede apostar y en las que la actividad se consolida (las marcas de los grupos empresariales o franquicias son más conocidas, los locales se hacen habituales en la calle, se reduce la desconfianza en los clientes, etc.), el número de jugadores que apuestan, crece. En 2013, el 2,8% de los residentes en España apostó a resultados deportivos, lo que aproxima al millón el número de apostantes.

Su perfil es previsible: jóvenes menores de 35 años, aunque hay una considerable presencia de los comprendidos entre 35 y 44, hombres casi en un 80%, de todos los status sociales, y jugadores semanales o esporádicos (juegan una o dos veces al mes). En definitiva, el patrón es un aficionado a los deportes con conocimientos para arriesgar algo de dinero, para acertar los resultados.

Tabla 19 / Perfil sociológico de los jugadores de póquer en bares y timbas (%)

	Alguna vez 2011	Últimos seis meses 2012	Último año 2013
Total	9,3	3,3	3,2
Hombres	15,2	5,4	4,7
Mujeres	3,7	1,2	1,6
De 18 a 24 años	25,4	13,8	13,5
De 25 a 34 años	15,6	5,2	5,2
De 35 a 44 años	4,4	1,9	1,7
De 45 a 54 años	5,3	0,0	0,5
De 55 a 64 años	3,4	0,0	0,7
De 65 a 75 años	2,4	0,0	1,4
Status alto	8,6	3,3	7,5
Status medio alto	10,8	3,3	3,7
Status medio medio	10,6	3,6	2,6
Status medio bajo	6,8	3,2	2,4
Status bajo	4,5	0,0	3,6
Cotidianos	15,6	8,1	7,9
Semanales	12,1	4,4	4,0
Esporádicos	17,3	6,9	2,4
Infrecuentes	6,0	1,4	1,0
No jugadores	2,7	1,1	0,0
<b>Frecuencia de juego</b>			
Una vez a la semana			5,9
Cada dos o tres semanas			17,8
Una vez al mes			41,2
Alguna vez al año			29,4
Reuniones familiares o amigos			
Nunca			5,9
<b>Última vez que jugó al póquer entre amigos, en bares o en timbas</b>			
Ayer			
Hace dos o tres días			12,5
Hace una semana			6,3
Hace dos semanas			18,8
Entre tres semanas y un mes			25,0
Entre uno y dos meses			25,0
Entre dos y seis meses			12,5
Más de seis meses			0,0
Nunca compra			
<b>Población de 18 a 75 años que jugó al póquer en timbas o bares, en la última semana</b>			
Estimación según "frecuencia de juego" (%)			0,9
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (%)			1,3
Estimación según "frecuencia de juego" (miles de indiv)			319
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (miles de indiv)			450
<b>Cantidad media jugada la última vez</b>			<b>(Euros)</b>
Media acotada			12,8
<b>Estimación volumen de juego anual en póquer entre amigos o timbas</b>			<b>(mill. Euros)</b>
Estimación según "frecuencia de juego"			212
Estimación según "última vez que jugó ponderada"			300

Fuente: Percepción social sobre el juego de azar en España V, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Tabla 20 / Perfil sociológico de los jugadores de máquinas tragamonedas en bares o cafeterías (%)**

	Declaran haber jugado alguna vez			Últimos seis meses	Último año
	2009	2010	2011	2012	2013
Total	15,6	9,4	6,4	3,2	5,3
Hombres	23,4	15,1	10,3	5,4	9,1
Mujeres	7,9	3,8	2,7	1,0	1,3
De 18 a 24 años	18,4	14,3	11,5	4,6	6,7
De 25 a 34 años	17,8	13,9	9,1	5,2	7,0
De 35 a 44 años	19,4	4,8	4,4	4,3	5,0
De 45 a 54 años	16,3	10,4	5,8	1,7	4,0
De 55 a 64 años	6,8	8,6	3,4	0,7	6,6
De 65 a 75 años	11,1	2,8	4,0	1,6	2,9
Status alto	19,5	8,1	5,4	0,0	3,8
Status medio alto	18,5	13,4	5,6	1,6	3,7
Status medio medio	17,0	10,0	6,1	4,0	6,2
Status medio bajo	11,2	6,8	8,0	3,5	5,4
Status bajo	6,3	6,0	4,5	3,8	5,4
Cotidianos	25,4	12,2	15,6	10,8	14,5
Semanales	18,5	14,7	8,8	3,6	9,4
Esporádicos	21,3	8,5	8,6	7,4	5,6
Infrecuentes	14,4	8,4	4,9	1,4	2,6
No jugadores	3,8	3,1	1,4	0,5	2,9
<b>Frecuencia de juego</b>					
Todos los días					
Varias veces semana					4,1
Una vez a la semana					16,3
Cada dos o tres semanas					2,1
Una vez al mes					18,4
Alguna vez al año					24,5
Nunca					34,7
<b>Última vez que echó monedas (Base: echan alguna vez al año)</b>					
Ayer				2,3	10,2
Hace dos o tres días				2,3	10,2
Hace una semana				4,5	6,1
Hace dos semanas				9,1	6,1
Entre tres semanas y un mes				1,1	10,2
Entre uno y dos meses				9,1	10,2
Entre dos y seis meses				8,0	8,2
Más de seis meses				54,5	30,6
Nunca echa monedas				9,1	8,2
<b>Porcentaje de población que echó monedas en máquinas "ayer"</b>					
Estimación según "frecuencia de juego"				no aplic	0,2
Estimación según "última vez que jugó ponderada"				1,7	1,0
Estimación según "frecuencia de juego" (miles de indiv)				no aplic.	87
Estimación según "última vez que jugó ponderada" (miles de indiv)				595	344
<b>Cantidad media jugada la última vez (Euros)</b>					
				4,49	3,68

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

Casi la mitad de los apostantes deportivos juega con una frecuencia superior a una vez al mes (44%) y, el 44,5%, apostó por última vez hace menos de una semana. Es decir, es una actividad bastante frecuente, que se introduce en los hábitos de los jugadores. La apuesta media es de 4,21 € (**tabla 21**).

#### 3.4.6. Salones de juego

Por primera vez se incluyeron en el estudio los salones. Previendo que se pudiera producir también lo que en otros juegos, en el cuestionario se incluyeron varias preguntas para facilitar el recuerdo de haber visitado alguno, a través de distintos caminos: la existencia de salones cerca de su hogar o trabajo, la visita en alguna ocasión, etc.

El 3,5% de los residentes en España, visitaron algún salón de juego durante 2013 y, el 9,9%, recuerda haberlos visitado en alguna ocasión.

Por tanto, es posible concluir que, durante 2013, visitaron salones de juego 1.200.000 individuos. Lo dominante en los salones es que se trata de un entretenimiento para jóvenes: el 11,2%, de los comprendidos entre 18 y 25 años y, el 6,6%, entre 25 y 34 años, ha ido a alguno en el año anterior. Hay muy pocos visitantes de edades más avanzadas. Quienes van a salones son preferentemente hombres, de status medio y con hábitos de juego sin una regularidad clara. El ritmo de visitas se puede dividir en tres grupos: 1) un 12,1%, que va como mínimo cada dos o tres semanas; 2) un 21,1%, que va una vez al mes; y, 3) los dos tercios restantes, que acuden con menor asiduidad. La cantidad media jugada en cada visita es de 4 € (**tabla 22**).

La valoración de los salones de juego tiene claroscuros. La calidad de la comida y bebida en los salones, valorada por quienes hicieron consumiciones, es muy elevada (9,3 en una escala de 0 a 10), aparece, pues, como un punto fuerte, seguramente porque excede de las expectativas de los clientes. La amabilidad y profesionalidad del personal y la limpieza del local, también son bien valorados (6,9). Sin embargo, en lo que se refiere al ambiente en el local alcanza un 5,8 (los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos), la decoración (5,8) y las propias máquinas (5,1), son aspectos negativos que señalan puntos débiles de los salones de juegos como producto. En concreto, respecto de las máquinas, el 28,8% las considera "regular" de entretenidas; para el 15,2%, unas son entretenidas y otras no; y un 20,4%, las valora como poco o nada entretenidas (**tabla 23 y gráfico 12**).

Cuando se pregunta a los entrevistados que han ido a un salón, si recomendaría a un amigo ir, la opinión se divide en dos mitades al 50%. La intención de volver a ir es inversa a la edad: la mayoría de los menores de 25 años lo recomendaría (57,1%), descendiendo hasta el 40%, entre los clientes mayores de 35 años (**tabla 25**).

Tabla 21 / Perfil sociológico de los jugadores de apuestas deportivas (%)

	Último año	
	2012	2013
Total	1,1	2,8
Hombres	2,2	4,3
Mujeres	0,0	1,2
De 18 a 24 años	3,8	4,7
De 25 a 34 años	2,3	5,7
De 35 a 44 años	0,5	2,9
De 45 a 54 años	0,0	0,5
De 55 a 64 años	0,0	0,7
De 65 a 75 años	0,0	2,1
Status alto	0,0	3,8
Status medio alto	1,6	3,2
Status medio medio	1,3	3,2
Status medio bajo	0,7	0,8
Status bajo	0,0	7,1
Cotidianos	2,7	1,8
Semanales	0,4	4,5
Esporádicos	2,9	3,9
Infrecuentes	0,8	2,1
No jugadores	0,5	1,5
<b>Frecuencia de juego</b>		
Varias veces a la semana		8,0
Una vez a la semana	27,3	24,0
Cada dos o tres semanas		4,0
Una vez al mes	36,3	8,0
Alguna vez al año	27,3	28,0
Nunca	8,1	28,0
<b>Última vez que apostó</b>		
Ayer		11,1
Hace dos o tres días	10,0	16,7
Hace una semana	40,0	16,7
Hace dos semanas		5,6
Entre tres semanas y un mes		5,6
Entre uno y dos meses	10,0	11,1
Entre dos y seis meses	30,0	5,6
Más de seis meses	10,0	27,8
Nunca juega		
<b>Porcentaje de población de 18 a 75 años que apostó sobre deportes</b>		
Estimación según "frecuencia de juego"	0,4	0,1
Estimación según "última vez que jugó"	0,1	0,3
Estimación según "frecuencia de juego" (miles de indiv)	141,1	83,2
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)	34,7	244,6
<b>Cantidad media comprada la última vez (Euros)</b>		
	6,33	4,21
<b>Estimación volumen de apuestas anuales sobre deportes (mill. Euros)</b>		
Estimación según "frecuencia de juego"	326	127,8
Estimación según "última vez que jugó ponderada"		375,8
Cantidad efectivamente jugada a apuestas deportivas (*)	426,8	510,7

(\*) Fuente: *Anuario del Juego 2012/2013, op. cit., pág.97.*

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.*

Tabla 22 / Perfil sociológico de los jugadores de salones de juegos en 2013 (%)

	Alguna vez	En el último año
Total	9,9	3,5
Hombres	11,4	3,9
Mujeres	8,4	3,0
De 18 a 24 años	25,0	11,2
De 25 a 34 años	18,6	6,6
De 35 a 44 años	7,9	3,1
De 45 a 54 años	5,6	1,1
De 55 a 64 años	2,9	0,8
De 65 a 75 años	2,9	0,0
Status alto	15,0	5,3
Status medio alto	13,7	3,9
Status medio medio	8,9	3,2
Status medio bajo	7,2	3,4
Status bajo	10,7	0,0
Cotidianos	12,7	3,9
Semanales	9,8	3,8
Esporádicos	15,1	5,6
Infrecuentes	9,9	3,7
No jugadores	5,3	1,0
Españoles		3,4
Inmigrantes		4,1
<b>Frecuencia de juego</b>		
Todos los días		3,1
Una vez a la semana		6,0
Una vez cada dos o tres semanas		3,0
Una vez el mes		21,1
Alguna vez al año		66,7
NS/NC		
<b>Última vez que apostó</b> (Base: compran alguna vez al año)		
Ayer		3,0
Hace dos o tres días		
Hace una semana		
Hace dos semanas		
Entre tres semanas y un mes		15,1
Entre uno y dos meses		15,2
Entre dos y seis meses		9,1
Más de seis meses		57,6
Nunca juega		
<b>Cantidad jugada</b>		<b>(Euros)</b>
- De 1 a 5 Euros		39,4
- De 6 a 12 Euros		12,1
- De 13 a 30 Euros		12,1
- De 31 a 60 Euros		6,1
- De 61 a 100 Euros		6,1
- Más de 100 Euros		3,0
- NS/NC		21,2
<b>Cantidad media jugada la última vez</b>		<b>(Euros)</b>
		4,00

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Tabla 23 / Valoración de la última visita a un salón de juegos (%)**

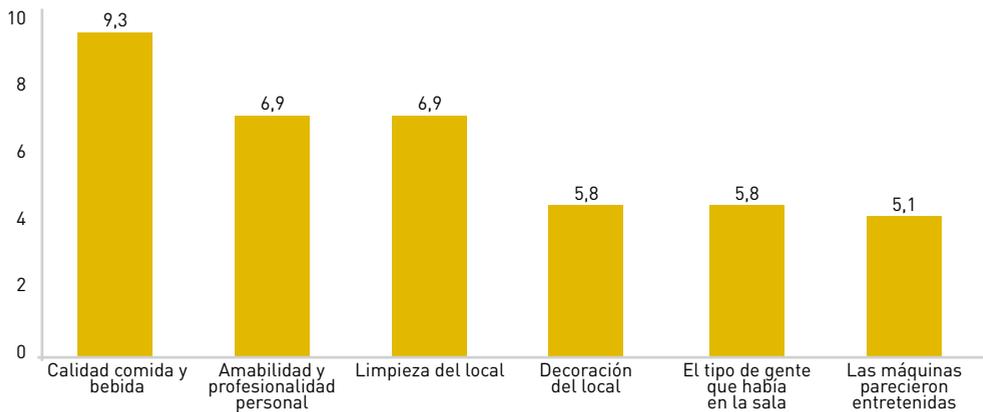
Texto de la pregunta: Por lo que recuerda de su última visita a un salón de juegos, me puede decir si le gustó ...

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	NS/NC	Media (0 a 10)
La calidad de la comida y la bebida (*)	73,2	26,8					9,3
La amabilidad y profesionalidad del personal	15,3	55,9	23,7		5,1		6,9
La limpieza del local	15,3	54,2	23,7	3,4	3,4		6,9
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	6,8	37,3	40,7	10,2	5,1		5,8
La decoración del local	13,6	35,6	30,5	8,5	11,9		5,8
Las máquinas en la que jugó le parecieron entretenidas (**)	3,4	22,0	44,0	15,3	5,1	10,2	5,1

(\*) Sólo los que consumieron, ya fueran invitados o de pago.

(\*\*) En "regular" se suman los que respondieron "regular" (28,8%) y "unas eran entretenidas y otras no" (15,2%).

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Gráfico 12 / Valoración de distintos aspectos de los salones de juegos por quienes han visitado uno el último año (Escala de 0 a 10)**

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Tabla 24 / ¿Recomendaría ir a un salón de juego a un amigo? (% han ido a un salón de juego en el último año)**

	Total	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	más de 35 años
Si	50,0	57,1	50,0	40,0
No	50,0	42,9	50,0	60,0

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 3.4.7. Cupones de la OID

Es la primera vez que se incluyen en este estudio, los sorteos de cupones organizados por asociaciones de discapacitados, básicamente la Organización Impulsora de Discapacitados (OID), que dan sus premios según los resultados del sorteo diario de la ONCE.

El 4,8% de los residentes en España, comprendidos entre 18 y 75 años, recuerda haberlos comprado, lo que equivale a algo más de 1,5 millones de individuos. Su implantación territorial es desigual, con fuerte presencia en Canarias (donde el 15,1% recuerda haber comprado estos cupones), Levante (6%) y Cataluña (5,5%), es decir, solapándose parcialmente con la ONCE. El perfil sociológico de sus compradores también tiene afinidades con el perfil de los adquirentes de la ONCE: están equilibrados hombres y mujeres, aunque entre los de la ONCE hay mayoría de mujeres; gravita sobre la generación madura de 45 a 64 años y, tiene escasa presencia, entre los jóvenes menores de 35. Los compran, básicamente, personas de status medio y, se amalgaman jugadores cotidianos (juegan todos los días o varias veces a la semana) y esporádicos (juegan alguna vez al mes). Como en el caso de la ONCE, también se compran por encima de la media, entre personas que residen en hogares con problemas económicos.

La frecuencia de juego no es elevada: un 10,4%, declara jugar todos los días y otro 10,4%, una vez a la semana. El 10,9% de los jugadores de estos cupones, que compran alguna vez al año, declaró haberlo comprado “ayer” por última vez, pero la mayor parte declara haberlos comprado hace más de un mes (**tabla 25**).

El volumen de compradores diarios puede estimarse en 235/240 mil individuos, convergiendo los distintos sistemas de estimación por frecuencia de juego o por la última vez que jugó. Casi el 80% adquiere pequeñas cantidades, entre 1 y 5 €, con una media de 2,90 €. El procedimiento de estimación empleado es rudimentario y sujeto a elevados márgenes de error, que no se pueden contrastar con otra información oficial, a partir de estos datos pueden calcularse unas ventas anuales en torno a los 240 o 250 millones de €.

Tabla 25 / Perfil sociológico de los jugadores a cupones de la OID (%)

	<b>2013</b>
Total	4,8
Hombres	5,1
Mujeres	4,6
De 18 a 24 años	0,0
De 25 a 34 años	2,1
De 35 a 44 años	3,3
De 45 a 54 años	9,1
De 55 a 64 años	9,5
De 65 a 75 años	4,3
Status alto	6,3
Status medio alto	12,1
Status medio medio	7,3
Status medio bajo	5,2
Status bajo	3,6
Cotidianos	12,7
Semanales	4,0
Esporádicos	9,9
Infrecuentes	4,3
No jugadores	1,0
Retraso en el pago de la hipoteca	4,3
Retraso en el pago de compras	11,5
Retraso en el pago de suministros hogar	5,4
<b>Frecuencia de juego</b>	
Todos los días	10,4
Varias veces semana	
Una vez a la semana	10,4
Cada dos o tres semanas	12,5
Una vez al mes	8,3
Alguna vez al año	54,2
Nunca	4,2
<b>Última vez que compró cupones de la OID</b>	
Ayer	10,9
Hace dos o tres días	6,5
Hace una semana	8,7
Hace dos semanas	10,9
Entre tres semanas y un mes	17,4
Entre uno y dos meses	6,5
Entre dos y seis meses	17,4
Más de seis meses	21,7
Nunca compra	
<b>Estimación de la población que compró cupones de la OID "ayer"</b>	
Estimación según "frecuencia de juego" (%)	0,7
Estimación según "última vez que jugó" (%)	0,7
Estimación según "frecuencia de juego" (miles indiv)	235
Estimación según "última vez que jugó" (miles de indiv)	239
<b>Cantidades jugadas la última vez que compró cupones de la OID</b>	
- De 1 a 5 Euros	77,8
- De 6 a 12 Euros	8,3
- De 13 a 30 Euros	8,3
- NS/NC	5,6
<b>Cantidad media comprada la última vez</b>	<b>(Euros)</b>
Media acotada	2,9
<b>Estimación volumen de juego anual</b>	<b>(mill. Euros)</b>
Estimación según "frecuencia de juego"	245
Estimación según "última vez que jugó"	250
Ventas de cupones	Sin inf.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

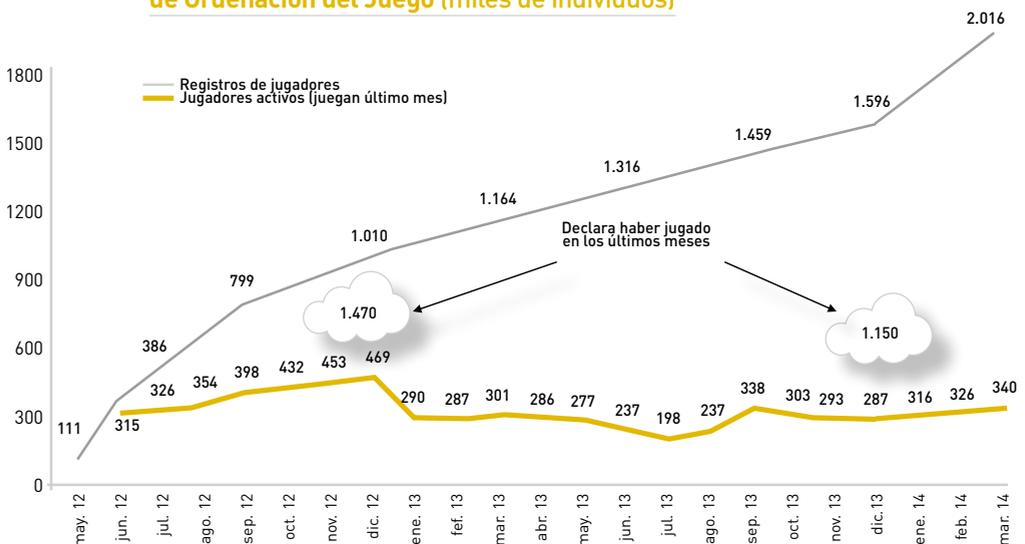


## 4. El juego online

### 4.1. Perfil sociológico de los jugadores online

El primer año completo en el que las webs reguladas por la DGOJ operaron legalmente en España, fue 2013, por tanto, sus datos se pueden contrastar con la información procedente de encuestas. Según de la D.G. de Ordenación del Juego, del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, el número de registros de jugadores en las webs autorizadas se situó en casi 1,6 millones a finales de 2013. No obstante, los jugadores pueden apuntarse a más de una web, por lo que es seguro que hay una proporción de jugadores registrados en más de una. El “registro” de jugadores es acumulativo, así que su tendencia siempre será creciente; este indicador, por consiguiente, es poco fiable, como dato sobre la cantidad de jugadores. La DGOJ ofrece información también sobre el número de jugadores activos, es decir, los que durante el mes correspondiente han jugado. En este caso, los datos de 2013, muestran que se situaron regularmente algo por debajo de los 300.000/mes, con un sensible descenso en relación con los que jugaban en el último trimestre de 2012, que eran alrededor de 450.000/mes (**gráfico 13**).

**Gráfico 13 / Número de jugadores en las webs autorizadas por la Dirección General de Ordenación del Juego (miles de individuos)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la DGOJ. Informes trimestrales sobre juego online. Memoria de Análisis y del Impacto Normativo del Proyecto de Orden Ministerial de Reglamentación Básica de las Máquinas de Azar (slots online), marzo 2014.

Este descenso en el número de jugadores activos controlados por la DGOJ, coincide con un descenso de quienes declaran haber jugado por Internet en los últimos tres meses en nuestra encuesta. En diciembre de 2012, el 4,2% de la población, entre 18 y 75 años, declaró haber jugado *online*, arriesgando dinero alguna vez durante los tres últimos meses, lo que equivalía a 1.470.000 individuos. En enero de 2014, este porcentaje se redujo al 3,3%, lo que supone 1.150.000 individuos. La discrepancia entre ambos datos seguramente se debe a que, en los jugadores activos cada mes que controla la DGOJ, se mezclan jugadores regulares y un grupo de jugadores esporádicos, o que juegan algunos días y dejan de hacerlo. A esto se añade un efecto de telescopamiento, que se ha tenido que producir en una parte de los entrevistados, es decir, una aproximación de lo que hicieron hace más tiempo que el plazo señalado por la pregunta. Posiblemente, a lo largo de los últimos meses, han jugado algo más de un millón de individuos, pero episódicamente. De todos modos, la tendencia entre ambos datos es similar.

El descenso, entre el 4,2% y el 3,3%, de la población jugadora *online* entre 2012 y 2013 refleja, tal vez, alguna decepción o cansancio con la experiencia o, más probablemente, falta de dinero para jugar, lo que explicaría el descenso de los jóvenes de 18 a 25 años.

En los datos de 2013, reaparece la idea que se extraía de las cuatro ediciones anteriores: los jugadores *online*, se parecen más a los internautas que a los jugadores presenciales. Son internautas que juegan, no jugadores que se han desplazado a Internet para jugar. Es verdad que puede haber alguna canibalización del juego presencial desde el juego *online*, claramente en los juegos de SELAE y la ONCE, pero la dimensión de este fenómeno parece limitada y no es posible estimarla con los datos disponibles. Los canales de juego *online* y el presencial, responden a patrones y motivaciones diferentes, aunque este aspecto habría que analizarlo en más profundidad en un estudio específico.

Como se ha dicho, el perfil de los jugadores *online*, se parece bastante al de los internautas, con las diferencias de que hay más hombres jugadores que mujeres, en proporción casi de 2 a 1, más joven y sensiblemente más sesgado hacia los estratos sociales alto y medio alto. Estas características se están mostrando estables en las sucesivas ediciones del estudio, pese a que el perfil de los jugadores *online* evoluciona. Como se puede apreciar en la **tabla 26**, es estable el sesgo fuertemente masculino, así como hacia los status social alto y medio alto. Sin embargo, se está produciendo una transformación en la edad, con un descenso continuado de los jóvenes de 18 a 24 años y de las personas mayores de 45. La mayoría de estos jugadores se sitúa entre los 25 y los 45 años. En 2013, se registró un fuerte crecimiento de los comprendidos entre 35 y 45 años. En el caso de los jóvenes, hay que pensar que su acceso al juego *online* está condicionado por las elevadas tasas de paro juvenil, que retraen los recursos que podrían destinar al juego. Otro cambio llamativo, es el descenso regular de los inmigrantes que declaran jugar por Internet, desde representar el 4,3% en 2011, al 1,1%, en 2013. Esto indica procesos demográficos más profundos, probablemente la crisis económica que ha reducido los medios económicos y la capacidad adquisitiva de los inmigrantes y, con bastante probabilidad, está produciendo una salida del país, de los que no consiguieron estabilizar su situación laboral.

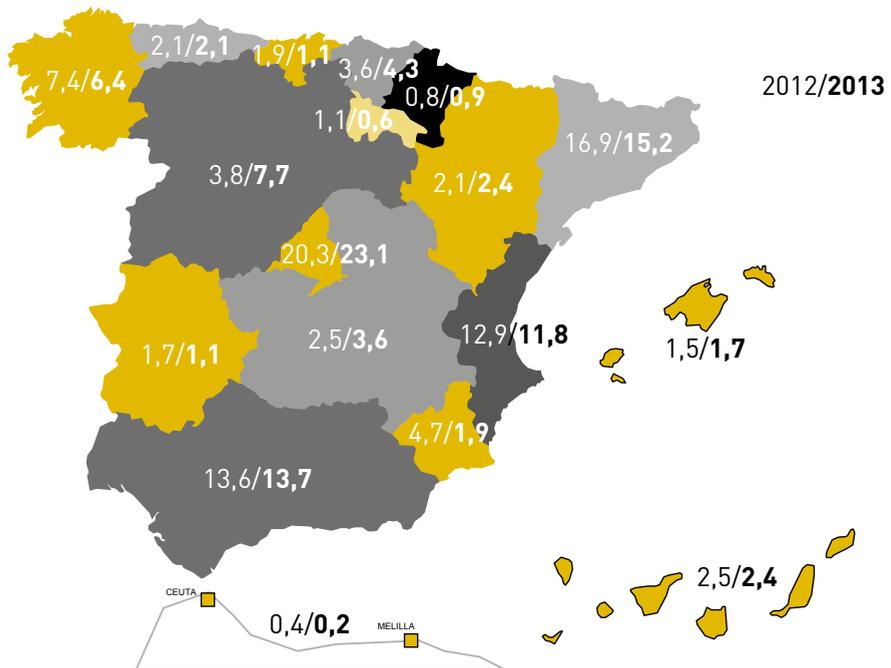
Tabla 26 / Características sociológicas de los jugadores *online* (%)

	2010	2011	2012	2013
Hombres	63,8	61,1	64,8	60,9
Mujeres	36,2	38,9	35,2	39,1
De 18 a 24 años	28,4	40,4	20,1	16,9
De 25 a 34 años	36,9	38,5	35,2	30,6
De 35 a 44 años	21,6	11,3	23,7	43,2
De 45 y más años	13,1	9,8	21,0	9,4
Status Alto	12,5	15,9	21,0	18,8
Status Medio alto	33,6	40,0	49,5	43,2
Status medio medio	47,2	27,4	22,1	23,7
Status medio bajo	6,0	9,3	7,2	6,8
Status bajo	0,7	0,4	0,2	0,6
Españoles		95,7	96,8	98,9
Inmigrantes		4,3	3,2	1,1
(n)	(460)	(460)	(472)	(468)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

La distribución geográfica de los jugadores es muy estable, sin apenas cambios, entre 2012 y 2013. El juego *online* gravita sobre Madrid (23,1%), Cataluña (15,2%), Andalucía (11,8%) y la Comunidad de Valencia (11,8%) (gráfico 14).

Gráfico 14 / Distribución geográfica de los jugadores por Internet (%)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 4.2. ¿A qué se juega por Internet?

Se apuesta *online*, a los mismos juegos que pueden jugarse presencialmente, pero en muy diferentes proporciones. Sucede que el espacio *online* parece ser un ecosistema en el que algunos juegos se desarrollan de forma natural. Las apuestas deportivas y el póquer, a través del canal *online*, parecen encontrarse en su “medio”, quedando a cierta distancia los juegos de casino y el bingo.

Metodológicamente, la pregunta sobre los juegos que se desarrollan *online* ha variado para hacerla más precisa, lo que dio lugar a un cambio en la gama de respuestas respecto a 2011 produciéndose, en 2012 y 2013, 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 *online* en los tres últimos meses (en ediciones anteriores eran seis) y, en segundo lugar, a estos entrevistados se les pedía que recordaran cuándo habían jugado por última vez, para localizar a los que lo hubieran hecho durante el último mes. Los resultados de estas preguntas se recogen en la **tabla 27**.

**Tabla 27 / Juegos que se juegan *online* (%)**

	Ha jugado en los seis últimos meses			En los tres últimos meses	
	2009	2010	2011	2012	2013
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom..)(*)	35,2	55,0	55,9	39,8	42,7
Lotería Nacional (*)	23,2	39,9	41,3	32,8	33,3
Quinielas (*)	21,1	24,8	30,0	24,4	23,1
Cupones de la ONCE (*)	12,2	17,9	22,0	16,7	15,2
Apuestas sobre deportes			32,0	50,0	52,8
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada			18,5	37,9	39,7
Póquer apostando en cada mano			18,9	33,9	38,0
Juegos de casino	11,4	9,5	17,2	27,1	29,9
Bingo	12,3	8,6	15,4	12,8	29,3
Máquinas similares a tragamonedas	8,2	7,3	10,0	15,5	13,7
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.			6,5	11,9	13,0
(n)	(460)	(464)	(460)	(472)	(468)

(\*) Tabla ordenada por el nivel de práctica en los tres últimos meses y juegos de operadores públicos o privados.  
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 4.2.1. Normalización de Internet como vía de acceso a los juegos públicos

Como se vio en 2012, Internet se ha normalizado como vía de acceso a los juegos de los operadores públicos, loterías primitivas, Nacional, Quiniela y cupones de la ONCE. Porcentajes relevantes de jugadores *online* declaran haber jugado a ellos en los tres últimos meses (42,7%, 33,3%, 23,1% y 15,2%, respectivamente), porcentajes muy similares a los que se obtuvieron

en 2012, con leves incrementos en las loterías primitivas (de 39,8% a 42,7%). Bajo la expresión “jugar” por Internet hay alguna ambigüedad, ya que en realidad se realizan actividades diferentes bajo esta expresión:

Qué hace exactamente al jugar a ... (%)	Loterías Primitivas	Lotería Nacional	Quinielas	Cupones ONCE
<b>Comprar décimos/boletos</b>				
2012	17,5	27,9	40,0	33,3
2013	21,9	25,0	33,3	20,0
<b>Comprobar si le había tocado (pero no comprar)</b>				
2012	20,4	14,7	16,0	20,0
2013	20,8	9,1	0,0	10,0
<b>Ambas cosas: comprar y comprobar si había tocado</b>				
2012	62,1	55,9	44,0	40,0
2013	56,3	59,1	66,7	70,0
<b>Ver en la web de SELAE/ONCE qué administración tenía el número</b>				
2012	0,0	1,5	0,0	6,7
2013	1,0	6,8	0,0	

Es decir, alrededor del 20% de quienes juegan *online*, realmente no juegan, en el sentido de comprar sus boletos por esta vía, sino que sólo utilizan Internet para comprobar si les ha tocado, pero hay una tendencia a que este comportamiento descienda y se utilice Internet también para comprar boletos, creciendo quienes comprueban los premios y también compran *online*, mientras que descienden, levemente, quienes compran en puestos de venta físicos.

Lo anterior hace pensar que se avanza en una simbiosis en estos juegos entre juego presencial, que permite mantener la relación con los vendedores y el hábito de comprar físicamente el boleto, y el juego *online*, que aquí opera como sustituto del periódico u otros medios de comunicación. Sin embargo, esta simbiosis es inestable, poco a poco, la comodidad del juego *online* podría desplazar la compra hacia este canal, en detrimento de las ventas presenciales.

Por otro lado, apostar 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, normalmente, aquellos a los que se atribuye una especial suerte, o con los que el comprador mantiene una relación. Este comportamiento está bastante asentado; como se observa en la tabla siguiente, apenas hay diferencias entre los datos de 2012 y 2013. Entre dos tercios y tres cuartas partes de estos jugadores, compra directamente en la web de SELAE o de ONCE y, el resto, en la web de las administraciones de SELAE. Este dato es similar al que se obtuvo en la encuesta a la población general sobre las compras del sorteo de Navidad:

A través de qué web jugó a ... (%)	Loterías Primitivas	Lotería Nacional	Quinielas	Cupones ONCE
<b>La web de Loterías y Apuestas del Estado/ONCE</b>				
2012	72,8	70,6	68,0	60,0
2013	71,9	68,2	66,7	50,0
<b>Una web de una administración</b>				
2012	14,6	11,8	32,0	33,3
2013	16,7	22,7	8,3	40,0
<b>Otras webs</b>				
2012	12,6	17,6	25,0	6,7
2013	11,5	9,1	28,0	10,0

La web del operador más utilizada para cumplimentar el boleto, corresponde a la de las loterías primitivas.

#### 4.2.2. Otros juegos específicos de Internet

El espacio *online* se ha convertido en un escenario natural para las apuestas deportivas y el póquer ya que, la mayor parte de los jugadores *online*, participan en estos juegos. Con un nivel de práctica inferior están los juegos de casino y el bingo y, bastante por debajo, las máquinas similares a las tragamonedas y las apuestas deportivas basadas en la competición entre animales (carreras de caballos y canódromos). Los datos de todos ellos muestran una tendencia ascendente entre los jugadores, con algún altibajo, poco relevante, en algún caso.

Algo más de la mitad de los jugadores *online* ha realizado apuestas sobre resultados deportivos en los tres últimos meses y, el 45,3%, en el último mes. La Quiniela comparte este tirón: han jugado a ella el 23,1% de los jugadores *online* en los tres últimos meses, pero sólo, el 13,8%, declara haber jugado Quiniela *online* en el último mes. Este es un cambio relevante en relación con los datos de 2012, que confirma la crisis de la Quiniela como producto.

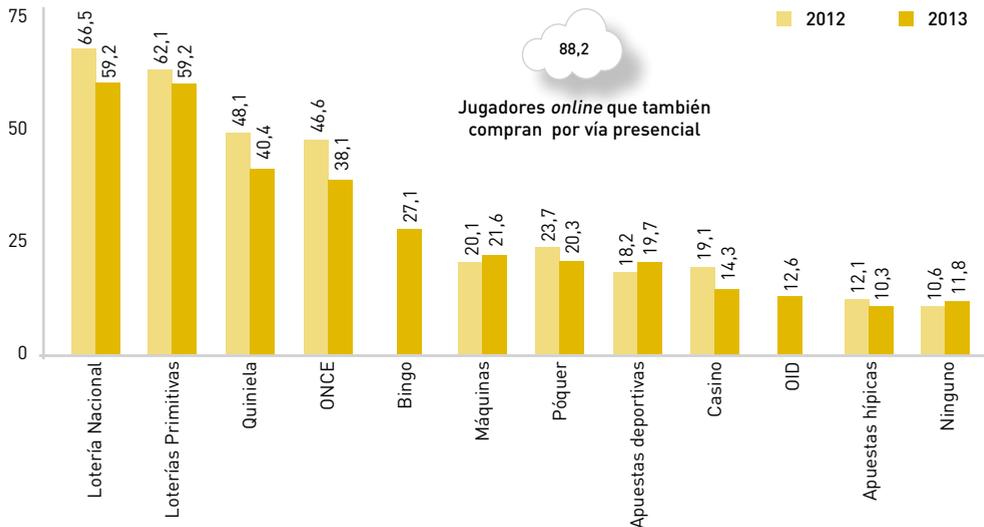
Al póquer, en sus diversas versiones, ha jugado la mayor parte de los jugadores *online*: en póquer rooms o torneos pagando inscripción el 39,7% y, apostando en cada mano (*cash*), el 38%.

### 4.3. Juego presencial y juego *online*

La simultaneidad, entre el juego *online* y el presencial, es muy elevada. En 2012, el 89,4% de los jugadores *online* declaraba que jugaba también a juegos presenciales, o compraba boletos personalmente; en 2013, el porcentaje es casi idéntico: 88,2%. Llama la atención que, aunque la compra de Lotería Nacional o primitivas, quinielas, cupones y otros productos de la ONCE es elevada, se registran sensibles descensos en cada uno de estos juegos. La práctica presencial de los demás juegos, se mantiene en los mismos niveles que en 2012, pero se detecta un leve descenso en el póquer y en los juegos de casino (**gráfico 15**). Aunque no está claro que se produzca

canibalización entre el juego *online* y el presencial, este indicador refleja que, en algunos casos, si se produce. En realidad, en los juegos públicos, tanto esta pregunta como la anteriormente analizada sobre la forma de apostar en juegos públicos (si compra *online* o sólo comprueba los resultados), sugieren que esta sustitución podría estar produciéndose lentamente.

**Gráfico 15 / Juego presencial entre los jugadores *online* (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

#### 4.4. Perfil sociológico de los juegos por Internet

En el espacio de internet, el perfil de los juegos es menos acusado que en el juego presencial; la razón es que el carácter de juego *online* es el que determina quiénes juegan, y su perfil, como se vio, es muy homogéneo. Con todo, algunos de los juegos tienen unos perfiles que los separan del perfil medio. Puede decirse que se trata de los sesgos propios de cada juego en el canal presencial, matizado por la homogeneidad de los jugadores *online*. Los perfiles son estables, similares a los que se observaron en 2012 (**tabla 28**):

Juego	Sectores a los que más se inclina la práctica <i>online</i>
Apuestas sobre deportes	Hombres, menores de 25 años, de status alto
Loterías Primitivas	Mujeres, mayores de 35 años, status medio, jugadores cotidianos o esporádicos
Póquer rooms, torneos, etc., pagando inscripción	Hombres, menores de 25 años, status alto, jugadores esporádicos o semanales
Póquer apostando en cada mano	Hombres, menores de 25 años, jugadores cotidianos
Lotería Nacional	Mujeres, más de 45 años, esporádicos
Juegos de casino	De 35 a 45 años, status alto o medio, cotidianos
Bingo	Menores de 25 años, status medio
Quiniela	Mujeres, mayores de 45 años, status medio, jugadores cotidianos
Cupones de la ONCE	Mujeres, mayores de 45 años
Máquinas tragamonedas	Mujeres, jugadores semanales
Apuestas hípicas	Jugadores semanales

**Tabla 28 / Características sociológicas de los jugadores de juegos online, según sexo, edad y origen (%)**

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...)(*)	42,7	40,0	47,0	29,1	40,6	46,0	59,1	42,8	40,0
Lotería Nacional (*)	33,3	29,1	39,9	36,7	35,0	32,7	25,0	33,3	60,0
Quinielas (*)	23,1	24,2	21,3	17,7	28,0	22,8	18,2	23,3	0,0
Cupones de la ONCE (*)	15,2	12,6	19,1	20,3	15,4	12,9	15,9	15,3	0,0
Apuestas sobre deportes	52,8	58,9	43,2	64,6	53,1	51,0	38,6	52,7	60,0
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada	39,7	42,8	35,0	46,8	48,3	33,2	29,5	39,7	40,0
Póquer apostando en cada mano	38,0	42,1	31,7	51,9	37,1	35,6	27,3	38,2	20,0
Juegos de casino	29,9	28,4	32,2	34,2	30,1	27,2	34,1	30,0	20,0
Máquinas slot, similares a tragamonedas	13,7	11,2	17,5	16,5	11,2	14,9	11,4	13,6	20,0
Bingo	29,3	22,1	40,4	30,4	30,1	28,2	29,5	29,6	0,0
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.	13,0	10,9	16,4	13,9	13,3	13,4	9,1	13,2	0,0
(n)	(468)	(285)	(183)	(79)	(143)	(202)	(44)	(463)	(5)

**Tabla 28 B/ Características sociológicas de los jugadores de juegos online, según status social y tipología de jugador (%)**

Han jugado en los tres últimos meses:	Total	Status alto	Status medio alto	Status medio	Status medio		Sin información	Cotidianos	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes
					bajo	alto					
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom...)(*)	42,7	42,0	45,0	43,2	37,5	34,4	34,4	53,8	40,2	36,0	29,2
Lotería Nacional (*)	33,3	39,8	31,7	32,4	25,0	40,6	40,6	43,7	26,5	31,0	23,1
Quinielas (*)	23,1	25,0	24,8	19,8	15,6	25,0	25,0	33,3	16,7	19,0	15,4
Cupones de la ONCE (*)	15,2	18,2	12,9	16,2	18,8	15,6	15,6	22,8	11,4	13,0	6,2
Apuestas sobre deportes	52,8	53,4	53,5	51,4	59,4	50,0	50,0	56,7	50,0	52,0	49,2
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada	39,7	45,5	35,1	37,8	62,5	40,6	40,6	46,8	37,1	34,0	35,4
Póquer apostando en cada mano	38,0	47,7	38,6	27,0	46,9	37,5	37,5	47,4	31,1	37,0	29,2
Juegos de casino	29,9	40,9	29,2	25,2	31,3	40,6	40,6	35,7	25,0	27,0	29,2
Máquinas slot, similares a tragamonedas	13,7	17,0	11,4	12,6	18,8	18,8	18,8	18,7	9,8	14,0	7,7
Bingo	29,3	26,1	31,2	25,2	34,4	31,3	31,3	39,8	25,0	24,0	18,5
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.	13,0	21,6	8,9	13,5	15,6	12,5	12,5	19,9	10,6	9,0	6,2
(n)	(468)	(88)	(202)	(111)	(32)	(35)	(35)	(171)	(132)	(100)	(65)

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

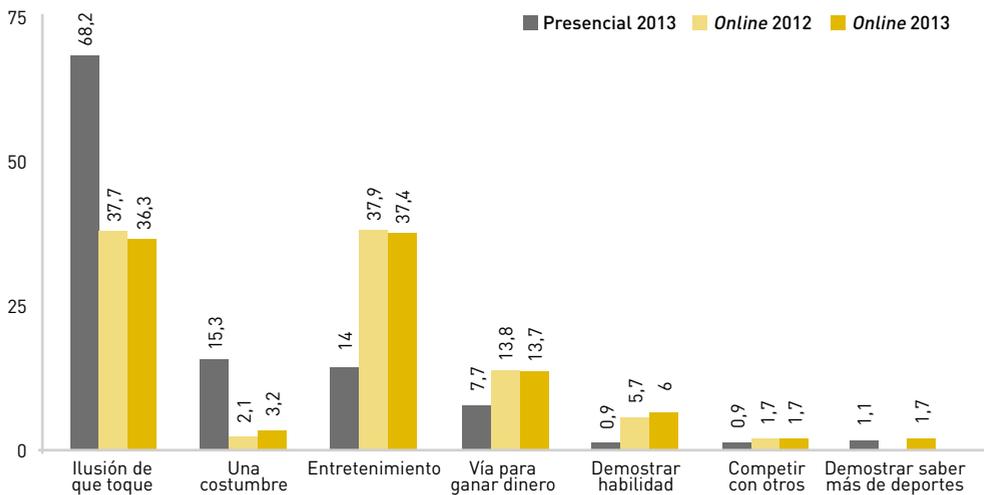
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 4.5. Motivaciones del juego por Internet

### 4.5.1. Las motivaciones de fondo

Las motivaciones que impulsan el juego *online* son diferentes a las que mueven el presencial. La ilusión por ganar premios y la costumbre impulsan las loterías, cupones de la ONCE y las máquinas tragamonedas en el juego presencial, pero en el *online*, están mitigadas. En Internet, domina el entretenimiento y lo que se podría calificar como cierta forma de racionalidad: competir y demostrar habilidad (**gráfico 16**). El potencial de entretenimiento hace que, el juego *online*, encaje en la tendencia al disfrute doméstico del ocio, que ha impulsado la crisis. Es una alternativa como ver la televisión o jugar con videoconsolas.

**Gráfico 16 / ¿Qué es el juego para los españoles? Diferencias entre el presencial y online (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

El tercer gran impulso del juego *online* es la ilusión de ganar, lo que es inherente al juego, pero con una intensidad inferior a la del juego presencial.

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

#### 4.5.2. La publicidad y el juego

Por primera vez se incluyó en el cuestionario una pregunta para analizar la influencia de la publicidad en el juego *online*. El recuerdo de la publicidad está condicionado por las grandes campañas de fin de año, ya que el trabajo de campo se realizó en febrero de 2014. El anuncio de la Lotería de Navidad es recordado por el 82,3% de los jugadores *online*. Proporciones algo menores alcanza el anuncio del Eurojackpot de la ONCE (52,6%) y el de la lotería de El Niño (51,1%). De manera genérica, el 57,3% de los jugadores *online* recuerda publicidad de webs de juego y, el 72,5% de quienes no las recuerdan, se acuerda de alguna publicidad de este tipo cuando se les pregunta de manera sugerida. Esto supone que el 85,5% de los jugadores *online*, tiene presente la publicidad de alguna página web de juego.

La vía principal de recuerdo de anuncios de publicidad de estas webs son los anuncios por televisión. No obstante, esta declaración de recuerdo, no es demasiado significativa, aunque es verdad que muchos jugadores *online* recuerdan esta publicidad por haberla visto en televisión. La respuesta automática a este tipo de preguntas, siempre es la televisión, la publicidad se asocia, naturalmente, a este medio. Ahora bien, de forma más precisa hay elevados recuerdos asociados a navegar por Internet en webs que no son de juego (50,8%) o, en webs de juego (24,2%), pero más específicamente a la vista en prensa deportiva (22,7%), las vallas publicitarias en recintos deportivos y en las camisetas de los jugadores en los partidos televisados (19,7%), la publicidad de apuestas y otros juegos en programas deportivos (9,8%), en vallas publicitarias en la calle y en medios de transporte (6,8%) o en anuncios de apuestas en los intermedios de los partidos televisados (6,8%).

Como muestra el **gráfico 17**, la publicidad de locales de juego (bingos, casinos o salones de juego) está a gran distancia de las anteriores, dado que sólo en la Comunidad de Madrid se permite legalmente su publicidad.

**Gráfico 17 / Recuerdo de publicidad de juego (%)**

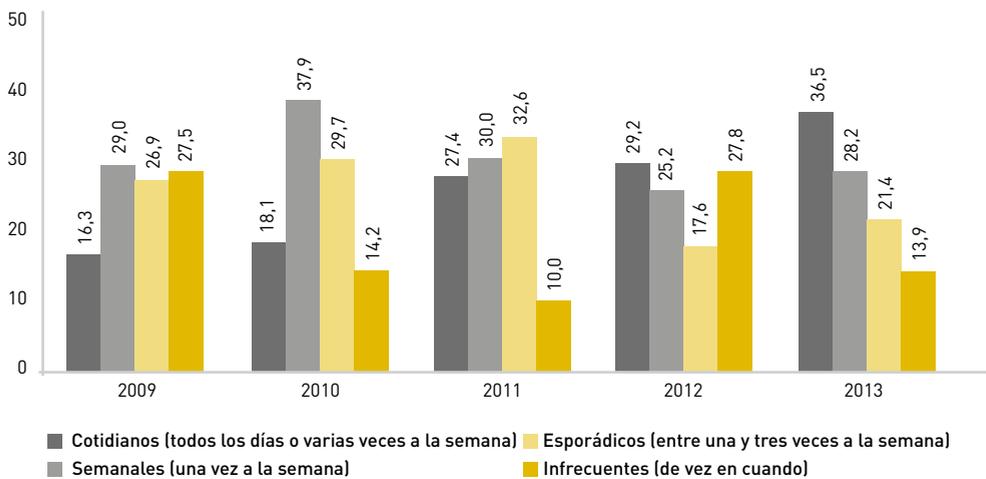


Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 4.6. Frecuencia del juego

Se mantiene la tendencia detectada en ediciones anteriores, la accesibilidad de jugar en casa y la fascinación de la pantalla favorecen que los juegos por Internet se hagan más atractivos y, por lo tanto, más cotidianos. Hay una creciente tendencia en los jugadores *online* a jugar todos los días o varias veces a la semana (**gráfico 18**). Su crecimiento va acompañado de la estabilización de los jugadores semanales pero, también, de una disminución de los esporádicos (juegan una vez al mes) e infrecuentes. La tendencia de fondo es al incremento de los jugadores que se consideran cotidianos (que juegan todos los días).

**Gráfico 18 / Frecuencia con la que juegan *online* (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

El perfil de cada una de estas tipologías se ha homogeneizado; apenas hay diferencias entre unos y otros, la mayor o menor tendencia a jugar, con más o menos frecuencia, depende de cada jugador, sin que operen, aparentemente, factores de otro tipo. La frecuencia de juego según sexo, edad o status social es muy similar, acaso con dos elementos relevantes:

- La menor frecuencia de juego de los jóvenes de 18 a 24 años, sin olvidar que la pregunta insiste en "arriesgando dinero".
- La sensible menor frecuencia de juego entre quienes se pueden clasificar en el status medio-bajo, en este caso, el elemento económico parece relevante como explicación.

Ahora bien, una variable que aparece como muy importante, es la de la existencia de problemas económicos en el hogar. La frecuencia de juego entre quienes viven en hogares con problemas en el pago de hipotecas, suministros domésticos o consumo, es sensiblemente mayor que la media (**tabla 29**). Con la información disponible, no es posible saber si se trata de una vía de escape a los problemas o, que se contempla el juego, como una vía de solución de esos mismos problemas.

Tabla 29 / Frecuencia de juego *online* según variables sociológicas (%)

	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez cada dos o tres semanas	Una vez al mes	De vez en cuando	Casi nunca	Exposición al juego <i>online</i> (escala de 0 a 100) (*)
Total	9,0	27,6	28,2	13,2	8,1	12,4	1,5	33,2
Hombres	9,1	28,1	28,4	13,7	6,0	13,3	1,4	33,6
Mujeres	8,7	26,8	27,9	12,6	11,5	10,9	1,6	32,5
De 18 a 24 años	5,1	25,3	22,8	13,9	8,9	21,5	2,5	27,2
De 25 a 34 años	9,1	28,7	22,4	16,1	9,8	12,6	1,4	33,2
De 35 a 44 años	10,9	26,7	32,7	12,4	7,4	9,4	0,5	35,3
Mayores de 44 años	6,8	31,8	36,4	6,8	4,5	9,1	4,5	34,4
Status alto	17,0	27,3	19,3	12,5	13,6	9,1	1,1	39,4
Status medio alto	5,0	32,7	31,7	14,4	5,4	10,4	0,5	32,9
Status medio medio	9,9	23,4	28,8	9,9	9,0	15,3	3,6	31,6
Status medio bajo y bajo	2,9	17,1	34,3	17,1	2,9	22,9	2,9	22,4
<b>Viven en hogares que tienen retrasos en el pago de:</b>								
- Hipoteca	23,7	21,1	28,9	13,2	7,9	5,3	0,0	43,9
- Compras	27,3	27,3	18,2	9,1	9,1	9,1	9,1	48,8
- Servicios de suministros	29,0	22,6	32,3	9,7	3,2	3,2	3,2	50,2

La idiosincrasia de los jugadores se muestra como un elemento determinante para explicar la frecuencia de juego *online*. Lo más revelador que se puede codificar, tal vez sea, qué es el juego para cada jugador. Como se observa en la **tabla 30**, esta variable es determinante. Quienes consideran el juego como un entretenimiento están mucho menos implicados y juegan con menor frecuencia. Por el contrario, para quienes el juego tiene algo de demostración de habilidad o de conocimientos (de deportes, de las reglas de algún juego, etc.), es decir, para quienes la implicación en el juego es elevada, la frecuencia de juego es mucho mayor. Cerca de éstos, se sitúan también quienes consideran el juego como vía para ganar dinero.

Tabla 30 / Frecuencia de juego según “qué sea el juego” para el jugador *online* (%)

Significado del juego	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez cada dos o tres semanas	Una vez al mes	De vez en cuando	Casi nunca	Exposición al juego <i>online</i> (escala de 0 a 100) (*)
Demostrar que sabes más de deportes o de juegos	8,0	12,5	37,5	37,5	0,0	12,5	0,0	43,1
Demostrar habilidad y conocimiento en ciertos juegos	17,9	28,6	32,1	3,6	14,3	3,6	0,0	42,6
Una costumbre, agrada la idea de tener suerte	13,3	33,3	33,3	6,7	13,3	0,0	0,0	41,3
Una manera de ganar dinero	14,1	28,1	26,6	15,6	4,7	9,4	1,6	38,3
Una forma de competir con otros jugadores	0,0	50,0	12,5	12,5	0,0	25,0	0,0	34,4
Tentar la suerte, la ilusión de que toque	8,2	30,0	28,8	13,5	7,6	7,6	11,8	34,0
Un entretenimiento	6,3	22,9	27,4	14,9	8,6	16,6	3,4	27,8

Para tablas 29 y 30:

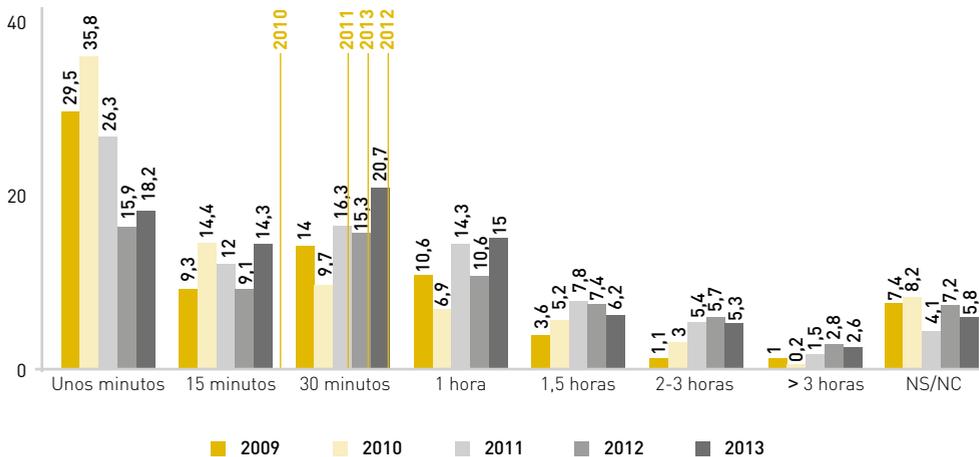
(\*) Se trata de un índice que discurre de 0 a 100. Su valor es 0 si el 100% juega “casi nunca”, y 100 si el 100% juega “todos los días”.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 4.7. Tiempo destinado a jugar en Internet

La percepción subjetiva del tiempo diario destinado en un día laborable al juego *online* ha experimentado una leve disminución, pasando de 51,7 minutos en 2012, a 45,5 en 2013, de media, muy cerca del dato de 2011, 43,4. La distribución de tiempos de juego en cada uno de estos años se recoge en el **gráfico 19**. Este tiempo es mayor entre los hombres (47,7 min.), en los jugadores de edad intermedia, de 25 a 34 años (51 min.), y en los inmigrantes (58,1 min.) para quienes es una manera de socializar con compatriotas residentes en su país o en otros países. Sin embargo, la variable más llamativa es el considerable tiempo, muy por encima de la media, que destinan las personas que viven en hogares con problemas económicos, que se une a la, ya comentada, mayor frecuencia de acceso a las webs de juego. La información disponible no permite profundizar sobre qué causas explican esta tendencia (**tabla 31**).

**Gráfico 19 / Tiempo dedicado al juego por Internet (día laborable) (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

## 4.8. Confianza en las webs de juego

Las webs de juego siguen inspirando poca confianza a los jugadores. Entre 2012 y 2013, el porcentaje ha aumentado levemente, pero no pasa del 56,7%, los que confían mucho o bastante en las webs que conocen y, el 62,4%, en las que juegan. Las medias de 0 a 10, sitúan la confianza del conjunto de los jugadores en limitados: 6,3 y 6,6, respectivamente, con mejoras de 8 y 5 décimas respecto a 2012. A la vez que hay desconfianza, hay desconocimiento sobre los operadores. El 27,4% reconoce que no sabe dónde están las webs en las que juega y, el 43,8%, cree que están en España (**tabla 32**).

**Tabla 31 / Apreciación media del tiempo dedicado a jugar en internet por sesión (Media Minutos)**

	2010	2011	2012	2013
Total	28,3	43,4	51,7	45,5
Hombres	31,7	43,0	52,9	47,7
Mujeres	22,1	44,5	49,6	42,4
De 18 a 24 años	37,5	46,5	64,6	45,4
De 25 a 34 años	30,5	43,6	55,2	51,0
De 35 a 44 años	19,0	45,6	45,9	44,7
Más de 45 años	17,3	29,0	38,2	32,2
Españoles	28,4	44,0	51,2	45,4
Inmigrantes	27,4	36,3	59,3	58,1
Status alto		49,4	56,3	48,5
Status medio alto		38,4	46,0	46,6
Status medio		45,5	63,9	54,5
Status medio bajo		41,6	50,6	45,4
Sin información (*)			43,3	30,0
Cotidianos	57,6	69,4	66,1	54,7
Semanales	18,1	29,3	38,2	40,3
Esporádicos	24,2	36,1	52,3	36,2
Infrecuentes	16,7	44,6	29,9	35,6
<b>Viven en hogares con problemas en el pago de:</b>				
- Hipotecas				66,6
- Compras				64,3
- Suministros domésticos				84,0

(\*) Por problemas de codificación un fragmento de entrevistados no han podido clasificarse por su status social.  
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Tabla 32 / Confianza en las webs de juego (%)**

	2012	2013
<b>Webs de juego y apuestas online que conoce</b>		
Me fío mucho	7,2	10,5
Me fío bastante	38,8	46,2
Me fío regular	32,0	32,9
Me fío poco	12,9	7,1
No me fío nada	9,1	3,4
Media (escala 0 a 10)	5,5	6,3
(n)	(472)	(468)
<b>Webs de juego y apuestas online con las que juega</b>		
Me fío mucho	11,9	12,8
Me fío bastante	43,0	49,6
Me fío regular	29,0	29,5
Me fío poco	10,2	5,6
No me fío nada	5,9	2,6
Media (escala 0 a 10)	6,1	6,6
(n)	(472)	(468)
<b>Conocimiento de la sede del operador con el que juega más frecuentemente</b>		
Está en España	41,7	43,8
Está fuera de España	14,6	12,2
Unos en España y otros fuera	14,6	15,6
No lo sé	29,0	27,4
(n)	(472)	(468)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

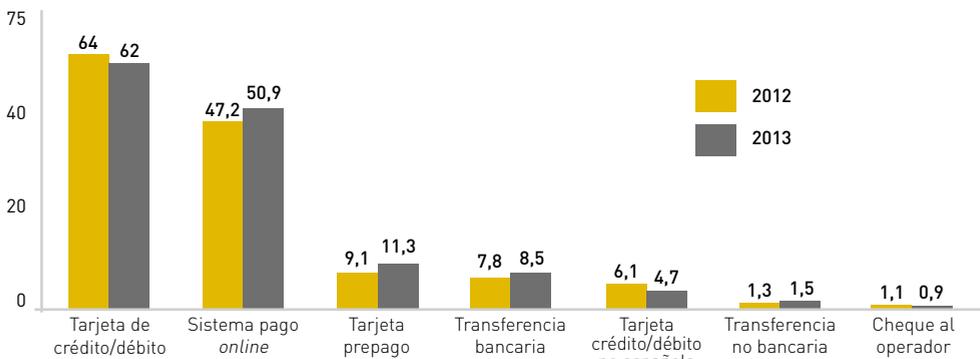
<sup>13</sup> AIMC (2013): *Navegantes en la Red*, Madrid.

## 4.9. Cantidades jugadas

### 4.9.1. Medios de pago

Los medios de pago utilizados por los jugadores *online* son similares a los utilizados en el comercio electrónico<sup>13</sup> y, como se observa en el **gráfico 20**, apenas han experimentado variación entre 2012 y 2013. Los más utilizados son la tarjeta de crédito/débito de los servicios de pago españoles (62%), y los sistemas de pago *online* con un 50,9% (PayPal y similares). Porcentajes minoritarios de las transacciones, se realizan con las tarjetas prepago (11,3%), a través de transferencias bancarias (8,5%) y, con tarjetas de crédito/débito no españolas (4,7%).

**Gráfico 20 / Medios utilizados para pagar en las webs de juego *online* (%)**



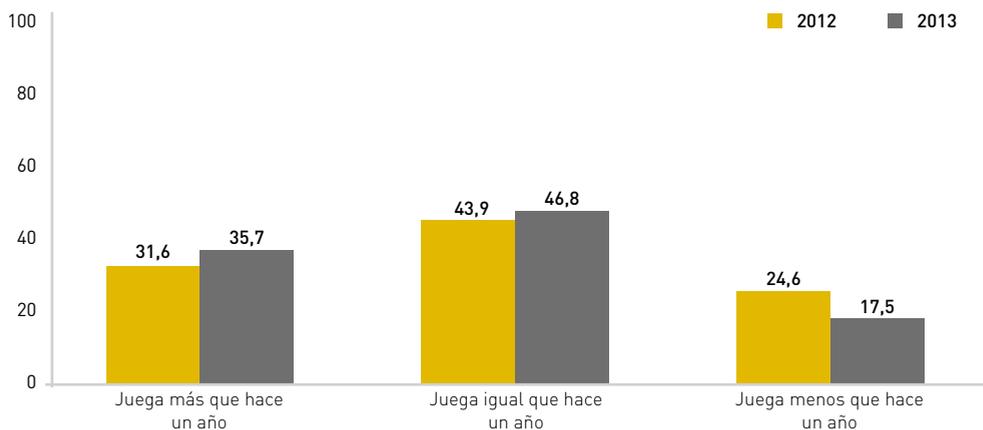
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

### 4.9.2. Estimación de las cantidades jugadas *online* por jugador

La percepción de los jugadores *online* es que juegan igual (46,8%) o más (35,7%) que hace un año y sólo, un 17,5%, cree que juega menos (**gráfico 21**), pero esto es una apreciación subjetiva. Los datos reales son algo ambiguos. A partir de septiembre de 2012, el volumen de dinero realmente jugado *online*, globalmente, se estabilizó alrededor de 20 millones de €/mes, con algunas oscilaciones (**gráfico 22**), lo que lleva a pensar que por jugador se han arriesgado, y perdido, más o menos, las mismas cantidades. No obstante, como se vio antes, en el gráfico 13, la cantidad de jugadores activos mensualmente disminuyó fuertemente a finales de 2012, descenso que no se ha recuperado. La cantidad de jugadores activos cada mes se estabilizó durante 2013 alrededor de 300.000, mientras que en los últimos meses de 2012, se pasó de 450.000. Un resultado de esta disminución del número de jugadores activos/mes, lleva a que la cantidad media jugada por jugador/mes, creciera entre 2012 y 2013, incluso, no aumentando el volumen global de juego. Como se observa en el **gráfico 23**, la media, entre junio y diciembre de 2012, fue de 42,1 €/mes, mientras que en igual periodo de 2013, alcanzó 67,3 €/mes, un incremento espectacular,

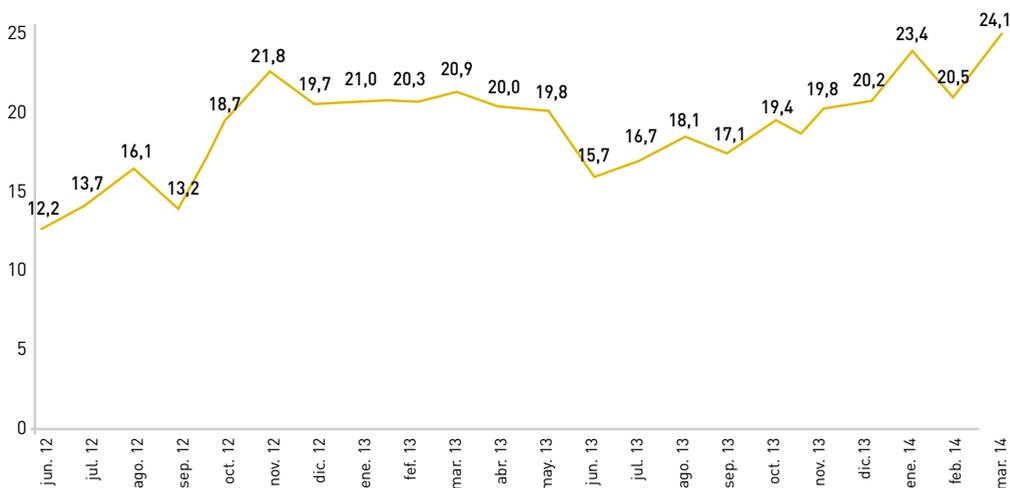
del 59,9% por jugador, aunque en las cifras globales de GGR no se observe. Esta evolución sería coherente con la percepción subjetiva de los jugadores *online* de que han incrementado sus gastos en juego.

**Gráfico 21 / Percepción de la evolución del gasto en juego en el último año, en juego presencial y online (%)**



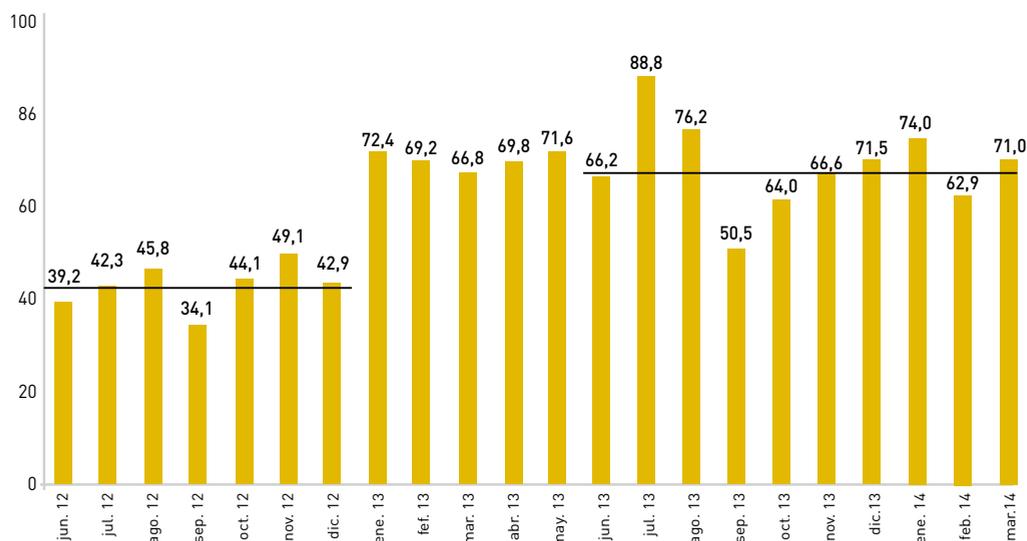
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

**Gráfico 22 / Ingresos netos por juego online en las webs con autorizaciones de la Dir. Gral. Ordenación del Juego (millones de Euros)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la DGOJ.

**Gráfico 23 / Gasto medio en juego online por jugador activo cada mes en las webs autorizadas por la DGOJ (Euros)**



Fuente: DGOJ: Memoria de Análisis y del Impacto Normativo del Proyecto de Orden Ministerial de Reglamentación Básica de las Máquinas de Azar (slots *online*), marzo 2014.

Cuando se pregunta a los entrevistados por la cantidad que jugaron en el último mes que recuerdan haber jugado *online* en los tres últimos meses, las respuestas tienen gran similitud con las registradas el año 2012: 106,3 €/mes de media, incluyendo algunas cantidades que serían consideradas atípicas, según los criterios de Tuckey y, 33,8 €/mes, si se acota la media, según los criterios recomendados por este autor (tabla 33). Por tanto, desde este punto de vista, la información que suministran los entrevistados no se ajustaría con la información sobre los jugadores activos cada mes que facilita la DGOJ.

**Tabla 33 / Gasto mensual declarado en juego online (%)**

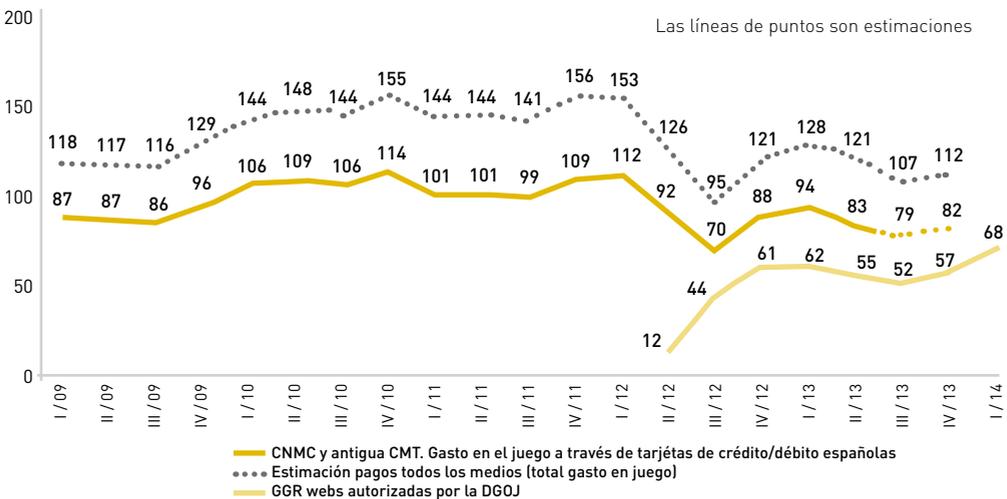
	2009	2010	2011	2012	2013
1 a 5 Euros	21,6	14,9	16,1	21,1	12,7
6 a 12 Euros	22,2	22,6	18,1	18,2	17,0
13 a 30 Euros	21,1	33,2	28,3	24,4	41,2
31 a 60 Euros	12,0	15,3	18,1	16,3	21,9
61 a 100 Euros	5,1	5,2	8,8	11,3	10,9
101 a 500 Euros	2,7	5,4	8,7	6,3	11,2
501 a 1.000 Euros	0,9	0,9	0,4	0,4	0,4
Más de 1.000 Euros	0,2	0,6	0,9	1,2	1,0
NS/NC	14,2	1,9	0,6	0,8	
Media global (sin excluir atípicos)	47,3	67,1	72,3	107,4	106,3
Media mensual (excluidos atípicos)	22,78	24,97	24,93	31,8	33,8

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

4.9.3. Estimación de las cantidades globales jugadas online

Para estimar las cantidades jugadas online, se dispone de tres fuentes de información, reunidas en el gráfico 24. Por un lado, la información facilitada por la DGOJ sobre los ingresos netos de los operadores (GGR). En segundo lugar, el volumen de negocio generado por los juegos de azar y apuestas, canalizado a través de las tarjetas de crédito/débito de los sistemas de pago españoles (Sermapa-Servired, Sistema 4B, y CECA-Sistema Euro 6000), que facilitan su información a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (anteriormente a la Comisión de Mercado de las Telecomunicaciones) que, a su vez, lo publica en sus informes trimestrales sobre el comercio electrónico. Cabe pensar que esta información recoge todas las transacciones entre jugadores y operadores a través de estos sistemas de pago. Por último, los datos sobre sistemas de pago utilizados para el juego online, muy consistentes, ya que son muy similares a los datos disponibles sobre el comercio electrónico facilitados por la investigación *Navegantes en la Red*, de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) que publica los EGM. A partir de esta información, se puede hacer una estimación del volumen de dinero que se canaliza por otros canales de pago, con lo que se obtendría el volumen total de dinero que se mueve en el juego de azar online. Es verdad que en las transacciones registradas por la CNMC (antigua CMT) se incluyen las transferencias por juegos sociales y otros conceptos, pero estas transferencias son porcentajes poco relevantes del volumen global generado por el juego online. Como se observa en el gráfico 23, la correlación entre el GGR de los operadores online, a partir de los datos de la DGOJ y los recursos que se mueven a través de las tarjetas de crédito/débito españolas, es altísima, entre el cuarto trimestre de 2012 y el segundo de 2013, último del que se tiene información de la CNMC (CMT). Apoyándonos en esta elevada correlación, es posible estimar fiablemente los datos que faltan hasta el IV trimestre de 2013.

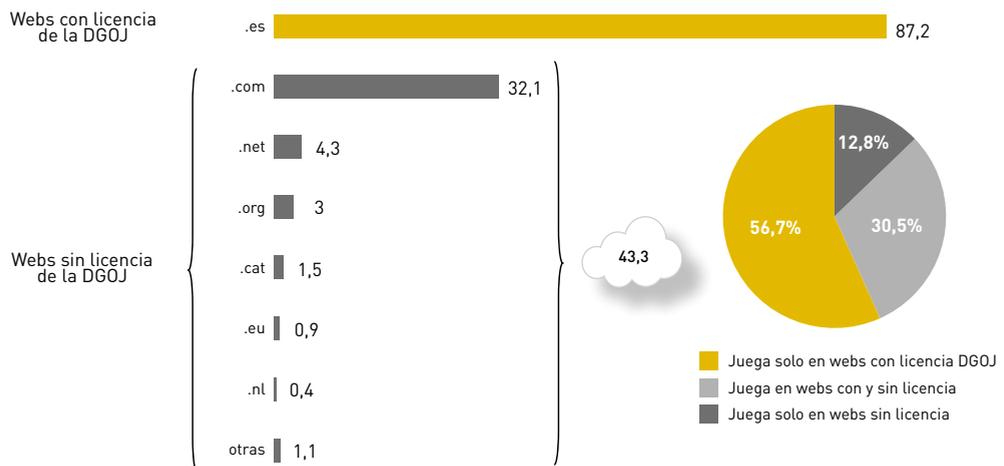
**Gráfico 24 / Estimación del gasto en juego online. Ingresos netos de los operadores (GGR), gasto a través de tarjetas de crédito/débito y estimación global (millones de Euros)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza. A partir de datos de CNMC, *Informes trimestrales sobre comercio electrónico: Gasto a través de tarjetas de crédito/débito españolas*. DGOJ: GGR webs autorizadas DGOJ. Las líneas de puntos son estimaciones propias.

La conclusión de los datos anteriores es que, aparentemente, sólo una parte del dinero que se mueve a través del juego *online* aparece en los datos de la DGOJ. Al menos, esto se explica en parte por el funcionamiento en España de webs ilegales. Una elevada proporción de jugadores *online* (43,3%) juega en webs no autorizadas (que no terminan en “.es”) y, un 12,8%, no juega nunca en webs acabadas en “.es”, lo que significa que juegan, sistemáticamente, en webs ilegales que no han sido autorizadas por la DGOJ (gráfico 25).

### Gráfico 25 / Terminaciones de las webs utilizadas para jugar *online* (% de jugadores *online*)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España V*, 2014, Instituto de Política y Gobernanza.

#### 4.9.4. Estimación de las cantidades gastadas por los jugadores a través de Internet

Para estimar las cantidades jugadas *online* se dispone de varias fuentes. En el gráfico 24 se reúnen tres: 1º, la información facilitada por la DGOJ sobre los ingresos netos de los operadores de juego *online* autorizados (GGR); 2º, el volumen de transferencias generado por los juegos de azar y apuestas canalizado a través de las tarjetas de crédito y débito de los medios de pago españoles (Sermapa-Servired, Sistema 4B, y CECA-Sistema Euro 6000) que facilitan su información a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (anteriormente a la Comisión de Mercado de las Telecomunicaciones) que, a su vez, lo publica en sus informes trimestrales sobre el comercio electrónico. Esta información recoge todas las transacciones entre jugadores y operadores a través de estos sistemas de pago, que agrupan a la práctica totalidad de los medios de pago de tarjetas bancarias que operan en España, pero no incluye pagos a través de transferencias bancarias, reembolso o medios de pago específicos de Internet, ni otros sistemas de pago a través de tarjetas; y 3º, los datos sobre sistemas de pago utilizados para el juego *online*, descritos en el punto 4.1., muy consistentes ya que son muy similares a los datos disponibles sobre el comercio electrónico facilitados por la investigación *Navegantes en la Red*, de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) que publica los EGM. A partir de esta información se puede hacer una estimación del volumen de dinero que se canaliza por otros sistemas de pago (PayPal, etc.) con lo que se obtendría el volumen total de dinero que se mueve en el juego de azar, partiendo de la hipótesis de que los usuarios de estos sistemas de pago gastan lo mismo que los que los utilizan las tarjetas bancarias españolas.

De este modo, la estimación anual, para 2013, de movimientos generados por el juego a través de sistemas electrónicos de pago es de 477 millones de €. Ahí se incluyen los 226 millones de GGR generados por las webs autorizadas por la DGOJ, de los que ha dado cuenta en sus informes trimestrales. Como se observa en el gráfico 24, la correlación de los movimientos entre ambas cantidades es altísima, aunque ha habido que estimar los dos últimos trimestres de 2013 por no estar disponibles en la CNMC.

Además del juego *online* controlado por la DGOJ, hay otros movimientos de dinero a través de sistemas electrónicos.

Los datos de 2012, no hay más recientes, indican que se movieron 76 millones de € como pago por ventas de loterías y apuestas deportivas directamente a SELAE. Dada la evolución de estos datos, con toda seguridad esta cantidad creció en 2013, pero SELAE aún no ha publicado su Memoria Anual.

Como se vio en el punto 4.2.1., aproximadamente un 70% de los jugadores de Loterías y Quiniela que utilizan Internet para comprar lo hace a través de la web de SELAE, pero un 30% utiliza las de administraciones u otras webs que venden productos de SELAE. Es decir, un 30% de estos movimientos no están incluidos en los 76 millones de € citados antes. Suponiendo que estos compradores adquiriesen iguales volúmenes que los que compran directamente a SELAE, se podría estimar unas ventas de 32,6 millones de €.

El volumen de compras de la ONCE, según su Memoria Anual de 2012, es de 0,3 millones de €. Si se procede igual que con SELAE, el 60% de los adquirientes de productos ONCE por Internet utiliza la web de ONCE, pero el 40% utiliza otras webs, normalmente de vendedores de ONCE. Esto equivaldría a 0,1 millones de €. En suma, en compras de cupones y otros productos de la ONCE, se movió por Internet 0,4 millones de €, aproximadamente.

Los juegos sociales también mueven un considerable volumen de recursos por Internet. Sobre ello se ha escrito considerablemente. Tal vez el informe más sólido sobre los movimientos de dinero que genera sea el *blue paper* de Morgan Stanley bajo el título *Social Gaming*, publicado en noviembre de 2012. Sus datos permiten concluir que los juegos sociales mueven a escala mundial un 20% de las cantidades que van al juego *online*. Basándonos en esos cálculos, sujetos desde luego a márgenes de error, se podría estimar que en España mueven alrededor de 45 millones de €, tomando como referencia el GGR de las webs autorizadas y controladas por la DGOJ.

La suma de las cantidades y estimaciones anteriores, con el desfase temporal de los datos de SELAE y la ONCE, suma 380 millones de €. Hasta los 477 millones de € que se mueven a través de sistemas de pago electrónico españoles y otros sistemas de pago, que muestra un desfase de 97 millones, es decir, del orden del 20%, seguramente algo menor por el retraso de los datos de SELAE y ONCE.

Obviamente, parte de este desajuste puede explicarse por los movimientos entre jugadores y operadores, pago de premios, etc., lo que puede reducirlo. No obstante, cabe pensar que una parte se debe a juego *online* no controlado. Una elevada proporción de jugadores *online* juega en webs no autorizadas (que no terminan en “.es”) (43,3%), y un 12,8% no juega nunca en webs acabadas en “.es”. es decir, parece jugar sistemáticamente en webs no autorizadas por la DGOJ.

# 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 residente en España

- Universo	Residentes en España de 18 a 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.
- Fecha de realización	20 – 25 de enero de 2014
- Red de campo	Millward Brown.

## Características del juego *online*

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

- Universo	Personas que hayan jugado algún juego al azar por Internet en los últimos tres meses arriesgando dinero.
- Dimensión de la muestra	468 individuos
- Margen de error	+/- 4.7%
- Cuestionario	7 minutos.
- Aplicación	Automministrado en web / hogar
	Envío de un link a la población interesada.
- Fechas de realización	10 a 20 de febrero de 2014
- Red de Campo	NetQuest.

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

# Cuestionarios

## Cuestionario para la población general

**1. De los juegos que le voy a mencionar, ¿puede decirme cuál ha jugado alguna vez durante este año, arriesgando dinero, de forma presencial, es decir, comprando boletos o yendo a un local? (SUGERIDA)**

**2. ¿Juega usted habitualmente arriesgando dinero a alguno de estos juegos? (REPERTIR PARA CADA JUEGO CITADO EN P. 1).**

	P. 1. Alguna vez	P. 2. Habitual
Lotería de Navidad, la que se sortea el 22 de diciembre	1	
Lotería del Niño, la que se sortea el 6 de enero	2	
Los sorteos semanales de		
Lotería	3	1
Loa Grossa, la Lotería de Cataluña (SOLO EN CATALUÑA)	4	
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la		
Primitiva	5	2
Los cupones y otros juegos de la		
ONCE	6	3
Los cupones de organizaciones de discapacitados,		
como la OID, que dan premios con el sorteo de la		
ONCE	7	4
Quiniela	8	5
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales,		
pero no en casinos	9	6
Juega al póker en casinos	10	7
Juega al bingo, es decir, va a bingos para jugar o entretenerse	11	8
Va a casinos a jugar juegos de mesa como black jack, ruleta		
francesa o americana,	12	9
Echa dinero a las máquinas tragamonedas de bares o		
cafeterías	13	10
Ha ido a jugar a algún salón de juego, un		
establecimiento en el que hay máquinas para jugar		
a distintos juegos echando monedas y que dan		
premio	14	11
Apuesta a resultados de deportes en locales de apuestas	15	12
Juega a alguno de estos juegos por Internet, on line: lotería,		
póquer, juegos de casino, etc.	16	
Juega por televisión, por la noche, a juegos de casino, como		
ruletas, o a juegos de preguntas y respuestas con premio	17	
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99)	99	99

**3.1. ¿Ha jugado a alguno de estos juegos por Internet arriesgando dinero, en los últimos meses?** (REPETIR CADA JUEGO, AUNQUE NO HAYA CITADO EN P1 O P2)

	P. 3. Internet
Lotería nacional, ya sea Navidad, el Niño o los sorteos semanales .....	1
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva .....	2
Los cupones y otros juegos de la ONCE	3
Quiniela .....	4
Juega al póquer en webs on line, ya sea partidas, póquer rooms o torneos .....	6
Juega al bingo por Internet .....	7
Juega por Internet juegos de mesa, como black jack, ruletas, etc.	8
Juega a máquinas tragamonedas o de azar por Internet .....	9
Apuesta a resultados deportivos por Internet .....	10
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.....	12
No juego ninguno habitualmente .....	99

SI EN P. 1 CÓD. 16 O EN P. 3. ALGÚN CÓDIGO DE 1 a 12.

**3.2. ¿Se ha registrado en alguna web de juego on line, por Internet en algún momento?, es decir, ¿se ha apuntado a jugar en alguna web para tener una cuenta en ella y poder jugar?**

Sí	1
No	2

3.3. ¿Puede decirme qué web o en que webs de juegos arriesgando dinero o de apuestas se ha registrado para jugar? (R. ESPONTANEA)

SI EN 3.3. CÓD. 98 o 99.

**3.4. ¿Recuerda si la página web en la que usted está apuntado termina en .es; .com; .net; .org, u otras terminaciones?, ¿En cuál?**

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

TODOS

**4. 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 P 4 CÓD. 8

**5. ¿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)

SI NO CORREPONDE P. 6. SALTA A P. 9.1.

**6.- 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 |

**7. - ¿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)

No contesta 99

**8.- 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 |

TODOS EXCEPTO SI EN P. 1. CÓD. 13 (MÁQUINAS DE JUEGO EN HOSTELERÍA)

**9.1. ¿Con qué frecuencia visita bares, cafeterías o restaurantes o establecimientos similares 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. 9.4 si corresponde |

SI EN P 9.1. CÓDS. 1 A 6

**9.2. ¿Recuerda si en alguno de estos 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?**

- |      |   |                               |
|------|---|-------------------------------|
| - Si | 1 |                               |
| - No | 2 | PASAR A P. 9.4 si corresponde |

SI EN P 9.2. CÓD. 1.

**9.3. ¿Recuerda si ha echado monedas en alguna ocasión a estas máquinas?**

- |      |   |  |
|------|---|--|
| - Si | 1 | HACER BLOQUE DE MÁQUINAS<br>CON PREMIO / BARES P. 25 |
| - No | 2 | PASAR A P. 9.4 si corresponde                        |

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 11. BINGOS

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

- |      |   |                               |
|------|---|-------------------------------|
| - Si | 1 | HACER BLOQUE DE BINGOS P. 23. |
| - No | 2 | PASAR A P. 9                  |

TODOS: APUESTAS DEPORTIVAS: RECUERDO DE MARCAS

**10.1. ¿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?**

- |      |   |               |
|------|---|---------------|
| - Si | 1 |               |
| - No | 2 | PASAR A P. 11 |

SI EN P 9 CÓD. 1

**10.2. ¿Recuerda el nombre de la marca, es decir de la cadena de apuestas deportivas a la que pertenecía el local? (ESPONTÁNEA)**

- |                     |   |
|---------------------|---|
| Apuestas de Galicia | 1 |
| Apuestas de Murcia  | 2 |
| Apuestas de Navarra | 3 |
| Apuestas Valor      | 4 |
| Betplus             | 5 |
| Bwin                | 6 |
| Codere apuestas     | 7 |
| Juegging            | 8 |

Kiroljokoa	9
Luckia	10
Magarin – Codere Apuestas	11
Oé	12
Orenes	13
Reta	14
Solwin Galicia	15
Solwin Valencia	16
Sportium	17
Victoria	18
Vive la suerte	19
Winners	20
Otras (ESPECIFICAR)	99

RECUERDO SUGERIDO.

NO INCLUIR LAS QUE RECUERDE EN P. 10.2. HACER SÓLO EN LOS PUNTOS DE MUESTREO DE LAS COMUNIDADES QUE SE SEÑALAN. EN EL RESTO DE COMUNIDADES NO SE HACE LA PREGUNTA

### 10.3. ¿Recuerda haber visto locales de apuestas deportivas de ...?

Apuestas de Galicia	1	Comunidad en la que se incluye Galicia	
Apuestas de Murcia	2	Murcia	SÓLO CCAA: 14
Apuestas de Navarra	3	Navarra	SOLO CCAA: 15 Y16
Apuestas Valor	4	Murcia	SÓLO CCAA: 14
Betplus	5	Madrid	SÓLO CCAA: 13
Bwin	6	Aragón, Madrid	
Codere apuestas	7	Madrid, País Vasco, Navarra, Valencia, Aragón, Galicia	SÓLO CCAA: 13, 16, 15, 10 Y 2
Jueging	8	Valencia	SÓLO CCAA: 10
Kiroljokoa	9	País Vasco y Navarra	SOLO CCAA: 15 Y16
Luckia	10	Galicia, Madrid, Valencia	
Magarin – Codere	11	Murcia	
Apuestas			
Oé	12	Madrid	SÓLO CCAA: 13
Orenes	13	Murcia	SÓLO CCAA: 14
Reta	14	País Vasco, Navarra	SOLO CCAA: 15 Y 16
Solwin Galicia	15	Galicia	
Solwin Valencia	16	Valencia	
Sportium	17	Aragón, Madrid, Valencia, Galicia, Murcia	SÓLO CCAA: 2, 13 Y 10
Victoria	18	Madrid, País Vasco, Navarra, Valencia, Aragón	SÓLO CCAA: 13, 16, 15, 10 Y 2
Vive la suerte	19	Murcia	SÓLO CCAA: 14
Winners	20	Madrid, Valencia	SÓLO CCAA: 13,
Otras	99		

TODOS MENOS P. 1. CÓD. 15 0 P.10.1. CÓD. 2

### 10.4. ¿Ha apostado alguna vez en alguna de estas salas de apuestas?

- Si	1	HACER BLOQUE DE APUESTAS P. 27
- No	2	PASAR A P. 11

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 14. SALONES DE JUEGO

**11.1. ¿Recuerda haber visto cerca de donde usted vive, trabaja o estudia, o en alguna calle o centro comercial algún salón de juegos, es decir, un establecimiento en el que se juega en máquinas recreativas con premio?**

- |      |   |               |
|------|---|---------------|
| - Si | 1 |               |
| - No | 2 | PASAR A P. 12 |

**11.2. ¿Ha ido alguna vez a un salón de juegos con amigos o usted solo?**

- |      |   |  |
|------|---|--|
| - Si | 1 | HACER BLOQUE DE SALONES DE PREMIO. P. 26 |
| - No | 2 | PASAR A P. 12                            |

TODOS EXCEPTOS SI EN P1 CÓD. 10 o 12. CASINOS

**12. 1. ¿Ha ido alguna vez a un casino, aunque fuera acompañando a alguien?**

- |      |   |                         |
|------|---|-------------------------|
| - Si | 1 | HACER BLOQUE DE CASINOS |
| - No | 2 | PASAR A P. 9            |

**12.2. ¿A juega qué cuando va a un casino: póquer, juegos de mesa como Black jack o ruletas o a máquinas con premio?**

- |                       |   |  |
|-----------------------|---|--|
| - Póquer              | 1 | HACER BLOQUE DE PÓQUER EN CASINOS P. 22        |
| - Juegos de mesa      | 2 | PASAR BLOQUE DE CASINOS / JUEGOS DE MESA P. 24 |
| - Máquinas con premio | 3 | PASAR BLOQUE DE CASINOS / JUEGOS DE MESA P. 24 |
| - NS/NC               | 4 |  |

LOTERÍA DE NAVIDAD

SI EN P.1. CÓD. 1

**13.01. Antes me comentó que había jugado a la Lotería de Navidad del pasado 22 de diciembre, ¿me puede decir si compró décimos o participaciones en papel, o las participaciones o las compró por Internet, o compró de las dos maneras?**

- |                                      |   |                           |
|--------------------------------------|---|---------------------------|
| - Décimos o participaciones en papel | 1 | Pasar a 13.03             |
| - Por Internet                       | 2 | Pasar a 13.02             |
| - Compró de las dos maneras          | 3 | Pasar a 13.02             |
| - No compró                          | 4 | Pasar al siguiente bloque |
| - NS/NC. No recuerda                 | 5 | Pasar al siguiente bloque |
- SI EN 13.01 CÓD. 2 0 3

**13.02 Al comprarlas por Internet, ¿las compró directamente en la web de Loterías del Estado o en la web de alguna Administración de Loterías?**

- |  |   |
|--|---|
| - En la web de Loterías del Estado           | 1 |
| - En la web de un Administración de Loterías | 2 |
| - NS/NC                                      | 3 |

SI EN 13.01 CÓD. 1 Y 3

**13.03. ¿De qué tipo eran los décimos o participaciones que jugaba, es decir ...**

- ... décimos en una Administración de Lotería de un vendedor autorizado, con un décimo de Lotería Oficial 1
- O compró una o varias participaciones de las que hacen colegios, sindicatos, clubes deportivos, asociaciones, etc., que normalmente tienen un recargo sobre la cantidad que juega, es decir, en un impreso de la asociación que compra la lotería y la vende para financiarse 2
- Llevó décimos o participaciones de los dos tipos 3
- NS/NC 4

TODOS LOS QUE HACEN ESTE PUNTO

**13.04. ¿Recuerda en total qué cantidad jugó a la Lotería de Navidad? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**13.05. Dígame sobre estas opiniones que existen sobre la Lotería de Navidad, con cuáles está de acuerdo y con cuáles en desacuerdo ...**

- |  | Acuerdo | Desacuerdo |
|--|---------|------------|
| - Es un sorteo con grandes premios por lo que merece la pena tentar la suerte  | 1       | 2          |
| - Es una costumbre   | 1       | 2          |
| - Le gusta jugar a la Lotería, o juega normalmente a la Lotería  | 1       | 2          |
| - Porque se lo ofrecen en bares, la empresa, comercios, etc.   | 1       | 2          |
| - Porque piensa que si la ofrecen conviene comprarla vaya a ser que toque  | 1       | 2          |
| - Porque ya que se la ofrecen piensa que lo mismo les toca a sus conocidos y a usted no, por tanto, prefiere comprarla | 1       | 2          |
| - Realmente preferiría no comprar lotería de Navidad para no perder dinero   | 1       | 2          |

**13.06. ¿Vendió usted personalmente algunas participaciones del sorteo de Navidad de algún club deportivo, asociación, sindicato o colegio al que vayan sus hijos?**

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 3

LOTERÍA DEL NIÑO

EN P. 1. CÓD. 2

**14.01 Antes me comentó que había comprado Lotería del Niño, del sorteo que se celebró el 6 de Enero, ¿recuerda en total qué cantidad jugó a la Lotería del Niño? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

SI JUEGA LOTERÍA NACIONAL. SORTEOS SEMANALES.

EN P. 1. CÓD. 3

**15.01. Antes me comentó que había jugado a los sorteos semanales de la Lotería Nacional, ¿Con qué frecuencia juega a los sorteos semanales de 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  |                           |
| - Nunca                           | 99 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 15.01 CODs. 1 a 6

**15.02. B ¿Cuándo jugó la última vez que jugó a un sorteo semanal de 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 | Pasar al siguiente bloque |
| - No juego nunca             | 9 | Pasar al siguiente bloque |

SI en 15.02 CÓDs. 1 a 7

**15.03. Esta última vez que jugó a un sorteo semanal de Lotería, recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

LOTERÍA DE CATALUÑA / LA GROSSA

SI EN P.1. CÓD. 4

**16.01. Antes me comentó que había jugado a la Lotería de Cataluña, La Grossa, ¿recuerda en total qué cantidad jugó a la Lotería de Cataluña? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**16.02 De los siguientes motivos, cuál cree que influyó más en que usted jugara a la Grossa, la lotería de Cataluña**

- Porque le parece bien que Cataluña tenga su propia Lotería 1
- Porque la Grossa tenía premios más importantes que la Lotería de Navidad o creía que tenía más posibilidades de ganar 2
- Porque se lo ofrecieron y decidió tentar la suerte vaya a ser que les toque a algunos amigos y conocidos y a usted no 3
- Ninguna de estas (no citar) 4
- NS/NC 5

LOTERÍAS PRIMITIVAS: EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, BONOLOTO, EL GORDO DE LA PRIMITIVA.

SI EN P.1. CÓD. 5

**17.01. ¿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
- Nunca 99 Pasar a siguiente bloque

SI EN 17.01, CÓD. 1 a 6

**17.02 ¿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 Pasar a siguiente bloque
- No juego nunca 9 Pasar a siguiente bloque

SI EN 17.02 CÓD. 1 a 7

**17.03. Esta última vez que jugó a estas loterías, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

ONCE

SI EN P.1. CÓD. 6

**18.01. ¿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 |                           |
| - Nunca                           | 8 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 18.01 CÓD. 1 a 6

**18.02. ¿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 | Pasar a siguiente bloque |
| - No juego nunca             | 9 | Pasar a siguiente bloque |

SI EN 18.02 CÓD. 1 a 7

**18.03. Esta última vez que jugó a los cupones o rascas de la ONCE, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

OID

SI EN P.1. CÓD. 7

**19.01. Antes me comentó que ha comprado alguna vez cupones de la OID, de la Organización Impulsora de Discapacitados, ¿me puede decir con qué frecuencia juega a estos cupones?**

- |                                   |   |                           |
|-----------------------------------|---|---------------------------|
| - 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                           | 8 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 19.01 CODs. 1 a 6

**19.02. ¿Cuándo jugó por última vez a cupones de la OID?**

- |                              |   |                          |
|------------------------------|---|--------------------------|
| - 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 siguiente bloque |
| - No juego nunca             | 9 | Pasar a siguiente bloque |

SI EN 19.02 CÓD. 1 a 7

**19.03. C. Esta última vez que jugó a los cupones de la OID o de asociaciones de minusválidos o discapacitados, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

QUINIELA

SI EN P.1. CÓD. 8

**20.01. ¿Con qué frecuencia juega a la quiniela?**

- |                                   |   |                           |
|-----------------------------------|---|---------------------------|
| - Todos las semanas               | 1 |                           |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 2 |                           |
| - Una vez al mes                  | 3 |                           |
| - Alguna vez al año               | 4 |                           |
| - Nunca                           | 5 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 20.01 CODs. 1 a 4

**20.02 ¿Cuándo jugó por última vez a la quiniela?**

- |                              |   |                          |
|------------------------------|---|--------------------------|
| - 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 siguiente bloque |
| - No juego nunca             | 9 | Pasar a siguiente bloque |

SI EN 20.02, CODs. 1 a 7

**20.03. Esta última vez que jugó a la quiniela; ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

PÓQUER CON AMIGOS, EN BARES O TIMBAS INFORMALES, PERO NO EN CASINOS  
SI EN P.1. CÓD. 9

**21.01. ¿Con qué frecuencia juega al póquer con amigos o conocidos en bares o timbas, pero no 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 |                           |
| - Nunca                           | 8 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 221.01 CODS. 1 a 6

**21.02. ¿Cuándo jugó por última vez al póquer con amigos o conocidos en bares o timbas?**

- |                              |   |                          |
|------------------------------|---|--------------------------|
| - 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 | Pasar a siguiente bloque |

SI EN 21.02 CÓDs. 1 a 8

**21.03 Recuerda cuánto dinero jugó, arriesgó al sentarse a jugar, la última vez que jugó?**  
(ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

PÓQUER EN CASINOS

SI EN P.1. CÓD. 10 O p. 12.2. cód. 1

**22.1 ¿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 |                           |
| - Nunca                           | 8 | Pasar al siguiente bloque |

SI EN 20.01 CÓD. 1 A 6

**22.02. ¿Cuándo jugó por última vez al póquer 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
- Pasará a siguiente bloque

SI EN 22.02. CÓD. 1 A 8

**22.03. Esta última vez que jugó, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**22.04. Por lo que recuerda de esta última visita a un casino, ¿me puede decir si le gustó mucho, bastante, regular, poco o nada ...**

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Ns/nc
La decoración del local	1	2	3	4	5	6
La limpieza del local	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la recepción	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
La profesionalidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	1	2	3	4	5	6

**22.05. ¿Le invitaron a algún aperitivo gratis durante su estancia en el casino?**

- Si 1
- No 2

**22.06. ¿Pidió algo para beber o para comer?**

- Si 1
  - No 2
- SI NO EN 22.05 Y 22.06 NO HACER 22.07.

**22.07. En general, como calificaría la calidad de la comida y bebida que le sirvieron ...?**

- Muy buena 1
- Buena 2
- Regular 3
- Mala 4
- Muy mala 5

**22.08. ¿Recomendaría a un amigo ir a un casino para pasar un rato entretenido jugando?**

- Si 1
- No 2

BINGO.

SI EN P.1. CÓD. 11 o EN P.9.4 CÓD. 1

**23.01. Antes me comentó que jugaba al bingo o que había ido al bingo alguna vez, ¿me puede decir, con qué frecuencia juega al bingo o va 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 con familiares o amigos 7
  - Nunca 8
- Pasará al siguiente bloque

SI en 23.01 CODs. 1 a 7

**23.02. ¿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
- Pasará a siguiente bloque

SI EN 23.02 CÓDs. 1 a 8

**23.03. ¿Jugó al bingo, a las máquinas o a las dos cosas?**

- Al bingo 1
- A las máquinas 2
- A las dos cosas 3

**23.04. Esta última vez que jugó al bingo, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**23.05. Por lo que recuerda de esta última visita a un BINGO, ¿me puede decir si le gustó mucho, bastante, regular, poco o nada ...**

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Ns/nc
La decoración del local	1	2	3	4	5	6
La limpieza del local	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la recepción	1	2	3	4	5	6

La amabilidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
La profesionalidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	1	2	3	4	5	6

**23.06. ¿Le invitaron a algún aperitivo gratis durante su estancia en el BINGO?**

- Si	1
- No	2

**23.07. ¿Pidió algo para beber o para comer?**

- Si	1	
- No	2	SI NO EN 22.08 Y 22.07 NO HACER 22.07.

**23.08. En general, como calificaría la calidad de la comida y bebida que le sirvieron ...?**

Muy buena	1
Buena	2
Regular	3
Mala	4
Muy mala	5

**23.09. ¿Recomendaría a un amigo ir a un bingo para pasar un rato entretenido jugando?**

- Si	1
- No	2

JUEGOS DE CASINO, MENOS PÓQUER, EN CASINOS

SI EN P.1. CÓD. 12 O P. 12.2 CÓD. 1.

**24.01. ¿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 con familiares o de amigos	7	
- Nunca	8	Pasar al siguiente bloque

SI EN 24.01 CODs. 1 a 7

**24.02. ¿Cuándo jugó por última vez 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
- Pasará a siguiente bloque aleatorio

SI EN 24.02 CÓDs. 1 a 8

**24.03. Esta última vez que jugó, ¿recuerda cuánto dinero jugó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**24.04. Por lo que recuerda de esta última visita a un casino, ¿me puede decir si le gustó mucho, bastante, regular, poco o nada ...**

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Ns/nc
La decoración del local	1	2	3	4	5	6
La limpieza del local	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la recepción	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
La profesionalidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	1	2	3	4	5	6

**24.05. ¿Le invitaron a algún aperitivo gratis durante su estancia en el casino?**

- Si 1
- No 2

**24.06. ¿Pidió algo para beber o para comer?**

- Si 1
  - No 2
- SI NO EN 22.05 Y 22.06 NO HACER 22.07.

**24.07. En general, como calificaría la calidad de la comida y bebida que le sirvieron ...?**

- Muy buena 1
- Buena 2
- Regular 3
- Mala 4
- Muy mala 5

**24.08. ¿Recomendaría a un amigo ir a un casino para pasar un rato entretenido jugando?**

- Si 1
- No 2

MÁQUINAS TRAGAMONEDAS EN HOSTELERÍA

P. 1. CÓD. 13 O P. 9. 3. CÓD. 1

**25.01. Antes me comentó que jugaba a máquinas con premios en bares, cafeterías o restaurantes ¿Con qué frecuencia juega con estas máquinas con premio?**

- 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
- Casi nunca 7
- Nunca 8 Pasar al siguiente bloque

SI EN 25.01 CÓD. 1 A 7

**25.02. ¿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
- No juego nunca 9 PASAR A P 26

SI EN 25-02 CÓDS. 1 A 8.

**25.03. Recuerda cuánto dinero jugó esta última vez que jugó con una máquina tragamonedas? (ABIERTA NUMÉRICA. 5 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

SALONES DE JUEGO

P. 1. CÓD. 14 o P. 11.2. COD. 1

**26.01. Antes me comentó que jugaba o juega con máquinas recreativas en salones de juego o que conoce algún salón de juegos. ¿Con qué frecuencia va a un salón de juegos a jugar o a distraerse?**

- 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
- Casi nunca 7
- Nunca 8 Pasar al siguiente bloque

SI EN 26.01 CÓD. 1 A 7

**26.02. ¿Cuándo fue por última vez a un salón de juegos?.**

- 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
- Nunca ha ido a un salón 9 PASAR A P 26

SI EN 26-02 CÓDS. 1 A 8.

**26.03. Recuerda cuánto dinero gastó en salón de juegos esta última vez que fue? (ABIERTA NUMÉRICA. 5 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

**26.04. Las máquinas en las que jugó, le parecieron muy, bastante, regular poco o nada divertidas o entretenidas ....**

- Mucho 1
- Bastante 2
- Regular 3
- Unas eran entretenidas y otras no 4
- Poco 5
- Nada 6
- NS/NC 7

**26.06. Por lo que recuerda de esta visita a un salón de juego, ¿me puede decir si le gustó mucho, bastante, regular, poco o nada ...**

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Ns/nc
La decoración del local	1	2	3	4	5	6
La limpieza del local	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la recepción	1	2	3	4	5	6
La amabilidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
La profesionalidad del personal de la sala	1	2	3	4	5	6
Los clientes, el tipo de gente que había en la sala, hasta qué punto se sentía a gusto con ellos	1	2	3	4	5	6

**26.07. ¿Le ofrecieron algún aperitivo gratis durante su estancia en el salón?**

- Si 1
- No 2

**26.08. ¿Pidió algo para beber o para comer?**

- |      |   |  |
|------|---|--|
| - Si | 1 |  |
| - No | 2 | Si cod. 2 en 25.07 y 25.08 pasar al siguiente bloque |

**26.09. En general, como calificaría la calidad de la comida y bebida que le sirvieron ...?**

- |           |   |
|-----------|---|
| Muy buena | 1 |
| Buena     | 2 |
| Regular   | 3 |
| Mala      | 4 |
| Muy mala  | 5 |

**26.10. ¿Recomendaría a un amigo ir a un salón de juego para pasar un rato entretenido jugando?**

- |      |   |
|------|---|
| - Si | 1 |
| - No | 2 |
- APUESTAS DEPORTIVAS

SI EN P.1. CÓD. 15 o SI EN P.10.4. CÓD. 1

**27.01. ¿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 |                           |
| - Nunca                           | 7 | Pasar al siguiente bloque |

SI CODs. 1 a 6 EN 15.3.A

**27.02 ¿Cuándo apostó por última vez sobre resultados de deportes en locales 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 | PASAR A P 26 |

SI CÓDs. 1 a 7 EN 15.3.B

**27.03. Esta última vez que apostó, ¿recuerda cuánto dinero apostó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.  
No contesta 99

## JUEGOS EN TELEVISION

SI EN P.1. CÓD. 17

**28.01. ¿Con qué frecuencia juega por televisión a juegos de casino, arriesgando dinero, o a concursos de preguntas o respuestas?**

- |  |   |
|--|---|
| - 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 EN 28.01, CÓDS. 1 A 6

**28.02. ¿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 EN 28-02 CÓDs 1 a 8

**28.03. Esta última vez que apostó, ¿recuerda cuánto dinero apostó? (ABIERTA NUMÉRICA. 6 DÍGITOS)**

ANOTAR LITERALMENTE CANTIDAD DE €.

No contesta 99

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

**28. 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

TODOS MENOS CATALUÑA

**29.1. Como usted seguramente sabrá, Cataluña organizó un sorteo de Lotería, La Grosa o La Gorda, en su comunidad. ¿Cree usted que otras comunidades deberían también organizar sorteos de lotería o que sorteos de Lotería los debería organizar únicamente el Estado?**

- Otras comunidades deberían organizar sorteos de Lotería 1
- Sólo el Estado debería organizar sorteos de Lotería 2
- NS/NC 5

CATALUÑA TODOS, MENOS P. 1., CÓD. 4

**29.02. Antes me comentó que no había comprado Lotería de Cataluña, La Grossa, de los siguientes motivos, ¿cuál influyó más para que usted no comprase la Grossa, la Lotería de Cataluña ....**

- Porque no le gusta la Lotería o no la compra nunca 1
  - Porque cree que la Lotería de Navidad tiene premios más importantes o hay más posibilidades de ganar con ella 2
  - Porque no se la ofrecieron 3
  - Porque cree que la Lotería Navidad es la tradicional y por tanto jugó a esa 4
  - NS/NC 5
  - Si jugó a La Grosa 6
- Pasará a 16.01 En este caso se salta la regla del máximo de 3 juegos

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

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

- |       |   |   |       |   |
|-------|---|---|-------|---|
| SI    | 1 | 30.01b ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? | SI    | 1 |
| NO    | 2 |   | NO    | 2 |
| Ns/Nc | 3 |   | Ns/Nc | 3 |

**30.02. ¿Tuvo algún pago de compras aplazadas y otros préstamos no relacionados con la vivienda?**

- |       |   |   |       |   |
|-------|---|---|-------|---|
| SI    | 1 | 30.02B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? | SI    | 1 |
| NO    | 2 |   | NO    | 2 |
| Ns/Nc | 3 |   | Ns/Nc | 3 |

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

- |       |   |   |       |   |
|-------|---|---|-------|---|
| SI    | 1 | 30.03B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos? | SI    | 1 |
| NO    | 2 |   | NO    | 2 |
| Ns/Nc | 3 |   | Ns/Nc | 3 |

**30.04 ¿Cree que su hogar tiene capacidad para afrontar gastos imprevistos como grandes reparaciones, o similares?**

SI	1
NO	2
Ns/Nc	3

**30.05. 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
Ns/Nc	3

## Cuestionario online para jugadores por internet

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 on line.

En primer lugar, puede decirme su edad...

ATENCIÓN: LOS ENTREVISTADOS DEBEN TENER 16 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

E. ¿EN QUÉ LOCALIDAD VIVES?

**CUESTIONARIO**

**1. ¿Has jugado a juegos de azar, poker, juegos de casino, loterías, o apuestas deportivas, bingo, etc. por Internet, arriesgando dinero, en los tres últimos meses?**

- Sí 1
- No 2 NO VÁLIDO.

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

	SÍ	NO
Póquer <i>rooms</i> o torneos de poker, 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
Bingo	6	99
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	7	99
Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)	8	99
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	9	99
Cupones u otros juegos de la ONCE	10	99
Quiniela	11	99
SI NO HA JUGADO NINGUNO NO VÁLIDO	99	

**3. Y de estos, ¿cuáles has 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 poker, 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
- Bingo 6
- Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas 7
- Has ido a un salón de juegos a jugar con máquinas 8
- Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos) 9
- Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto 10

- |  |    |
|--|----|
| - Cupones u otros juegos de la ONCE como Eurojackpot     | 11 |
| - Cupones de organizaciones de minusválidos, como la OID | 12 |
| - Quinielas  | 13 |

**4. ¿Con qué frecuencia sueles 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, ¿dirías 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 sueles 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 on line, por término medio?**

**ANOTAR LITERALMENTE. PREVER 5 POSICIONES.**

**8. ¿Cómo pagas tus 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 on line (Paypal, ...)                    | 3 |
| - Tarjeta prepago (Paysafe card, etc.)                      | 4 |
| - Transferencia bancaria                                    | 5 |
| - Transferencia no bancaria (Western Union, etc.)           | 6 |
| - Cheque enviado al operador                                | 7 |

**9. ¿Estás 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. ¿Recuerdas cuándo te registraste en esa web? (Si te has registrado en 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 tienes, aproximadamente, en su cuenta de la web para apostar? (Si está en más de una sumar aproximadamente las cantidades)**

Anotar literalmente

**11. De las siguientes campañas de publicidad sobre el juego, dinos de cuáles te acuerdas, cuáles recuerdan haber visto recientemente ...**

- El anuncio de la Lotería de Navidad 1
- El anuncio de la Lotería del Niño 2
- La campaña del Eurojackpot de la ONCE:  
"buscamos gente que no tenga miedo a muchos millones de euros" 3
- Publicidad de webs de juego online (casinos, apuestas, etc.) 4
- Publicidad de algún bingo (físicos, presencial) 5
- Publicidad de salones de juego (físicos, presenciales) 6
- Publicidad de casinos (físicos, presenciales) 7
- Ninguna de estas 8 Pasar a 12.

SI EN P11 NO CÓD. 4 (no recuerda publicidad de webs de juego) PERO CITA ALGÚN OTRO CÓDIGO DE 1 A 7.

**11.B. ¿Recuerdas haber visto publicidad de webs de juego online?**

- Sí 1
- No 2 Pasar a P. 11 E

**11 C. ¿Recuerdas dónde has visto publicidad webs de juego online?**

- Anuncios por televisión 1
- En los partidos televisados, las vallas publicitarias de los estadios de fútbol o canchas de baloncesto 2
- En periódicos deportivos 3
- En Internet, navegando por páginas distintas a las juego 4
- En Internet, navegando por páginas de juego 5
- En vallas publicitarias por la calle o en medios de transporte 6
- Anuncios de apuestas y otros juegos en los programas deportivos 7
- Anuncios de apuestas y juegos en los intermedios de los partidos televisados. 8
- No recuerda haber visto publicidad de juegos o apuestas en ninguno de estos sitios 9

**11 D. De las siguientes webs de juego, ¿de cuáles recuerdas haber visto publicidad?  
Igual listado que en P. 12.**

**11.E. ¿Crees que esta publicidad de juego le ha animado a jugar?**

- |    |   |
|----|---|
| Sí | 1 |
| No | 2 |

**12. ¿Recuerdas a través de qué web juegas o apuestas por Internet?**

**12. B. 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 despilega 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 poker 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: Bingo.

**13.6.1. ¿Con qué frecuencia juegas al bingo 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 13.6. |

**13.6.2. ¿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. |

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

Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 7: Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas

**13.7.1. ¿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. |

**13.7.2. ¿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. |

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

Anotar literalmente.

SI P.2. Cód. 8: Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)

**13.8.1. ¿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. |

**13.8.2. ¿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. |

**13.8.3. ¿Cuánto dinero compraste de lotería?**

Anotar literalmente.

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

- Comprar los décimos

- 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 la Lotería Nacional?**

- La web de Loterías y Apuestas del Estado (selae.es) 1
- Una web de una Administración de Loterías 2 P.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: Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto

**13.9.1. ¿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 13.10.

**13.9.2. ¿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 13.10.
- 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 compraste de estas loterías?**

Anotar literalmente.

**13.9.4. ¿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

**13.9.5. ¿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 13.9.6.
- Una web con la que juegas a otros juegos por Internet 3

**13.9.6. ¿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. 10: Cupones u otros juegos de la ONCE

**13.10.1. ¿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 13.11

**13.10.2. ¿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 13.11
- Entre dos y seis meses 7 Pasar a 13.11
- Hace más de seis meses 8 Pasar a 13.11

**13.10.3. ¿Cuánto dinero jugaste a los cupones o loterías instantáneas de la ONCE?**

Anotar literalmente.

**13.10.4. ¿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

**13.10.5. ¿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. 11: Quinielas

**13.11.1. ¿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

**13.11.2. ¿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.

**13.11.3. ¿Cuánto dinero apostaste a las quinielas?**

Anotar literalmente.

**13.11.4. ¿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

**13.11.5. ¿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 ti, 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 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

**16. ¿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

**17. En general, dirías que de las casas de apuestas o casinos que conoces en Internet, ¿se fía, mucho, bastante, regular, poco o nada?**

- Te fías mucho 1
- Te fías bastante 2
- Te fías regular 3
- Te fías poco 4
- No te fías 5

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

- Te fías mucho 1
- Te fías bastante 2
- Te fías regular 3
- Te fías poco 4
- No te fías 5

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

**19a. ¿Ha habido en tu hogar pagos de hipotecas o alquiler de la vivienda o que pagar algún crédito para realizar alguna gran reparación en la misma?**

- |       |   |  |       |   |
|-------|---|--|-------|---|
| SI    | 1 | 19 A2 ¿Hubo algún retraso en esos pagos? | SI    | 1 |
| NO    | 2 |  | NO    | 2 |
| Ns/Nc | 3 |  | Ns/Nc | 3 |

**19b. ¿Ha habido en tu hogar pagos de compras aplazadas y otros préstamos no relacionados con la vivienda?**

- |       |   |   |       |   |
|-------|---|---|-------|---|
| SI    | 1 | 19B2 ¿Hubo algún retraso en esos pagos? | SI    | 1 |
| NO    | 2 |   | NO    | 2 |
| Ns/Nc | 3 |   | Ns/Nc | 3 |

**19c. ¿Ha habido en tu hogar algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?**

SI 1  
NO 2  
Ns/Nc 3

19C2 ¿Hubo algún retraso en esos pagos?

SI 1  
NO 2  
Ns/Nc 3

**19d. ¿Crees que tu hogar tiene capacidad para afrontar gastos imprevistos como grades reparaciones, o similares?**

SI 1  
NO 2  
Ns/Nc 3

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.







## OTROS TÍTULOS:



*Anuario del juego en España 2012/13*, [2013] IPOLGOB-esj (Estudios sobre Juego), Gómez Yáñez, J. A. (dir).



*Percepción social sobre el juego de azar en España (IV)*, [2013] Monografías Política y Gestión, IPOLGOB, Varios.



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

# Percepción social sobre el juego de azar en España 2014 V

El informe *Percepción sobre el juego de azar en España 2014 V* constituye un nuevo eslabón de una serie, que va convirtiéndolo en imprescindible para el estudio de esta importante temática puesto que, en cada edición del mismo, se van produciendo incorporaciones sobre cuestiones que los lectores sugieren a lo largo del año o en los numerosos encuentros, congresos o conferencias a las que asisten los autores de este trabajo.

Como ejemplo, valga enumerar los aspectos que por vez primera se abordan en esta edición: a) el impacto y extensión del sorteo de "La Grossa" en Cataluña; b) el estudio de la calidad de los locales y el ambiente social en casinos, bingos y salones de juego; c) el análisis separado del sorteo de Navidad, El Niño y los sorteos semanales de lotería; d) la extensión alcanzada por la venta de cupones de la OID, aprovechando los sorteos diarios celebrados por la ONCE, y e) el recuerdo publicitario sobre el juego *online* que queda en quienes utilizan internet para jugar.

Finalmente, la serie de los cinco estudios hasta ahora publicados por el Instituto de Política y Gobernanza, demuestra claramente la continua disminución de las cantidades jugadas o apostadas en España durante estos años atrás, producto de la crisis económica padecida por el país.

Con el patrocinio de



**FUNDACIÓN**  
codere

**IPOLGOB**

Instituto de Política y Gobernanza

Universidad Carlos III de Madrid



9 788469 705513