

“Una aproximación a las percepciones sobre el comportamiento y las actitudes sociales respecto al juego y al juego *on line* en España”

Fecha de realización:

Diciembre de 2009-Enero de 2010

IPOLGOB Instituto "Fermín Caballero" de Política y Gobernanza



Universidad
Carlos III de Madrid

20 años
UC3M

Instituto de Política y Gobernanza "Fermín Caballero"
Teléfono: 91.624.57.28 Fax: 91.624.58.48
C/ Madrid, 126 - 28903 Getafe - ESPAÑA

ÍNDICE

	Pág.
Índice	2
Introducción	5
Parte I: Datos generales de la sociología del juego en España	8
1. La práctica del juego. Datos generales	8
2. Perfil sociológico de los jugadores	14
3. Perfil sociológico de los usuarios por tipo de juego	18
4. Los juegos y las nuevas tecnologías: Internet y SMS	30
5. ¿Qué es el juego?	31
6. ¿Cómo se juega?	35
7. La suerte	38
8. Aspectos económicos del juego	40
8.1. <i>Gasto mensual en juego</i>	40
8.2. <i>El vago recuerdo de los premios</i>	49
8.3. <i>El balance subjetivo entre premios y gasto en juego</i>	53
8.4. <i>Topes a las cantidades jugadas</i>	55
8.5. <i>El impacto de la crisis sobre las cantidades jugadas</i>	55

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Parte II: El juego on line	58
1. Dimensión del juego por Internet, geografía y perfil sociológico de los jugadores	58
2. La práctica del juego por Internet en España	61
3. Sociología de los juegos por Internet	64
4. Cómo se juega por Internet	65
4.1. <i>¿Desde dónde se juega?</i>	65
4.2. <i>Frecuencia de juego</i>	66
4.3. <i>La duración de la sesión por Internet</i>	69
4.4. <i>El uso de las webs oficiales</i>	72
5. El dinero jugado y ganado	74
6. Conocimiento de la organización del juego on line	80
6.1. <i>¿Dónde está el servidor de los juegos?</i>	80
6.2. <i>¿A quién reclamar si no pagan?</i>	80
7. Los impuestos sobre el juego en Internet	81
Conclusiones	84
Anexos	90
Anexo I. Metodología	91
Anexo II. Cuestionarios	93
1. Cuestionario aplicado a la muestra de población general (telefónico)	94
2. Cuestionario aplicado a la muestra de jugadores por Internet (autoadministrado on line)	97

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

INTRODUCCIÓN

El presente estudio ha sido realizado en el marco de las actividades del equipo de investigación sobre políticas públicas de ocio y entretenimiento del Instituto de Política y Gobernanza "Fermín Caballero" (IPOLGOB) de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Así mismo, constituye una de las actividades incluidas dentro del convenio entre el IPOLGOB y el Centro de Estudios de Políticas y Legislación sobre Juego (CELEJ) y ha sido sufragado gracias al convenio de colaboración firmado entre la UC3M y la Fundación Codere¹.

Resulta remarcable que sea ésta una de las pocas ocasiones en que se estudia el juego en España, en especial, en su versión *on line*, desde una perspectiva sociológica y politológica. No deja de ser llamativo que una actividad que mueve una considerable cantidad de recursos, tanto económicos como humanos, y que suscita una gran variedad de sentimientos, opiniones y comportamientos encontrados haya recibido tan poca atención desde la perspectiva de la investigación social.

El universo en el que se ha centrado la investigación está constituido por los residentes en España con una edad de entre 18 y 75 años. El lector podrá encontrar en este estudio una abundante información sociológica sobre el perfil y hábitos de comportamiento de los jugadores residentes en España, tanto de los *analógicos*, como de los *on line*. Una parte del estudio se ha destinado, precisamente, a analizar con cierta profundidad el fenómeno del juego *on line*, dimensionando la cantidad de practicantes, sus perfiles sociológicos, gasto y, por último, estimando con cierta aproximación el volumen de recursos que canaliza el juego *on line* en nuestro país de acuerdo a las respuestas obtenidas. Por lo tanto, debemos entender que los datos

¹ El equipo que se ha encargado de la investigación responde a la estructura de alianzas arriba expuesta. La dirección y coordinación de la investigación ha corrido a cargo de los doctores José Ignacio Cases y Javier Ruiz, mientras la dirección técnica la ha desempeñado José Antonio Gómez Yáñez, todos ellos profesores del Departamento de Ciencia Política y Sociología de la UC3M. Por parte del CELEJ han colaborado los abogados Carlos Lalanda, José Ramón Romero y Ana Cases.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

extraídos y las conclusiones alcanzadas simplemente describen las percepciones, las actitudes y los comportamientos de la sociedad española respecto a todo tipo de situaciones derivadas de la práctica o participación en actividades ligadas a "juegos de suerte, envite o azar". En consecuencia, éste no debería suponer sino el primero de los estudios de una serie temporal que permitiera conocer de forma más pormenorizada el ámbito del juego en España y su evolución.

Metodológicamente, se ha intentado armonizar la información sobre el juego disponible a través de las estimaciones que realiza el Ministerio del Interior, de sus informes anuales sobre el Juego en España y de los datos que suministra trimestralmente la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones mediante su convenio con las entidades españolas de medios de pago, es decir, basándose en los informes obtenidos del uso de tarjetas bancarias. Estos datos permiten precisar los conocimientos hasta ahora disponibles y profundizar en ellos.

Nos permitimos pensar que el presente estudio tiene una considerable importancia desde el punto de vista de la información sociológica que aporta, así como del de la precisión de las magnitudes económicas del juego. Respecto a este último punto, entendemos oportuno realizar algunas precisiones. Las conclusiones extraídas del análisis de las respuestas de los entrevistados permiten estimar las magnitudes y el volumen de las cantidades que la sociedad percibe haber jugado o gastado, sin que dichas cantidades en ningún momento deban responder a la realidad. Más aún, el hecho de que las cifras ofrezcan en ocasiones claras divergencias nos permite presuponer que la sociedad bien no sabe lo que juega bien no dice la verdad sobre lo que juega. Establecer la preeminencia de una u otra hipótesis y las razones para su existencia obligará a emprender futuras investigaciones, que aporten nuevos datos y permitan comparaciones con los obtenidos en esta investigación.

Pero también consideramos que este trabajo ofrece una gran cantidad de información práctica para mejorar la planificación y proyección del negocio del juego y las percepciones de la opinión pública, siempre dentro de sus límites de actividad de entretenimiento. Una de las conclusiones alcanzadas más relevante es que los

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

jugadores españoles mantienen unas pautas de comportamiento moderadas. Su gasto en juego no excede del que podría destinarse a otros entretenimientos, aún admitiendo la existencia de un placer añadido por desafiar al destino y a la suerte. Es más, la comparación entre los diferentes gastos mensuales destinados al ocio individual o familiar muestra que es un entretenimiento que no resulta oneroso en comparación con los precios de otras actividades similares. Ahora bien, se aprecian claros sesgos en los comportamientos y las percepciones de la población al segmentarla por género y edad. Todavía la diferencia entre los jugadores masculinos y los femeninos es muy amplia e, igualmente, se observa como el acceso a internet viene muy claramente determinado por factores de edad, quedando excluidos o autoexcluidos del acceso a internet un elevadísimo porcentaje de los mayores de 45 años.

Las conclusiones a las que acabamos de hacer referencia han demostrado la necesidad de entender esta investigación como la primera de una serie a lo largo del tiempo. La posibilidad de crear un observatorio para estudiar de manera continuada el Juego desde la óptica de la Sociología y las Ciencias Políticas, permitiría realizar ese seguimiento y obtener datos fiables de manera sistemática para poder realizar las comparaciones pertinentes en la evoluciones de las opiniones, actitudes y comportamientos de la sociedad española respecto al mundo del Juego.

PARTE I: Datos generales de la sociología del juego en España

1. La práctica del juego en España. Datos generales.

En España se puede considerar un comportamiento universal el jugar alguna vez a lo largo de la vida. Prácticamente todos los españoles comprendidos entre 18 y 75 años, el 92,4%, han jugado alguna vez a algún juego de azar. De hecho, la mitad (el 49,4%) afirma hacerlo de manera habitual.

La práctica de juegos por internet es mucho más limitada: solo afecta a entre el 4.8% y el 7.1% de los comprendidos entre los 18 y los 75 años. Es decir, extrapolando, entre un millón setecientos mil y dos millones y medio de individuos juegan y apuestan en internet con muy distintos grados de frecuencia. Dado el diseño del cuestionario, el uso de internet para jugar se ha medido de dos formas, con resultados, lógicamente, levemente distintos. El 7,1% declara haber jugado por internet al póker, loterías, etc. en los últimos seis meses cuando se le pregunta genéricamente si ha utilizado Internet alguna vez para jugar a alguno de estos juegos. Un porcentaje mucho más reducido, un 1.3% afirma jugar habitualmente a alguno de estos juegos por internet. Por otro lado, un 4,8% recuerda haber jugado por internet en algún momento a alguno de entre un amplio abanico de juegos de azar, cuando se le pregunta juego a juego si ha utilizado internet para jugarlos. Esta relativa imprecisión no es más que el resultado de la integración de internet en los hábitos de uso, como un canal de distribución más de muchas actividades. Internet se utiliza a voluntad de los consumidores, en este caso de los jugadores y es ya una actividad banal para sus usuarios, de la que se tiene un recuerdo vago, impreciso.

Cabe concluir pues que alrededor del 5% de la población española utiliza internet para jugar, con niveles de actividad muy distintos, y que un 2,0%,

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

aproximadamente, lo utiliza de forma esporádica. En la Parte II de este estudio se analiza con más detalle la práctica del juego por internet. En todo caso, puede suponerse que unos 2.450.000 individuos entre 18 y 75 años recuerdan haber jugado a algún juego de azar usando internet en los últimos seis meses.

Otro reducido grupo de un 4,1% (1.435.000) recuerda haber jugado a través de SMS. Pero en este caso, el 87.8% de la actividad se canaliza hacia los concursos de preguntas y respuestas por televisión amenizados por algún presentador o, con más frecuencia, presentadora.

En términos generales, el juego más extendido es la lotería nacional (83,0%), caracterizado como juego esporádico, pero con un 16,1% que lo juega habitualmente. Le siguen las loterías primitivas, los cupones de la ONCE y las quinielas, todos ellos con un fuerte peso entre los jugadores esporádicos (la mitad o más de la población los juega de vez en cuando), si bien con considerables núcleos duros de jugadores estables, del 28.5%, 10.2% y 8.4%, respectivamente. Los demás juegos tienen públicos y niveles de práctica mucho más reducidos (tabla 1).

El nivel de práctica de estos juegos por internet es relativamente bajo, pues en internet se están abriendo paso juegos más específicos que atraen más la atención de los internautas. Según estos datos globales, el nivel de práctica y el perfil de los practicantes de cada juego, son muy diferentes.

Partiendo de las respuestas obtenidas (tabla 1), se deduce que un 6.7% de la población puede ser considerados jugadores habituales: el 2,0% juega todos los días y el 4,7% varias veces a la semana. A ellos debemos añadir un 28,1% que declara jugar una vez a la semana. En suma, el 34,8% de los residentes en España juega al menos una vez a la semana. Con frecuencias más moderadas juega un 14,1%: una vez cada dos o tres semana o al mes. Algo más de un tercio (35,5%) declara jugar sólo de vez en cuando o sólo alguna vez al año. Un 15,6% no juega nunca. Como muestra el Gráfico 1, la población residente en España podría dividirse en dos mitades casi iguales: una juega con una frecuencia superior a una vez al mes, mientras que la otra lo hace muy infrecuentemente o no se le puede considerar

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

jugador, e incluso parecen algo hostiles al juego, como mostraran algunos datos posteriores.

Como se comprobará a lo largo del estudio, una variable fundamental que define las actitudes ante el juego es su nivel de práctica, lo que correlaciona con la afición y, más que nada, con características idiosincrásicas de los jugadores. Operativamente se han definido cinco segmentos que se utilizan como variables de análisis y que responden a la información anterior:

Habituales	Juegan todos los días o varias veces a la semana	6,7%	2.345.000
Semanales	Juegan una vez a la semana	28,1%	9.830.000
Esporádicos	Juegan entre una y tres veces al mes	14,1%	4.935.000
Infrecuentes	Juegan de vez en cuando	35,5%	12.420.000
No jugadores	Declaran no jugar nunca, aunque juegan de forma dispersa y por compromiso social. En este colectivo hay algunas actitudes anti juego	15,6%	5.460.00

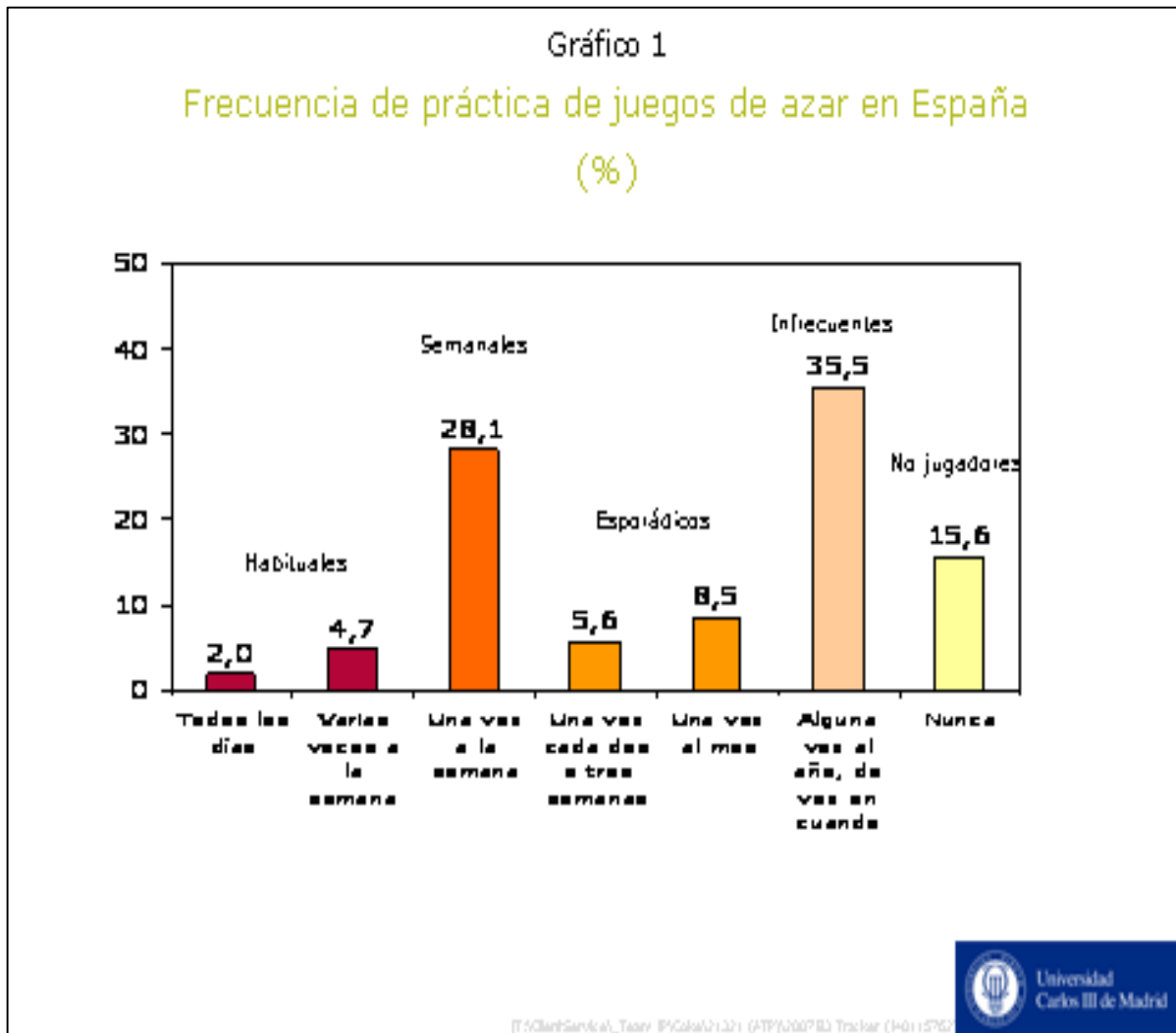
Por su parte, la distribución por zonas geográficas de las distintas tipologías de jugadores por su frecuencia en la práctica de los juegos se recoge en la Tabla 2. No se aprecian diferencias de importancia entre las seis zonas, pudiéndose atribuir algunas cifras discordantes a la disminución de la fiabilidad de la muestra cuando la redistribuimos a nivel regional².

² La reducida dimensión de las muestras distribuidas por Comunidades Autónomas hace que estos datos tengan elevados márgenes de error, mucho mayores que los que se refieren a las variables sociológicas de ámbito nacional. Con objeto de evitar el caer en graves errores muestrales, hemos decidido agrupar a los entrevistados por zonas de ámbito suprarregional, lo cual nos ha permitido obtener resultados con un aceptable nivel de certeza.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 1
DATOS GENERALES SOBRE LA PRÁCTICA DEL JUEGO EN ESPAÑA.
(en %)

	Ha jugado alguna vez	Juega habitualmente	Ha jugado por Internet	Ha jugado por teléfono o SMS
<i>Lotería Nacional</i>	83,0	16,1	0,2	0,4
<i>Euromillón, loterías primitivas</i>	61,3	28,5	0,4	0,1
<i>Cupones de la ONCE</i>	60,8	10,2	0,1	
<i>Quinielas</i>	46,0	8,4	0,2	
<i>Bingo</i>	26,5	0,3	0,1	
<i>Maquinas de juegos de bares o salones</i>	15,6	0,2	0,1	
<i>Juegos de casino o ir a un casino</i>	11,2	0,5	0,1	
<i>Otras loterías</i>	11,0	2,4	0,2	0,2
<i>Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión, en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una chica</i>	7,5	0,2	0,2	3,6
<i>Juegos on line, por Internet: poker, loterías, etc</i>	7,1	1,3	2,6	
<i>Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc.</i>	5,7	0,1	0,3	
<i>Poker rooms o torneos de poker</i>	3,5	0,7	0,7	
<i>No juega ninguno</i>	7,6	50,6	95,2	95,9
<i>Juega alguno de estos juegos por Internet</i>			4,8	
(n)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)



Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 2
FRECUENCIA DE PRÁCTICA DE JUEGOS DE AZAR POR REGIONES.
(en %)

	Habituales		Semanales	Esporádicos		Infrecuentes	No Jugador	(n)
	Todos los días	Varias veces semana	Una vez semana	Cada dos a tres semanas	Una vez al mes	Alguna vez al año de vez en cuando	Nunca	
España	2,0	4,7	28,1	5,6	8,5	35,5	15,6	(1.000)
Sur: Andalucía, Canarias, Extremadura	2,4	6,5	26,1	6,5	12,2	32,9	13,4	(246)
Noreste: Aragón, Cataluña	2,6	2,6	28,2	2,0	5,6	42,1	16,9	(195)
Norte: Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco	1,3	3,8	27,7	6,9	10,7	35,2	14,5	(159)
Levante: Balears, Murcia, Valencia	1,3	6,2	28,8	5,6	7,5	35,1	15,6	(160)
Centro: Castilla-León, Castilla-La Mancha, Rioja	1,9	4,9	34,9	6,8	4,8	29,1	17,5	(103)
Madrid	2,2	3,6	26,3	6,6	7,3	36,5	17,5	(137)

2. Perfil sociológico de los jugadores.

Como es natural en una actividad que tiene tan altos niveles de práctica su perfil sociológico se confunde con el de la población. No obstante, como se aprecia en las Tablas 3 y 4, hay ciertos rasgos que definen el universo de los jugadores clasificados por rasgos específicos. Los datos se ofrecen en dos formatos: en la Tabla 3 el porcentaje de individuos de cada variable sociológica o sector social que juega, se clasifica según la frecuencia con que lo hace. En la Tabla 4, los datos se distribuyen por sectores sociales cruzados con las distintas frecuencias de juego. Al analizar los datos extraídos podemos llegar a las siguientes conclusiones:

- Juegan más los hombres que las mujeres. El 41,5% de los hombres afirma jugar al menos una vez a la semana, mientras que entre las mujeres sólo el 28,2% lo hace. A la inversa, la mayoría de las mujeres o no juega nunca o lo hace muy esporádicamente (59,8%), mientras que entre los hombres lo no jugadores o los esporádicos sólo suman el 41,1% (tabla 3). Los jugadores más habituales son hombres: de quienes juegan todos los días el 76,6% son hombres y el 23,4% mujeres, y entre quienes juegan varias veces a la semana o una vez a la semana se aproximan al 60% los hombres y al 40% las mujeres (tabla 4).
- Juegan más las generaciones intermedias, de 35 a 55 años, que los jóvenes menores de 25 años o los mayores de 55. La mayor parte de los jóvenes de 18 a 25 años no juega nunca o lo hace sólo alguna vez al año (59,6%), lo mismo sucede con las personas de 55 a 64 años (57,5%) y con los de 65 a 75 años (62,2%). Por el contrario, el 44,1% de los comprendidos entre 35 y 44 años juega al menos una vez a la semana, como el 36,0% de los comprendidos entre 45 y 54. Se detecta una fracción de personas de elevada edad (de 65 a 75 años) que afirma jugar todos los días, llegando a suponer el 30,6% de estos jugadores (tabla3).
- La práctica en la frecuencia de juego crece en paralelo al estatus socioeconómico, o lo que es lo mismo, con los recursos que se pueden dedicar al juego. El 58,8% de las personas de estatus bajo no juega nunca o lo hace esporádicamente (tabla

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

4); esta cifra supone el 53,9% del total de los jugadores (tabla 3). A la inversa, el 37,8% de las personas de estatus alto juega al menos una vez a la semana, así como el 36,0% de quienes pueden ubicarse en el estatus medio alto y el 34,8% en el estatus medio (tabla 3). Pese a ello, estos sesgos no son suficientes para desequilibrar el perfil sociológico de los jugadores en un sentido u otro de modo significativo. Como muestra la Tabla 4, al distribuirlos por estatus social, los jugadores habituales (los que juegan todos los días o varios días a la semana) reflejan la estructura social española, en la que se acentúa el peso de los estatus medios.

En definitiva, aunque el perfil sociológico de un jugador puede decirse que está diluido dentro de la amplia práctica del juego, se concentra en los hombres, aun admitiendo una elevada presencia de mujeres comprendidas en las generaciones que hemos denominado de edades intermedias. Por estatus social, los sectores intermedios están fuertemente representados entre los jugadores, pero viene a reproducir la estructura social. En suma, el perfil del jugador es preferentemente masculino y de edades intermedias, pero, por lo demás, parece depender de la propia estructura psicológica de los jugadores más que responder a unos patrones sociales reconocibles.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 3

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUGADORES EN ESPAÑA.
 Porcentaje de jugadores según variables sociológicas
 (% horizontales)

	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada dos o tres meses	Una vez al año, de vez en cuando	Nunca	(n)
<i>Total</i>	2,0	4,7	28,1	5,6	8,5	35,5	15,6	(1000)
<i>Hombres</i>	3,0	5,6	32,9	7,5	8,7	29,0	13,3	(496)
<i>Mujeres</i>	1,0	3,8	23,4	3,8	8,3	41,9	17,9	(504)
<i>De 16 a 25 años</i>	0,0	6,6	20,6	3,7	9,6	28,7	30,9	(136)
<i>De 25 a 34 años</i>	0,0	6,8	31,5	6,4	7,8	32,4	15,1	(219)
<i>De 35 a 44 años</i>	2,9	5,8	35,4	5,3	11,2	29,1	10,2	(206)
<i>De 45 a 54 años</i>	3,5	2,3	30,2	6,4	8,1	39,0	10,5	(172)
<i>De 55 a 64 años</i>	1,5	3,8	24,2	5,3	7,6	43,9	13,6	(132)
<i>De 65 a 75 años</i>	4,4	1,5	20,0	5,9	5,9	44,4	17,8	(135)
<i>Estatus alto</i>	0,0	4,9	32,9	4,9	9,8	41,5	6,1	(82)
<i>Estatus medio alto</i>	1,1	5,1	29,8	6,7	7,9	35,4	14,0	(178)
<i>Estatus medio medio</i>	2,2	4,9	27,7	6,0	8,9	35,5	14,7	(448)
<i>Estatus medio bajo</i>	2,7	4,2	27,7	4,6	6,9	33,1	20,8	(260)
<i>Estatus bajo</i>	3,1	3,1	15,6	3,1	15,6	40,6	18,8	(32)

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 4

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUGADORES EN ESPAÑA.

Porcentaje de jugadores según frecuencia de juego y variables sociológicas
(% verticales)

	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada dos o tres meses	Una vez al año, de vez en cuando	Nunca	Total
<i>Hombres</i>	76,6	59,2	58,0	66,0	50,8	40,5	42,2	49,6
<i>Mujeres</i>	23,4	40,8	42,0	34,0	49,2	59,5	57,8	50,4
<i>De 16 a 25 años</i>	0,0	19,1	10,0	8,9	15,4	11,0	26,9	13,6
<i>De 25 a 34 años</i>	0,0	31,7	24,5	24,9	20,1	20,0	21,2	21,9
<i>De 35 a 44 años</i>	30,8	25,5	25,9	19,4	27,1	16,9	13,5	20,6
<i>De 45 a 54 años</i>	31,0	8,4	18,5	19,5	16,4	18,9	11,6	17,2
<i>De 55 a 64 años</i>	10,2	10,7	11,4	12,4	11,8	16,3	11,5	13,2
<i>De 65 a 75 años</i>	30,6	4,3	9,6	14,1	9,4	16,9	15,4	13,5
<i>Estatus alto</i>	0,0	8,6	9,6	7,1	9,5	9,6	3,2	8,2
<i>Estatus medio alto</i>	10,1	19,3	18,9	21,2	16,5	17,7	16,0	17,8
<i>Estatus medio medio</i>	50,8	46,8	44,1	47,7	46,9	44,8	42,2	44,8
<i>Estatus medio bajo</i>	36,2	23,3	25,6	21,2	21,1	24,2	34,6	26,0
<i>Estatus bajo</i>	5,1	2,1	1,8	1,8	5,9	3,7	3,9	3,2
<i>(n)</i>	<i>(19)</i>	<i>(47)</i>	<i>(281)</i>	<i>(56)</i>	<i>(85)</i>	<i>(355)</i>	<i>(156)</i>	<i>(1000)</i>

3. Perfil sociológico de los usuarios por tipo de juego.

El objetivo de este punto consiste en describir los perfiles de quienes juegan a cada uno de los distintos tipos de juegos de azar existentes. Puede decirse que cada juego tiene su público. Hemos tomado como base quienes declaran haber jugado alguna vez o quienes declaran jugar habitualmente (tablas 5 y 6 respectivamente), aunque los datos relativos a los jugadores habituales se ceñirán exclusivamente a los juegos en los que el número de respuestas permite contar con una muestra suficiente significativa para no caer en graves errores muestrales. Como en el epígrafe anterior, los datos se ofrecen en dos formatos: el porcentaje de individuos por cada variable que practica cada juego y la distribución de los jugadores de cada juego según variables (los porcentajes en este caso suman 100 dentro de cada variable).

Ya señalamos que a la Lotería Nacional ha jugado alguna vez el 83,0% de los españoles y, por tanto, sus perfiles se confunden con los de la población, con una leve menor tasa de juego entre los jóvenes menores de 25 años y algo mayor en la generación intermedia de 45 a 64 años. Resulta significativo que incluso el 35,3% de los no jugadores, de quienes declaran que no juegan nunca, recuerda haber jugado alguna vez a la Lotería, sin duda en el sorteo de Navidad. El jugar habitualmente a la Lotería es un hecho más restringido, pues sólo el 16,1% declara hacerlo (tabla 1), resultando un perfil envejecido, compuesto por personas mayores de 45 años, de estatus alto o bajo, pero inferior en los estratos intermedios, y con elevada práctica entre los jugadores habituales (la cuarta parte de ellos juega a la lotería). Este perfil social cóncavo de la lotería (tabla 5 B) presenta características llamativas.

Las Loterías Primitivas, Euromillón y similares, son jugadas alguna vez por el 61,3% de los residentes en España (tabla 1) y habitualmente por el 85,1% de ellos (tabla 5 A). Son los juegos con más usuarios habituales. Su perfil sociológico tiene rasgos distintos a los del jugador tipo de la Lotería Nacional: de clara tendencia masculina (la Tabla 6 A muestra que juega el 33,5% de los hombres y sólo el 23,6% de las mujeres del total de la población), de edades intermedias jóvenes (de 25 a 55

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

años, especialmente entre los 35 y 45) y de estatus alto o medio (tabla 5 A). El rasgo masculino queda patente al observar el caso del perfil típico de los jugadores: el 58,3% son hombres (tabla 6 B).

Los cupones de la ONCE se presentan con un nivel de juego esporádico similar a las loterías primitivas (60,8%) y un nivel de práctica habitual sensiblemente menor a ellas: 10,2% (tabla 1). La compra de los cupones crece en paralelo a la edad y su bloque de compradores habituales se sitúa entre los mayores de 45 años (tabla 5 A). Al contrario de los anteriores, se juega crecientemente según desciende el estatus socioeconómico, desde el 7,3% en el estatus alto hasta el 12,5% en el estatus bajo (tabla 6 A).

El perfil de los habituales de las quinielas es muy marcado, coincidente con los aficionados al fútbol: esencialmente masculino, esto es, el 79,7 % de los jugadores de quinielas son hombres, pues juega el 13,5% de los hombres y sólo el 3,4% de las mujeres del total poblacional (tabla 6 B). La práctica entre los habituales es mayor cuanto más joven es el individuo: desde el 16,9% entre los menores de 25 años hasta el 5,2% entre los mayores de 65; y entre personas de estatus medio hacia arriba en la escala social, como corresponde al perfil típico de las edades activas (tabla 6 A). Podría decirse que las quinielas tienen una doble dimensión, por un lado son un juego especializado, que gravita sobre los aficionados al fútbol, pero por otro son un juego popular, con un perfil de jugadores esporádicos casi tan indiferenciado como en los juegos anteriores: la mitad de los españoles ha jugado alguna vez a las quinielas, con independencia de cualquier variable sociológica, y excluyendo a los no jugadores.

Los juegos anteriores son los grandes juegos populares que cualquier residente en España juega en un momento u otro. Los que vienen a continuación los definiremos como especializados, puesto que su práctica depende de características marcadas por parte de sus usuarios.

El 26,5% de los residentes en España declara haber jugado alguna vez al bingo, pero sólo el 0,3% declara jugarlo regularmente (tabla 1). Este dato contiene

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

una desproporción elevada, que induce a pensar que ha existido alguna ocultación en las respuestas. El perfil de los jugadores habituales tiende a ser femenino, generacionalmente poco diferenciado, con una inclinación de sus jugadores hacia estatus alto o medio alto; y los comportamientos son similares tanto entre los jugadores habituales (diarios o varias veces a la semana), como entre los semanales (una vez a la semana) y los infrecuentes (tablas 5 A y 5 B).

Las máquinas de bares atraen a los hombres fundamentalmente (el 74,5% de sus jugadores lo son), en especial jóvenes o de edades intermedias, de estatus medio y con práctica habitual o semanal. Los usuarios de casinos son hombres y mujeres indistintamente, más bien jóvenes, aunque abarcan toda la gama de edad, de estatus medio-medio o medio alto y con inclinación a ser jugadores habituales o semanales. Lo más característico de los casinos es su estatus social muy marcado, especialmente en su práctica no habitual, desprende un *glamour* del que carecen los juegos anteriores (tablas 5 A y 5 B).

Los juegos agrupados en "otras loterías" tienen un nivel de práctica esporádica del 11,0%, siendo hombres casi dos tercios de sus jugadores y de estatus social medio. Las juegan esencialmente jugadores habituales o semanales. Los concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas por televisión (en sus distintos formatos), en los que se envía un SMS para contestar o se llama por teléfono, normalmente amenizados por una presentadora, son jugados de forma habitual por sólo el 0,2% de los residentes en España, pero muy esporádicamente por un 7,5% (tabla 1). Los datos muestran que sus practicantes son preferentemente jóvenes menores de 35 años, sin diferencias por género, sin apenas incidencia entre los mayores de 55 años, con un cierto sesgo hacia sectores sociales de estatus medio bajo o bajo. Estos juegos casi monopolizan el SMS como canal de comunicación y participación (tabla 5 D y 5 E).

El 7,1% de los entrevistados afirma haber jugado alguna vez a juegos de azar por internet, de forma genérica, pero sólo un 1,3% se declara jugador habitual (tabla 1). El perfil del jugador habitual muestra un ligero sesgo masculino, no tan evidente entre los jugadores esporádicos. En todo caso, ambos perfiles responden a

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

característica similares: jóvenes y menores de 35 años, con muy tenue presencia de mayores de 45 años. Por encima de esa edad el volumen de jugadores por internet es muy escaso. Por estatus sociales se sitúan en niveles medio-altos y medios, y en su conjunto se pueden considerar jugadores habituales. En definitiva, el perfil sociológico de los jugadores por internet es muy homogéneo y se corresponde en general más con el de los propios internautas que con el de los simples jugadores (tablas 5 D y 5 E).

Las apuestas a carreras de caballos, canódromos o similares se practican poco: sólo el 0,1% se declara jugador habitual y el 5,7% declara que ha jugado alguna vez a ellas (tabla 1). Obviamente, la asistencia regular a hipódromos es muy limitada, por tanto, la variable más relevante es la asistencia "alguna vez". Desde este punto de vista, las apuestas en carreras de caballos o similares son mayoritariamente masculinas (el 7,7% de los hombres declara haber jugado a los caballos alguna vez, mientras que sólo lo hace un 3,8% de las mujeres, dentro del total poblacional). Suelen realizarlas personas de edades intermedias o mayores, es decir, de 25 a 35 años o mayores de 55 años, de estatus medio alto y alto y las copan jugadores habituales o con frecuencia semanal (tablas 5 D y 5 E).

En apuestas a partidas o torneos de póker participa un 0,7% de forma habitual y un 3,5% alguna vez (tabla 1). Los perfiles de los dos sectores son similares: sobre todo hombres, especialmente entre los habituales; menores de 35 años, deslizándose a edades superiores entre los infrecuentes; de estatus alto y medio alto, deslizándose también hacia los medios entre los infrecuentes. Y, en el caso de los jugadores de póker habituales, compuesto por jugadores muy implicados en esta actividad: habituales o semanales (tablas 5 D y 5 E).

El perfil de los "no jugadores", ya sean los esporádicos o los que no juegan nunca a ninguno de estos juegos, es la cara opuesta del perfil de los jugadores descrito en el punto 2. Los no jugadores son (tablas 5D y 5 E):

- mayoritariamente mujeres, el 56,7% de ellas no juega habitualmente a ningún juego de azar.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

- jóvenes menores de 25 años, el 62,5% de ellos no juega, y personas mayores de 55 años.
- de estatus medio-medio o bajo, más de la mitad de las personas que pueden incluirse en estos niveles sociales no juega en ninguna ocasión a juegos de azar.

Tabla 5 A

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% sobre quienes han jugado alguna vez)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas	Bingo	Máquinas bares	Casinos
<i>Total</i>	83,0	61,3	60,8	46,0	26,5	15,6	11,2
<i>Hombres</i>	83,5	65,9	59,3	58,7	25,6	23,4	11,5
<i>Mujeres</i>	82,5	56,7	62,3	33,5	27,4	7,9	10,9
<i>De 16 a 25 años</i>	49,3	44,1	32,4	43,4	25,7	18,4	12,5
<i>De 25 a 34</i>	85,4	67,1	59,8	51,1	31,1	17,8	14,6
<i>De 35 a 44</i>	90,3	72,3	67,0	50,5	25,7	19,4	9,7
<i>De 45 a 54</i>	93,6	67,4	70,9	47,1	27,3	16,3	8,1
<i>De 55 a 64</i>	90,2	51,5	65,9	39,4	26,5	6,8	12,9
<i>De 65 a 75</i>	81,5	54,1	63,7	38,5	20,0	11,1	8,9
<i>Estatus alto</i>	92,7	74,4	62,2	48,8	25,6	19,5	24,4
<i>Estatus medio alto</i>	83,1	60,1	64,0	52,2	36,0	18,5	19,1
<i>Estatus medio medio</i>	84,6	64,5	62,5	47,1	25,7	17,0	9,6
<i>Estatus medio bajo</i>	77,3	54,2	54,6	42,3	22,7	11,2	5,8
<i>Estatus bajo</i>	81,3	46,9	65,6	18,8	18,8	6,3	0,0
<i>Habituales</i>	94,0	85,1	76,1	71,6	44,8	25,4	13,4
<i>Semanales</i>	94,3	85,4	69,4	55,5	32,4	18,5	13,9
<i>Esporádicos</i>	89,4	78,0	74,5	58,2	29,1	21,3	14,2
<i>Infrecuentes</i>	90,4	50,4	62,0	43,1	21,7	14,4	9,6
<i>No jugadores</i>	35,3	17,3	23,7	13,5	16,7	3,8	6,4

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 5 B

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
 Jugadores de cada juego por segmentos de población
 (% sobre quienes han jugado alguna vez)
 (% verticales: suman 100 en cada variable)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas	Bingo	Máquinas bares	Casinos
<i>Total</i>	(83,0)	(61,3)	(60,8)	(46,0)	(26,5)	(15,6)	(11,2)
<i>Hombres</i>	49,9	53,4	48,4	63,3	47,9	74,5	50,9
<i>Mujeres</i>	50,1	46,6	51,6	36,7	52,1	25,5	49,1
<i>De 16 a 25 años</i>	8,1	9,8	7,2	12,8	13,2	16,1	15,2
<i>De 25 a 34 años</i>	22,5	24,0	21,5	24,3	25,7	25,0	28,6
<i>De 35 a 44 años</i>	22,4	24,3	22,7	22,6	20,0	25,6	17,8
<i>De 45 a 54 años</i>	19,4	18,9	20,1	17,6	17,7	18,0	12,4
<i>De 55 a 64 años</i>	14,3	11,1	14,3	11,3	13,2	5,8	15,2
<i>De 65 a 75 años</i>	13,3	11,9	14,1	11,3	10,2	9,6	10,7
<i>Estatus alto</i>	9,2	10,0	8,4	8,7	7,9	10,3	17,9
<i>Estatus medio alto</i>	17,8	17,5	18,7	20,2	24,2	21,1	30,4
<i>Estatus medio medio</i>	45,7	47,2	46,0	45,9	43,4	48,9	38,4
<i>Estatus medio bajo</i>	24,2	23,0	23,3	23,9	22,3	18,7	13,5
<i>Estatus bajo</i>	3,1	2,4	3,5	1,3	2,2	1,1	0,0
<i>Habituales</i>	7,6	9,3	8,4	10,4	11,3	10,9	8,0
<i>Semanales</i>	31,9	39,2	32,1	33,9	34,3	33,3	34,9
<i>Esporádicos</i>	15,2	18,0	17,3	17,8	15,5	19,3	17,9
<i>Infrecuentes</i>	38,7	29,2	36,2	33,3	29,1	32,8	30,4
<i>No jugadores</i>	6,6	4,4	6,1	4,6	9,8	3,8	8,9

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 5 C

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA POR REGONES³.

Jugadores de cada juego por segmentos de población

(% sobre quienes han jugado alguna vez)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas	Bingo	Máquinas bares	Casinos
<i>Total</i>	83,0	61,3	60,8	46,0	26,5	15,6	11,2
Sur: <i>Andalucía, Canarias, Extremadura</i>	82,1	61,4	70,3	47,6	24,0	11,8	10,2
Noreste: <i>Aragón, Cataluña</i>	83,6	63,6	54,9	42,0	27,2	13,9	11,3
Norte: <i>Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco</i>	83,0	62,9	55,4	51,6	20,8	21,4	10,1
Levante: <i>Baleares, Murcia, Valencia</i>	83,1	59,4	60,6	39,4	26,9	10,0	11,3
Centro: <i>Castilla-León, Castilla-La Mancha, Rioja</i>	85,4	56,3	59,2	49,5	30,1	23,3	9,7
Madrid	81,8	62,0	59,9	47,4	33,6	19,0	15,3

³ La reducida dimensión de las muestras regionales hace que estos datos tengan elevados márgenes de error, mucho mayores que los que se refieren a las variables sociológicas de ámbito nacional.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 5 D

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% sobre el total de la muestra)

	Otras loterías	Concurso pregunta- respuesta Televisión	Juegos on line, Internet	Apuestas carreras caballos, galgos	Poker rooms, o torneos de póker	No jugadores
<i>Total</i>	11,0	7,5	7,1	5,7	3,5	7,6
<i>Hombres</i>	14,1	7,1	7,5	7,7	4,6	5,2
<i>Mujeres</i>	7,9	7,9	6,7	3,8	2,4	9,9
<i>De 16 a 25 años</i>	8,8	11,0	25,0	2,9	10,3	18,4
<i>De 25 a 34</i>	14,2	11,4	11,9	9,1	4,6	5,0
<i>De 35 a 44</i>	12,6	8,3	3,9	3,9	3,4	4,9
<i>De 45 a 54</i>	10,5	4,7	1,2	3,5	1,2	4,7
<i>De 55 a 64</i>	12,9	5,3	0,8	8,3	0,8	6,1
<i>De 65 a 75</i>	4,4	2,2	0,0	5,9	0,7	10,4
<i>Estatus alto</i>	17,1	3,7	6,1	6,1	6,1	1,2
<i>Estatus medio alto</i>	10,1	5,1	9,0	12,4	5,1	4,5
<i>Estatus medio medio</i>	12,5	8,7	8,5	5,4	3,6	6,7
<i>Estatus medio bajo</i>	7,7	8,5	4,6	1,5	1,5	12,3
<i>Estatus bajo</i>	6,3	6,3	0,0	6,3	3,1	15,6
<i>Habituales</i>	25,4	9,0	10,4	11,9	4,5	0,0
<i>Semanales</i>	13,9	11,4	6,0	8,2	3,9	0,0
<i>Esporádicos</i>	13,5	12,8	13,5	4,3	6,4	0,0
<i>Infrecuentes</i>	9,0	3,7	5,9	4,5	2,5	0,8
<i>No jugadores</i>	1,9	3,8	4,5	2,6	1,9	46,8

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 5 E

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
Jugadores de cada juego por segmentos de población
(% vertical suma 100 en cada variable)

	Otras loterías	Concurso pregunta-respuesta Televisión	Juegos on line, Internet	Apuestas carreras caballos, galgos	Poker rooms, o torneos de poker	No han jugado a nada
<i>Total del 100% de la población</i>	(11,0)	(7,5)	(7,1)	(5,7)	(3,5)	(7,6)
<i>Hombres</i>	63,7	46,9	52,4	66,6	65,4	34,1
<i>Mujeres</i>	36,3	53,1	47,6	33,4	34,6	65,9
<i>De 16 a 25 años</i>	10,9	19,9	47,7	6,9	40,1	33,1
<i>De 25 a 34</i>	28,3	33,3	36,6	34,8	28,9	14,5
<i>De 35 a 44</i>	23,6	22,7	11,3	14,0	20,1	13,3
<i>De 45 a 54</i>	16,4	10,8	2,9	10,5	5,9	10,7
<i>De 55 a 64</i>	15,4	9,3	1,5	19,1	3,0	10,6
<i>De 65 a 75</i>	5,3	4,0	0,0	14,9	2,0	3,0
<i>Estatus alto</i>	12,8	4,0	7,0	8,7	14,3	1,3
<i>Estatus medio alto</i>	16,4	12,1	22,6	38,5	26,0	10,6
<i>Estatus medio medio</i>	51,0	51,9	53,6	42,5	45,7	46,7
<i>Estatus medio bajo</i>	18,1	29,5	16,8	6,8	11,2	42,3
<i>Estatus bajo</i>	1,7	2,5	0,0	3,5	2,8	6,6
<i>Habituales</i>	15,5	8,0	9,8	13,9	8,6	0,0
<i>Semanales</i>	35,6	42,7	23,8	40,3	31,4	0,0
<i>Esporádicos</i>	17,3	24,1	26,8	10,7	25,8	0,0
<i>Infrecuentes</i>	29,1	17,5	29,7	27,9	25,6	26,6
<i>No jugadores</i>	2,5	7,7	9,9	7,3	8,5	96,5

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 5 F

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA POR REGIONES⁴.

Jugadores de cada juego por segmentos de población

(% sobre cada segmento del total de la muestra)

	Otras loterías	Concurso pregunta-respuesta Televisión	Juegos on line, Internet	Apuestas carreras caballos, galgos	Poker rooms, o torneos de poker	No jugadores
<i>Total</i>	11,0	7,5	7,1	5,7	3,5	7,6
Sur: <i>Andalucía, Canarias, Extremadura</i>	8,1	8,5	7,3	2,5	3,3	5,7
Noreste: <i>Aragón, Cataluña</i>	15,4	6,2	7,7	2,5	3,6	8,7
Norte: <i>Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco</i>	10,7	6,9	9,4	5,7	3,1	5,6
Levante: <i>Baleares, Murcia, Valencia</i>	10,0	10,0	5,6	5,0	3,1	9,4
Centro: <i>Castilla-León, Castilla-La Mancha, Rioja</i>	6,8	5,8	2,0	8,7	1,9	8,7
Madrid	14,6	6,6	8,8	14,6	5,8	8,8

⁴ La reducida dimensión de las muestras regionales hace que estos datos tengan elevados márgenes de error, mucho mayores que los que se refieren a las variables sociológicas de ámbito nacional.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 6 A

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
(% de quienes juegan habitualmente en cada segmento)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas
<i>Total</i>	16,1	28,5	10,2	8,4
<i>Hombres</i>	14,3	33,5	9,5	13,5
<i>Mujeres</i>	17,9	23,6	10,9	3,4
<i>De 16 a 25 años</i>	1,5	13,2	3,7	16,9
<i>De 25 a 34 años</i>	14,2	30,1	7,8	10,5
<i>De 35 a 44 años</i>	11,7	39,3	9,7	8,3
<i>De 45 a 54 años</i>	25,6	30,8	15,1	5,2
<i>De 55 a 64 años</i>	24,2	24,2	10,6	3,8
<i>De 65 a 75 años</i>	20,7	25,9	14,8	5,2
<i>Estatus alto</i>	22,0	34,1	7,3	8,5
<i>Estatus medio alto</i>	15,7	25,3	9,0	11,8
<i>Estatus medio medio</i>	13,4	30,8	10,9	8,5
<i>Estatus medio bajo</i>	18,1	25,8	10,4	6,5
<i>Estatus bajo</i>	25,0	21,9	12,5	3,1
<i>Habituales</i>	26,9	62,7	29,9	14,9
<i>Semanales</i>	24,2	63,0	15,3	19,6
<i>Esporádicos</i>	14,2	39,7	17,7	11,3
<i>Infrecuentes</i>	15,2	2,8	3,9	0,8
<i>No jugadores</i>	0,6	0,0	0,0	0,0

Tabla 6 B

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA.
(100% verticales sobre proporción de usuarios por juego)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas
<i>Total</i>	(16,1)	(28,5)	(10,2)	(8,4)
<i>Hombres</i>	44,1	58,3	46,2	79,7
<i>Mujeres</i>	56,0	41,7	53,9	20,4
<i>De 16 a 25 años</i>	1,3	6,3	4,9	27,4
<i>De 25 a 34 años</i>	19,3	23,1	16,7	27,4
<i>De 35 a 44 años</i>	15,0	28,4	19,6	20,4
<i>De 45 a 54 años</i>	27,3	18,6	25,5	10,6
<i>De 55 a 64 años</i>	19,8	11,2	13,7	6,0
<i>De 65 a 75 años</i>	17,4	12,3	19,6	8,4
<i>Estatus alto</i>	11,2	9,8	5,9	8,3
<i>Estatus medio alto</i>	17,4	15,8	15,7	25,0
<i>Estatus medio medio</i>	37,3	48,4	47,9	45,3
<i>Estatus medio bajo</i>	29,2	23,5	26,5	20,1
<i>Estatus bajo</i>	5,0	2,5	3,9	1,2
<i>Habituales</i>	11,2	14,7	19,6	11,9
<i>Semanales</i>	42,2	62,1	42,2	65,6
<i>Esporádicos</i>	12,4	19,6	24,5	19,0
<i>Infrecuentes</i>	33,5	3,5	13,6	3,4
<i>No jugadores</i>	0,6	0,0	0,0	0,0

Tabla 6 C

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS EN ESPAÑA POR REGIONES.
(% de quienes juegan habitualmente en cada segmento)

	Lotería Nacional	Euromillón Primitiva	Cupones ONCE	Quinielas
<i>Total</i>	16,1	28,5	10,2	8,4
Sur: <i>Andalucía, Canarias, Extremadura</i>	13,0	27,7	12,2	8,1
Noreste: <i>Aragón, Cataluña</i>	15,4	27,2	8,8	5,7
Norte: <i>Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco</i>	15,7	29,6	7,6	8,2
Levante: <i>Baleares, Murcia, Valencia</i>	18,1	29,4	11,3	7,5
Centro: <i>Castilla-León, Castilla-La Mancha, Rioja</i>	27,2	35,9	13,6	9,7
Madrid	12,4	24,1	8,0	13,1

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

Retornando a la Tabla 1, el 4,8% de los residentes en España comprendidos entre 18 y 75 años declara haber jugado a algún juego de suerte, envite o azar por internet. Los datos procedentes de la muestra general indican que se juega de manera destacada al póker y sus derivados. El 2,7% declara haber jugado a juegos *on line* como el póker y las loterías, mientras el 0,7% lo ha hecho a *poker rooms* o torneos de póker. Una pequeña fracción apuesta a las carreras de caballos, a las de

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

galgos en los canódromos, y/o al Euromillón (0,4%). El resto, juega a distintos juegos, pero sin que los datos permitan afirmar que internet se haya convertido en un canal de distribución consolidado para ninguno de estos juegos.

A través de SMS juega un 4,1% de los entrevistados, esencialmente como vía de acceso a concursos de preguntas y respuestas amenizados por azafatas en televisión (3,6%). Un 0,4% afirma haber jugado a la lotería nacional a través de SMS y un 0,2% a otras loterías. Como en el caso de internet, salvo para los concursos mencionados, el SMS todavía no se ha consolidado como canal de distribución de los demás juegos de azar (tabla1).

5. ¿Qué es el juego?

La imagen de los juegos de azar en la sociedad española es muy homogénea, todos los sectores sociales la comparten, salvando escasas diferencias. Existe una percepción muy extendida entre la población acerca de que lo que domina en estos juegos es el azar: el 88.9% piensa que el azar es lo que más influye en estos juegos, muy por encima de la inteligencia del jugador (7.7%), no respondiendo o no expresando ninguna opinión tan solo un 3.4%.

Más allá del factor azar, las cuestiones sobre lo que es el juego y lo que representa para los jugadores también están dominadas por imágenes comunes y ampliamente compartidas (gráfico 2 y tabla 7). La visión preponderante define el juego como una forma de recaudación de impuestos: el 43.0% de los encuestados comparte esta idea, especialmente extendida entre los sectores de estatus social alto (56.1%) y medio alto (49.4%), así como en las generaciones intermedias, de 45 a 54 años (52.3%). En general, estos sectores se encuentran más sensibilizados por la

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

presión fiscal, por tanto, cabe pensar que esta respuesta se basa en elementos que van más allá de su eventual información concreta sobre el tema.

El segundo vector relacionado con la imagen del juego lo aproxima a considerarlo una forma de derroche, un vicio. Esta idea aparece apoyada por el 39.7% de los entrevistados, especialmente entre la mujeres (42.5%) y entre quienes juegan de forma infrecuente (45.9%) o no juegan nunca (56.4%), e igualmente entre las personas mayores de 55 años y entre quienes se ubican en los estatus sociales bajos (53.1%). Ésta también es, obviamente, la opinión dominante entre los sectores que mantienen una posición beligerante con el juego.

Otra elemento asociado a la imagen del juego es que se trata de una industria o negocio controlado por algunas pocas empresas (35.6%). La extensión de la idea del juego como negocio está en función directa del estatus social, partiendo desde el 46.3% entre los de estatus alto, para descender hasta el 28.1% entre los de estatus bajo.

Curiosamente los aspectos que más afectan a los propios jugadores, excepto la idea de vicio o derroche, son los que menos parecen influir en la construcción de la imagen social del juego. Para el 31.2% se trata de un entretenimiento (un pasatiempo o diversión), especialmente para los jóvenes menores de 25 años (44.1%), descendiendo el respaldo a esta imagen según aumenta la edad. Como es natural, la idea de entretenimiento es ampliamente compartida por los jugadores habituales (53.7%), hasta el punto de ser el elemento clave de su visión del juego. Como es natural, esa idea apenas encuentra eco entre los jugadores infrecuentes o los no jugadores (23.8%). Un aspecto relevante de la imagen del juego como pasatiempo o entretenimiento es que es ampliamente compartida por los jugadores *on line*, casi el 60% identifica el juego con esta idea, lo cual parece lógico ya que internet también es considerado por esos mismos usuarios como una herramienta destinada al ocio.

La suposición de que el juego es una vía para hacerse rico aparece más débilmente asociada a las opiniones de los entrevistados, pues sólo un 26.2% de los

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

mismos la comparte. Esta posición es apoyada con cierta coherencia sobre todo por los jugadores que juegan con frecuencia superior a una vez al mes, más de un tercio de ellos la apoyan, pero apenas encuentra favor entre los jugadores más infrecuentes.

Llama la atención que entre los jugadores habituales, los que juegan todos los días o varias veces a la semana, la imagen del juego gravite sobre dos ejes: ser un pasatiempo y ser una actividad gravada por impuestos. Con ello, los jugadores habituales, que esperan conseguir premios dada su continuada actividad, expresan su preocupación por la disminución que pueden sufrir sus ingresos debido al pago de los impuestos con los que se gravan los distintos juegos de azar.

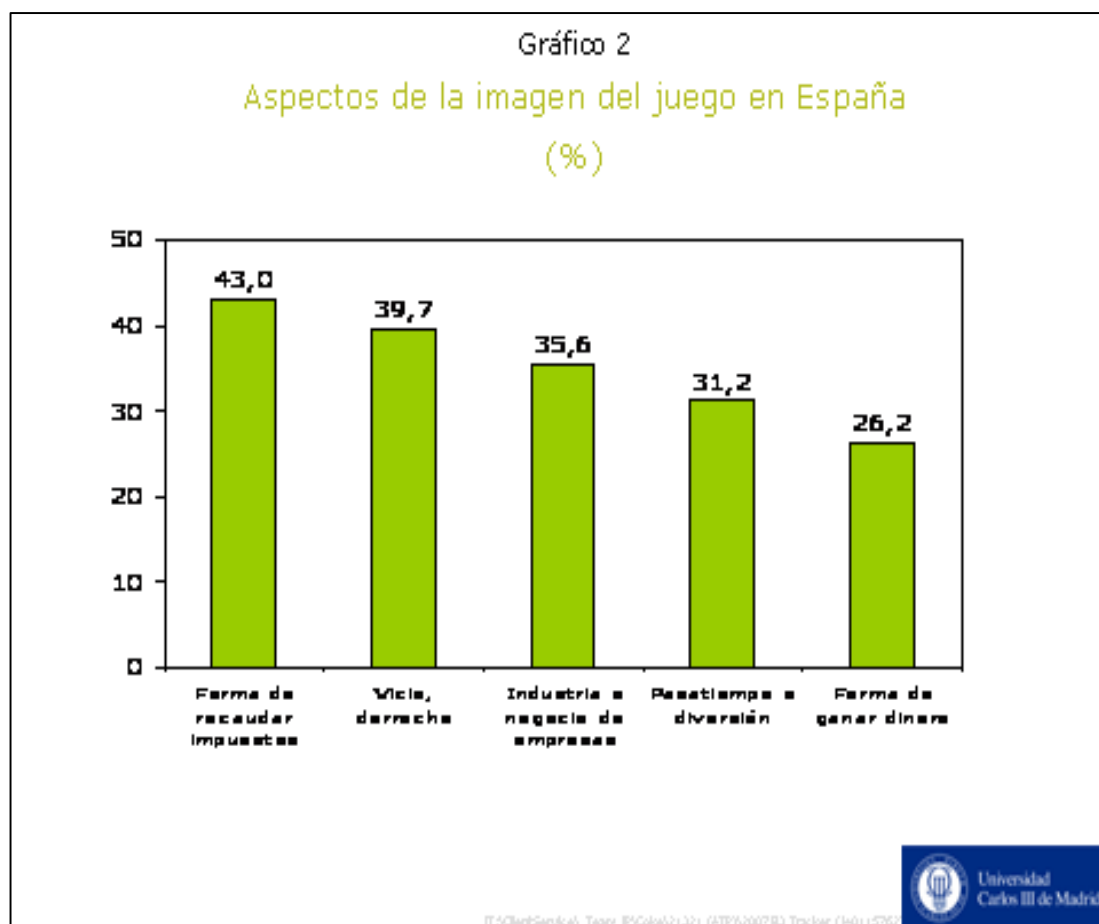


Tabla 7

IMAGEN DEL JUEGO SEGÚN SECTORES SOCIALES
(% de cada sector social / respuestas múltiples)

	Una forma de que recauden impuestos	Un vicio, una forma de derroche	Una industria o un negocio de algunas empresas	Un pasatiempo o una diversión	Una forma de ganar dinero, de hacerse rico	Ninguna de estas
<i>Total</i>	43,0	39,7	35,6	31,2	26,2	4,8
<i>Hombres</i>	44,0	36,9	34,3	34,3	27,2	4,8
<i>Mujeres</i>	42,1	42,5	36,9	28,2	25,2	4,8
<i>De 16 a 25 años</i>	37,5	40,4	39,0	44,1	21,3	5,9
<i>De 25 a 34 años</i>	43,4	39,7	41,6	32,4	35,2	3,7
<i>De 35 a 44 años</i>	43,7	39,3	34,5	26,7	29,6	3,9
<i>De 45 a 54 años</i>	52,3	36,0	33,7	26,7	29,7	3,5
<i>De 55 a 64 años</i>	37,9	42,4	39,4	27,3	22,7	6,8
<i>De 65 a 75 años</i>	40,0	41,5	23,0	32,6	10,4	6,7
<i>Estatus alto</i>	56,1	34,1	46,3	31,7	18,3	2,4
<i>Estatus medio alto</i>	49,4	41,6	39,3	37,1	26,4	2,2
<i>Estatus medio medio</i>	42,2	39,3	33,3	30,4	28,3	5,1
<i>Estatus medio bajo</i>	36,5	39,2	34,6	28,8	25,4	6,9
<i>Estatus bajo</i>	37,5	53,1	28,1	28,1	21,9	3,1
<i>Habituales</i>	47,8	34,3	38,8	53,7	32,8	4,5
<i>Semanales</i>	40,9	26,0	31,0	35,6	33,5	3,9
<i>Esporádicos</i>	47,5	35,5	38,3	38,3	32,6	3,5
<i>Infrecuentes</i>	42,8	45,9	37,2	23,9	19,7	4,5
<i>No jugadores</i>	41,0	56,4	36,5	23,7	19,2	8,3
<i>Jugadores on line</i>	43,7	33,8	43,7	57,7	29,6	4,2

6. ¿Cómo se juega?

Quienes juegan habitualmente, ¿juegan solos o juegan en compañía de otras personas que asimismo juegan o que tan solo observan (tabla 8)? La mayoría de los 497 entrevistados que afirman haber jugado alguna vez lo hace en solitario (66.4%), aunque en un importante número de casos se comparte la actividad con otras personas que también participan (20.1%). Resulta mucho más extraño compartir ese tiempo con personas que sólo observan a otros jugar (1.4%), aunque a un 11.3% le da igual el modo y las circunstancias en que juega.

Bajo estos datos muy generales, asoman dos diferentes patrones de comportamiento. Para los jugadores más frecuentes, lo que juegan una vez al mes o más, el juego es una actividad que el jugador realiza en solitario, aunque puede compartirse con otras personas en ocasiones. Un segundo patrón, mucho más débil, permite detectar una función social del juego: para un fragmento de los infrecuentes o de los no jugadores que ocasionalmente hayan jugado, hay un componente de socialización o de actividad de ocio centrada en el hecho de compartir un rato de entretenimiento con otras personas. Esto se detecta entre un tipo de jugadores jóvenes menores de 35 años y mujeres, y en los estatus sociales medio-medio y medio alto (tablas 3 y 4).

La generalidad de los jugadores (el 88,3%) dedica muy poco tiempo al juego, sólo unos minutos. Los entrevistados que destinan más tiempo son reducidas minorías compuestas por jugadores habituales. Entre éstos, un 6.1% destina más de una hora al día a jugar y solo un 3,1% afirma dedicar dos o tres horas diarias (tabla 9). La media en minutos se sitúa en casi 16 entre los jugadores habituales y en el umbral de los 10 minutos para todos los demás, incluyendo a los no jugadores que eventualmente puedan jugar a algo.

Entre los jugadores *on line*, según los datos obtenidos a partir de la muestra general, el tiempo dedicado al juego supera ampliamente al habitualmente dedicado

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

a ello por la media de la población e incluso por los jugadores habituales en general (tabla 10). El número de 48 entrevistados extraídos de la muestra general (tabla 1) resulta tan bajo que los datos solo podrán concretarse en la segunda parte de este estudio, realizado sobre una submuestra de jugadores *on line* que, como comprobaremos más adelante, precisará este dato y lo redimensionará al alza.

Tabla 8

JUEGO Y SOCIALIZACIÓN SEGÚN TIPOS DE JUGADORES
(% de los que han jugado alguna vez a algún juego de azar)

	Total	Habitua-les	Sema-nales	Esporá-dicos	Infre-cuentes	No juga-dores
<i>Sólo</i>	66.4	66.2	67.6	70.4	59.2	25.0
<i>Con otras personas que juegan</i>	20.1	16.9	20.8	17.3	23.9	25.0
<i>Me da igual</i>	11.3	15.4	9.7	11.2	14.1	0.0
<i>Con otras personas que miran</i>	1.4	1.5	1.5	1.0	1.4	0.0
<i>NS/NC</i>	0.8	0.0	0.4	0.0	1.4	50.0
(n)	(497)	(65)	(259)	(98)	(71)	(4)

Tabla 9

TIEMPO DESTINADO EN UN DÍA CUALQUIERA AL JUEGO
(% de jugadores que declaran jugar habitualmente a algún juego de azar)

	Total	Habituales	Sema- nales	Esporá- dicos	Infre- cuentes	No jugadores
<i>Unos minutos</i>	88,3	83,1	92,3	88,8	78,9	75,0
<i>Un cuarto de hora</i>	2,4	6,2	1,2	5,1	0,0	0,0
<i>Media hora</i>	1,4	4,6	0,4	2,0	1,4	0,0
<i>Una hora</i>	0,6	1,5	0,4	1,0	0,0	0,0
<i>Una hora y media</i>	0,4	1,5	0,4	0,0	0,0	0,0
<i>Dos o tres horas</i>	0,6	3,1	0,4	0,0	0,0	0,0
<i>NS/NC</i>	6,2	0,0	5,0	3,1	19,7	25,0
<i>Media (en minutos)</i>	10,1	15,9	9,3	9,4	8,4	8,0
<i>(n)</i>	(497)	(65)	(259)	(98)	(71)	(4)

Tabla 10

TIEMPO DESTINADO EN UN DÍA TIPO AL JUEGO POR JUGADORES ON LINE
(% de jugadores que declaran jugar habitualmente a algún juego de azar)

	Total	Declaran haber jugado algún juego de azar on line
<i>Unos minutos</i>	88,3	58,5
<i>Un cuarto de hora</i>	2,4	13,0
<i>Media hora</i>	1,4	11,7
<i>Una hora</i>	0,6	6,5
<i>Una hora y media</i>	0,4	2,6
<i>Dos o tres horas</i>	0,6	5,2
<i>NS/NC</i>	6,2	2,6
<i>Media (en minutos)</i>	10,1	24,8
<i>(n)</i>	(497)	(48)

7. La suerte

Atendiendo a las respuestas de los entrevistados, los españoles se consideran con tan poca suerte en los juegos de azar que rayan en la fatalidad. Paradójicamente ese tipo de prejuicio hace poco comprensible que la mitad de ellos les destinen parte de su tiempo. Tras este tipo de respuestas se esconde algo de cliché tal y como revela la Tabla 11.

Sólo el 1,7% de los entrevistados se cree con mucha suerte, mientras el 69,4% se cree con poca o muy poca suerte. Si los datos se traducen a una media de 0 a 10, ésta resulta ser un 2.7, es decir, la gran mayoría de la población se percibiría a si misma dentro de los márgenes de la mala suerte. Es relevante observar que esta creencia (prejuicio) sobre la poca suerte que tienen los españoles en estos juegos está muy segmentada socialmente, y discurre en paralelo a cuatro fenómenos complementarios:

- ✓ Se creen con más suerte lo jóvenes que los mayores, y la idea de tener suerte descende en paralelo a la edad.
- ✓ La confianza en tener suerte se debilita según se descende por la escala social.
- ✓ Se creen con más suerte en los juegos de azar los hombres que las mujeres.
- ✓ El juego no se considera una cuestión de suerte ya que la mayoría de los jugadores desprecia las situaciones extremas de mucha o muy poca suerte. Ahora bien, si excluimos las posiciones polarizadas, observaremos que la creencia en la propia suerte en los juegos de azar discurre en paralelo a la frecuencia de tentarla jugando. De hecho, esa percepción descende en cascada, de más a menos, desde los habituales hasta los no jugadores.

Tabla 11

PERCEPCIÓN DE LA SUERTE EN LOS JUEGOS DE AZAR
(% suma 100 horizontal en cada segmento)

	Con mucha suerte (10)	Con suerte normal	Con poca suerte	Con muy poca suerte (0)	NS/NC	Media 0-10
<i>Total</i>	1,7	20,7	29,1	40,3	8,2	2,7
<i>Hombres</i>	2,2	22,8	31,3	35,5	8,3	3,0
<i>Mujeres</i>	1,2	18,7	27,0	45,0	8,1	2,5
<i>De 16 a 25 años</i>	2,2	37,5	19,9	25,7	14,7	4,0
<i>De 25 a 34 años</i>	0,9	27,9	32,0	30,1	9,1	3,3
<i>De 35 a 44 años</i>	1,5	17,0	36,9	39,3	5,3	2,6
<i>De 45 a 54 años</i>	2,3	14,0	26,2	51,2	6,4	2,2
<i>De 55 a 64 años</i>	1,5	15,2	25,8	49,2	8,3	2,2
<i>De 65 a 75 años</i>	2,2	11,9	28,9	50,4	6,7	2,1
<i>Estatus alto</i>	3,7	32,9	25,6	35,4	2,4	3,5
<i>Estatus medio alto</i>	3,9	26,4	28,1	33,7	7,9	3,4
<i>Estatus medio medio</i>	1,1	19,6	31,7	39,3	8,3	2,7
<i>Estatus medio bajo</i>	0,8	15,4	27,7	46,5	9,6	2,2
<i>Estatus bajo</i>	0,0	15,6	18,8	53,1	12,5	1,9
<i>Habituales</i>	1,5	25,4	37,3	32,8	3,0	3,2
<i>Semanales</i>	2,8	22,1	38,1	35,9	1,1	3,1
<i>Esporádicos</i>	2,1	20,6	32,6	42,6	2,1	2,7
<i>Infrecuentes</i>	0,8	20,6	26,5	47,9	4,2	2,4
<i>No jugadores</i>	1,3	16,7	12,2	32,1	37,8	2,7
<i>Jugadores on line</i>	5,3	42,0	22,1	25,2	5,6	4,3

8. Aspectos económicos del juego.

8.1. Gasto mensual en juego.

Se incluyó en el cuestionario la siguiente pregunta: "¿Qué cantidad mensual juega habitualmente en este tipo de juegos, por término medio?". Al analizar sus resultados debe prevenirse sobre todo tipo de sesgos inducidos por el entrevistado: exageraciones en algunos casos, problemas de cálculo porque simplemente los interesados no conocen con exactitud sus ganancias y sus pérdidas, ocultaciones, pretensión de dar una respuesta socialmente bien vista, etc. Además, es conocido que para estimaciones de magnitudes económicas el recuerdo de los entrevistados puede introducir sesgos que distorsionan seriamente la realidad⁵, lo que nos obliga a tomar nuestras extrapolaciones como simples indicadores de la percepción social existente sobre este aspecto de las actividades ligadas al juego.

Para situar las respuestas de los entrevistados en relación con la realidad, las estimaciones oficiales acerca de las magnitudes del juego en España se recogen en la Tabla 12, y se basan en el Informe Anual del juego en España 2008, publicado por la Subdirección general de Estudios y Relaciones Institucionales de la SGT del Ministerio del Interior. En síntesis, se estima que en España se movió en 2008 un volumen de apuestas de 32.309 millones de €, de los que retornarían a los jugadores el 68,6% en forma de premios, lo que equivale a una estimación de gasto anual en juego de en torno a 10.158 millones de €. De las cifras globales disponibles ésta parece resultar clave, puesto que nos daría el volumen de gasto aproximado en que se estima que incurrirían los jugadores. En términos relativos, por consiguiente, estas estimaciones equivaldrían a un gasto por cada habitante de entre 18 y 75 años de 290,36€/año o, lo que es lo mismo, de 24,20 €/mes.

Como ya se ha visto en páginas anteriores de este estudio, sólo el 49,4% de los residentes en España comprendidos entre 18 y 75 años se considera jugador

⁵ Véase, por ejemplo, Moore, J. C., Stinson & L. L. Welniak, E. J. "Income reporting in surveys: cognitive issues and measurement error", en M. G. Sirken et al, *Cognition and survey research*, New York: Willey, 1998.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

habitual. Si se restringen las estimaciones anteriores a exclusivamente los jugadores habituales, el gasto promedio anual sería de 584,20 € ó de 48,70 € mensuales. Naturalmente, estos dos agregados no pasan de ser estimaciones sobre estimaciones, pero sirven para dimensionar los parámetros del gasto medio en juego por parte de los españoles y, en especial, de los jugadores habituales. La tabla 13 sintetiza estos datos.

Partiendo de esos parámetros, cabe concluir que las cantidades que declaran jugar los jugadores que se consideran practicantes habituales de algún juego de azar (véase la tabla 1, columna 2), distan mucho de las cantidades que se pueden calcular a partir de las estadísticas oficiales, como puede apreciarse en la tabla 13. De media, estos jugadores recuerdan un gasto mensual de 22.5 €, lo que equivale al 46,2% de la cantidad de 48,7 €/mes que se podría atribuir a estos jugadores como gasto en juego si sólo jugaran ellos y no hubiera jugadores no habituales, es decir, si la otra mitad de la población que declara no jugar habitualmente en realidad no hiciera nunca.

¿Qué explicación técnica puede tener esta desviación? En primer lugar, es conocido que sobre una serie de temas, entre ellos los económicos, las respuestas de los entrevistados pueden introducir serios sesgos, produciendo una imagen distorsionada de la realidad. Uno de los orígenes de estos sesgos podría deberse a que el lenguaje empleado en el cuestionario no se ajuste exactamente al utilizado por los entrevistados. En este caso parece que, hasta cierto punto, hubiera podido darse dicha situación al preguntarse por el "gasto mensual", pidiendo a continuación la cantidad obtenida en premios. La impresión resultante es que los entrevistados que son jugadores construyen automáticamente un razonamiento del siguiente tipo: para ellos el gasto es el saldo entre las cantidades arriesgadas y los premios obtenidos, aunque los pequeños premios y reintegros parecen reciclarse inmediatamente en nuevos intentos de tentar a la suerte sin ser contabilizados como gasto. Así, la cantidad que dicen gastar tiene un sesgo con la cantidad que plausiblemente obtienen como saldo mensual, pero está muy distante de las cantidades realmente arriesgadas. Por tanto, en primer lugar, los entrevistados tienden a considerar el gasto en juego como el saldo entre lo que arriesgan al

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

comienzo y lo que obtienen al final. De alguna manera hacen una media sobre estas cantidades un tanto inexacta y basada en una primera impresión, siendo dicha media la que ofrecen como respuesta de media mensual.

Como suele suceder en otras investigaciones, da la impresión de que en esta media declarada han convergido dos tipos de sesgos. Por una parte, se da una regresión a una cantidad que los entrevistados consideran socialmente asumible (entre 6 y 30 €/mes) para, así, evitar aparecer socialmente como un jugador que arriesga demasiado dinero (lo que podría proyectar una imagen personal algo irresponsable). Por otra, se produce una regresión a la media, de modo que los jugadores que más arriesgan han declarado cantidades más reducidas, en tanto que algunos pocos entre aquéllos que juegan con menor frecuencia ha podido exagerar la cantidad que apuesta mensualmente. En todo caso, la experiencia que se extrae de estos datos es que el resorte técnico para obtener información fiable sobre el tema a través de encuestas es más complejo que la mera pregunta global.

A partir de los datos declarados se obtienen varias conclusiones. Hay considerables diferencias en las cantidades mensuales que los jugadores, que declaran jugar habitualmente algún juego, recuerdan gastar en dicha actividad, como puede observarse en la primera columna de la Tabla 14. Algo más de la mitad (55.0%) declara gastar entre 6 y 30 €. Por debajo de esta cantidad queda un 16,1%, con 5 € ó menos de gasto, y por encima un 15,9%, con cantidades que pueden llegar a ser considerables, superando los 60 € y los 100 €.

La cantidad media jugada que se declara o se estima mensualmente se sitúa en 22,5 €, a tenor de las declaraciones directas de los entrevistados (tabla15). Como es natural, la principal diferencia en lo que se juega estriba en el tipo de jugador más que en cualquier otra variable sociológica (tabla 15). Los jugadores habituales, que según nuestra clasificación son los que juegan todos los días o varias veces a la semana, vienen a gastar 35,0 € mensuales según su propia declaración, cantidad que disminuye considerablemente entre los semanales, 22,5 €; esporádicos, 15,5 €; e infrecuentes, 18,1 €. Los no jugadores que eventualmente lo hacen parecen apostar cantidades considerables, 26.0 €/mes, pero son muy escasos, lo cual nos

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

lleva a pensar que se puede tratar de una simple desviación atípica muy poco significativa socialmente.

Por sectores sociales el gasto es muy homogéneo, con dos salvedades que se deducen del hilo argumental de este estudio: un mayor gasto concentrado en los varones (25.3 € frente a 18.5 € de las mujeres) y en las generaciones intermedias, de 35 a 44 y de 55 a 64 años (tabla 15), lo que viene a reflejar sencillamente el mayor gasto de los jugadores habituales. Los jugadores *on line* localizados en la fase de trabajo de campo de población general realizan un gasto mensual de 14,1 €, pero conviene insistir en la reducida muestra y la baja representatividad de estos jugadores en el conjunto de la muestra obtenida para la primera parte de este estudio. El contraste entre las cantidades medias gastadas por los jugadores habituales por regiones y la media declarada se recogen en la tabla 16, manteniendo un patrón de comportamiento similar al de los otros aspectos investigados, sin grandes diferencias entre las distintas regiones, con la ligera excepción de las zona de las dos Castillas que siempre muestra comportamientos algo por debajo de la media del resto de las regiones españolas.

Tabla 12
ESTIMACIÓN DE CANTIDADES JUGADAS
Y GASTO EN JUEGO REAL EN ESPAÑA EN 2008.

	Tipo de juego	Cantidades jugadas Estimación (millones de €)	Premios Obtenidos Estimación (millones de €)	Gasto real en juego Estimación (Jugado-Premios) (millones de €)
Juegos privados	<i>Casinos</i>	2.287	1.788	499
	<i>Bingos</i>	3.375	2.108	1.267
	<i>Máquinas "B"</i>	14.499	10.874	3.625
Juegos ONLAE	<i>Lot. Nacional (sáb)</i>	5.369	3.951	1.694
	<i>Lot. Nacional (jue)</i>	276		
	<i>Quinielas</i>	557	2.422	1.981
	<i>Quinigol</i>	11		
	<i>Lot. Primitiva</i>	3.820		
	<i>Lototurf</i>	10		
<i>Quíntuple plus</i>	5			
ONCE	<i>Cupones ONCE</i>	2.101	1.009	1.092
TOTAL		32.309	22.151	10.158
<i>Gasto estimado por habitante de 18 a 75 años/año</i>				290,36 €
<i>Gasto estimado por habitante de 18 a 75 años/mes</i>				24.20 €

Fuente: *Informe Anual sobre el juego en España 2008*, Subdirección General de Relaciones Institucionales y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio del Interior, 2009.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 13

CONTRASTE ENTRE LOS DATOS DECLARADOS Y LAS ESTIMACIONES OFICIALES.

<i>Población comprendida entre 18 y 75 años (miles de habitantes)</i>	34.983
<i>Jugadores habituales (% de la población)</i>	49,4
<i>Jugadores habituales (estimación) (miles de habitantes entre 18 y 75 años)</i>	17.387
<i>Gasto estimado mensual en juego por habitante entre 18 y 75 años, a partir de estimaciones del Ministerio del Interior (media en €)</i>	24,2
<i>Gasto estimado mensual medio en juego (cantidades jugadas menos premios obtenidos) por jugador habitual (49.4% de la población comprendida entre 18 y 75 años), a partir de estimaciones del Ministerio del Interior.</i>	48.7 €
<i>Cantidad mensual media declarada por los jugadores habituales (declaran jugar habitualmente algún juego de azar)⁶</i>	22.5 €
<i>Cobertura de la cantidad mensual declarada por los jugadores habituales sobre el gasto estimado mensual (%)</i>	46,2

Fuente: Elaboración propia a partir de estimaciones del Ministerio del Interior, *Informe sobre el Juego en España 2008, op. cit.*

⁶ En concreto, alguno de los juegos considerados en la Tabla 1. Quienes responden a esta pregunta son el 49,4%, que declara jugar habitualmente a alguno de los juegos incluidos en la citada tabla.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 14

DECLARACION DEL GASTO MENSUAL SEGÚN ESTIMACIONES DEL PROPIO JUGADOR,
 CLASIFICADO POR TIPO DE USUARIO
 (% de jugadores que declaran jugar habitualmente a algún juego de azar)

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
<i>De 1 a 5 €</i>	16,1	3,1	9,3	38,8	22,5	0,0
<i>De 6 a 12 €</i>	27,8	30,8	29,3	35,7	8,5	25,0
<i>De 13 a 30 €</i>	27,2	29,2	37,5	14,3	7,0	0,0
<i>De 31 a 60 €</i>	11,7	21,5	15,4	1,0	2,8	25,0
<i>De 61 a 100 €</i>	2,8	4,6	3,1	0,0	4,2	0,0
<i>Más de 100 €</i>	1,4	4,6	0,4	3,1	0,0	0,0
<i>NS/NC</i>	13,1	6,2	5,0	7,1	54,9	50,0
Media	22,5	35,0	22,5	15,5	18,1	26,0

Tabla 15

DECLARACIÓN DEL GASTO MENSUAL ESTIMADO EN JUEGO
 POR SECTORES SOCIALES
 (Media declarada y media acotada)

	Media declarada (en €)
<i>Total</i>	22,5
<i>Hombres</i>	25,3
<i>Mujeres</i>	18,5
<i>De 16 a 25 años</i>	17,6
<i>De 25 a 34 años</i>	17,9
<i>De 35 a 44 años</i>	27,2
<i>De 45 a 54 años</i>	21,3
<i>De 55 a 64 años</i>	28,8
<i>De 65 a 75 años</i>	21,8
<i>Estatus alto</i>	22,0
<i>Estatus medio alto</i>	22,5
<i>Estatus medio medio</i>	22,8
<i>Estatus medio bajo</i>	22,3
<i>Estatus bajo</i>	20,6
<i>Habituales</i>	35,0
<i>Semanales</i>	22,5
<i>Esporádicos</i>	15,5
<i>Infrecuentes</i>	18,1
<i>No jugadores</i>	26,0
<i>Jugadores on line</i>	14,1

Tabla 16

DECLARACIÓN DEL GASTO MENSUAL ESTIMADO EN JUEGO POR JUGADORES
HABITUALES, SEGÚN COMUNIDADES
(€/mes)

	Media estimada (en €)	Media declarada (en €)
<i>Total</i>	48,7	22,5
Sur: <i>Andalucía, Canarias, Extremadura</i>	45,4	19,8
Noreste: <i>Aragón, Cataluña</i>	51,8	20,9
Norte: <i>Asturias, Cantabria, Galicia, Navarra, País Vasco</i>	47,8	19,4
Levante: <i>Baleares, Murcia, Valencia</i>	51,0	19,8
Centro: <i>Castilla-León, Castilla-La Mancha, Rioja</i>	38,7	28,7
Madrid	61,5	31,8

Fuente: Columna "**Media estimada (en €)**", elaboración propia a partir de estimaciones del Ministerio del Interior, *Informe sobre el Juego en España 2008, op. cit.*

8.2. El vago recuerdo de los premios.

Si ya es difícil que los jugadores retengan con claridad las cantidades puestas en juego o, incluso, su gasto real, pretender que expresen con exactitud las cantidades ganadas se convierte en misión harto compleja, en donde pueden confundirse la realidad, el deseo, la creencia en la mala suerte o el deseo de exageración u ostentación. Repitiendo los cálculos antes realizados para analizar las cantidades jugadas y el gasto real, pero ahora sobre la base de los premios nos encontraríamos con los siguientes resultados:

	<i>Habitantes 18 -75 años</i>	<i>Cantidades Ganadas (MIR)</i>	<i>Cantidades ganadas/ por habitante (18-75 años)</i>		<i>Jugadores habituales 18 - 75 años</i>		<i>Cantidades ganadas por jugador habitual 18 - 75 años</i>	
	<i>(miles)</i>	<i>(mill €)</i>	<i>€/año</i>	<i>€/mes</i>	<i>(% pobl)</i>	<i>(miles)</i>	<i>€/año</i>	<i>€/mes</i>
Total	34.983	22.151	633.2	52.8	49,4	17.387	1.274	106.2

Las cantidades ganadas por habitante comprendido entre 18 y 75 años podrían estimarse en 52.8 €/mes, a partir de los datos del Ministerio del Interior (MIR), mientras que si se toman como base sólo los jugadores que se definen como habituales se elevarían a 106,2 €/año. Teniendo en cuenta que apuestan de media 154,9 €/mes, esto equivaldría a una pérdida de 48.7 €/mes, lo que supone una cantidad similar a la gastada en juego.

En el cuestionario se planteó la pregunta sobre los premios en términos similares a la anterior: "¿Y qué cantidad cree que gana con estos juegos al mes?". La intención de fondo, más allá de su componente subjetivo y su posible imprecisión, buscaba averiguar el "precio" que los jugadores asignan implícitamente al placer de jugar, a su dimensión de entretenimiento y, en cierto modo, a la ilusión o la expectativa infinitesimal de obtener un premio relevante. Sin embargo, ya vimos en el punto anterior que tal cosa no es posible ya que los jugadores parecen descontar automáticamente los premios de las cantidades arriesgadas, considerando que lo que

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

realmente juegan es la diferencia entre ambas cantidades. Lo más llamativo de esta pregunta consistió en que reflejó el completo desconocimiento que la mayoría de los jugadores tiene del volumen de los premios que obtienen, lo que refuerza la idea de que, implícitamente, los premios, salvo los de muy elevada cuantía, pasan desapercibidos para los jugadores habituales en su estimación del gasto en juego.

Varios datos refuerzan estas conclusiones sobre los premios. El 69.2% de los jugadores entrevistados reconoce que no sabe qué cantidades gana al cabo del mes, lo cual ya avanza un indicio de que el juego, para el común de los jugadores, no es una actividad regida por la racionalidad, sino que se trata de un pasatiempo.

La imprecisión en el recuerdo o, al menos, en la declaración del mismo, discurre en paralelo a la menor frecuencia de juego (tabla 17). Entre quienes declaran recordar las cantidades ganadas, domina la imprecisión. El 22,2%, es decir, el 72,1% de los que recuerdan alguna cantidad, reconoce ganancias por debajo de 12 €/mes. Sólo un 1,2%, o sea, un 3,9% de los que recuerdan alguna cantidad, sitúa sus ganancias por encima de los 60 €/mes. A su vez, la media de ganancias que estiman se sitúa en 18,2 €/mes, como se ve, muy por debajo de las que razonablemente deberían ingresar según sus propias respuestas a otras preguntas del cuestionario. En cualquier caso, sí muestran una conciencia genérica de que con el juego al final se pierde, de ahí que aparezcan una media de 22,5€/mes como cantidad jugada y de 18,2 €/mes como cantidad ganada.

Esta distribución de la estimación de las ganancias obtenidas con el juego y las medias derivadas de ello se reparte uniformemente entre todos jugadores clasificados por sectores sociales (tabla 18). Las únicas excepciones son las mujeres, lo que es lógico dado su menor nivel de práctica del juego, los menores de 25 años, que hablan de ganancias medias de 56.9 €/mes, y entre los jugadores por Internet, que las centran en 39,7 €/mes. Sobre los premios de los internautas se volverá en la parte II de este estudio.

Tabla 17

ESTIMACIÓN (EN €) DEL VOLUMEN MENSUAL OBTENIDO EN PREMIOS, SEGÚN TIPO DE JUGADOR
(% de jugadores)

	Total	Habituales	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	No jugadores
<i>De 1 a 5 €</i>	11,1	18,5	11,6	11,2	2,8	0,0
<i>De 6 a 12 €</i>	11,1	18,5	14,7	5,1	0,0	0,0
<i>De 13 a 30 €</i>	5,2	6,2	5,8	5,1	2,8	0,0
<i>De 31 a 60 €</i>	2,2	6,2	2,3	1,0	0,0	0,0
<i>De 61 a 100 €</i>	0,6	1,5	0,4	1,0	0,0	0,0
<i>Más de 100 €</i>	0,6	1,5	0,8	0,0	0,0	0,0
<i>NS/NC</i>	69,2	47,7	64,5	76,5	94,4	100,0
<i>Media</i>	18,2	19,4	18,9	15,7	9,3	0,0

Tabla 18

ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN MENSUAL OBTENIDO EN PREMIOS POR JUGADOR,
CLASIFICADO POR VARIABLES SOCIALES

	Media declarada (en €)
<i>Total</i>	18,2
<i>Hombres</i>	22,1
<i>Mujeres</i>	10,2
<i>De 16 a 25 años</i>	56,9
<i>De 25 a 34 años</i>	13,2
<i>De 35 a 44 años</i>	11,7
<i>De 45 a 54 años</i>	14,0
<i>De 55 a 64 años</i>	8,8
<i>De 65 a 75 años</i>	13,2
<i>Estatus alto</i>	10,1
<i>Estatus medio alto</i>	21,2
<i>Estatus medio medio</i>	16,8
<i>Estatus medio bajo</i>	25,3
<i>Estatus bajo</i>	7,4
<i>Habituales</i>	19,4
<i>Semanales</i>	18,9
<i>Esporádicos</i>	15,7
<i>Infrecuentes</i>	9,3
<i>No jugadores</i>	0,0
<i>Jugadores on line</i>	39,7

8.3. El balance subjetivo entre premios y gasto en juego.

Si se establece la diferencia entre la percepción que los jugadores tienen de su gasto en juego y la percepción de sus ingresos por premios, haciendo abstracción de los que no tienen una idea clara de cuánto gastan o ganan, la media de gasto general para el conjunto de la sociedad española quedaría situada en torno a los 4 ó 5 €/mes por persona, admitiendo que estratificado por sectores sociales podríamos encontrarnos con algún deslizamiento eventual que nos llevara hasta los 12 €/mes o, como mucho, los 20 €/mes (tabla 19).

Los resultados obtenidos en este estudio nos hacen plantearnos la hipótesis de que en la decisión de participar en juegos de azar domina la percepción espontánea, más que el cálculo racional. Este comportamiento conlleva un coste mensual para un entretenimiento que se sitúa en unos márgenes de gasto aceptables, los 12 €/mes o 20 €/mes, con los valores añadidos de ilusión, de una posibilidad infinitesimal de ganar dinero, de gastar un tiempo en una actividad que puede implicar un cierto placer, no parece excesivo si miramos la relación entre el gasto efectuado y el grado de placer experimentado o percibido como experimentado, atendiendo a lo contestado por los entrevistados. En comparación con otros entretenimientos y en sus debidas dosis, parece un precio muy razonable para cualquier economía doméstica. En cualquier caso, los datos reales muestran que se trata de una construcción subjetiva, sometida a la distorsión de la mente de los propios jugadores.

Tabla 19
DIFERENCIA ENTRE EL GASTO EN JUEGO Y LOS PREMIOS OBTENIDOS
(Estimación en €/mes)

	Medias a partir de las respuestas		
	Gasto en juego	Premios Media declarada	Diferencia
<i>Total</i>	22,5	18,3	-4,2
<i>Hombres</i>	25,3	22,1	-3,2
<i>Mujeres</i>	18,5	10,2	-8,3
<i>De 16 a 25 años</i>	17,6	56,9	39,3
<i>De 25 a 34 años</i>	17,9	13,2	-4,8
<i>De 35 a 44 años</i>	27,2	11,7	-15,4
<i>De 45 a 54 años</i>	21,3	14,0	-7,3
<i>De 55 a 64 años</i>	28,8	8,8	-20,0
<i>De 65 a 75 años</i>	21,8	13,2	-8,6
<i>Estatus alto</i>	22,0	10,1	-11,8
<i>Estatus medio alto</i>	22,5	21,2	-1,3
<i>Estatus medio medio</i>	22,8	16,8	-6,0
<i>Estatus medio bajo</i>	22,3	25,3	3,1
<i>Estatus bajo</i>	20,6	7,4	-13,2
<i>Habituales</i>	35,0	19,4	-15,7
<i>Semanales</i>	22,5	18,9	-3,6
<i>Esporádicos</i>	15,5	15,7	0,3
<i>Infrecuentes</i>	18,1	9,3	-8,9
<i>No jugadores</i>	26,0	0,0	-26,0
<i>Jugadores on line</i>	14,1	39,7	25,6

8.4. Topes a las cantidades jugadas.

Los datos anteriormente expuestos, en definitiva, permiten deducir que la mayor parte de los jugadores no tiene una conciencia exacta de las cantidades que arriesga ni de las que ingresa como premios. Pero, en la mayor parte de ellos esto no significa descontrol en nivel de gasto de los jugadores, de acuerdo con lo expresado en las respuestas a la pregunta 15 del cuestionario ómnibus.

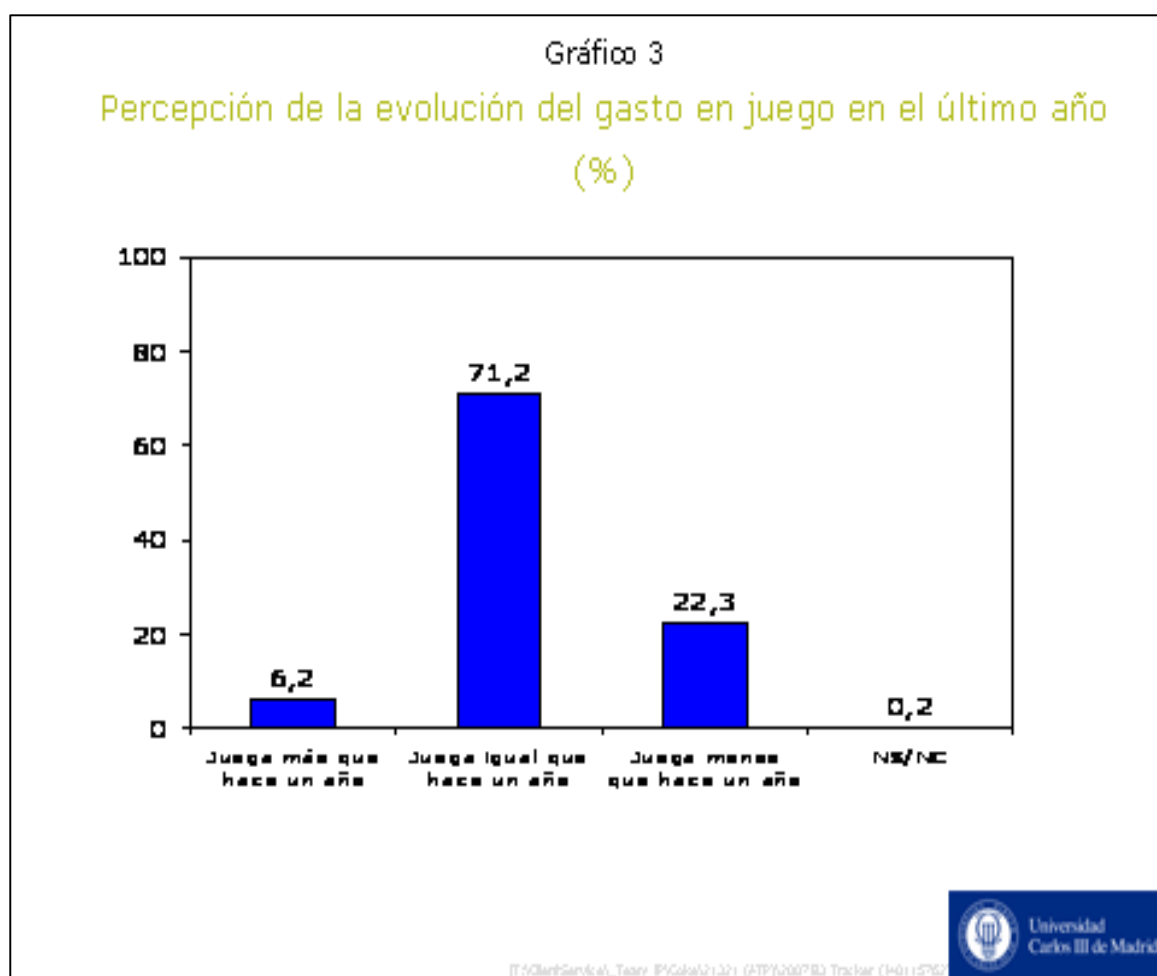
Muy al contrario, el 73.2% pone límite a las cantidades jugadas, frente a un 26.0% que no lo pone y un 0.8% que NS/NC. Este es un tipo de comportamiento muy homogéneo entre los distintos sectores sociales y tipos de jugadores. Poner un tope o no a las cantidades que se juegan parece responder a características idiosincrásicas, de carácter psicológico, más que a variables sociológicas observables.

8.5. Impacto de la crisis sobre las cantidades jugadas

La crisis ha afectado a las cantidades que se juegan: el 22.3% de los jugadores entrevistados señala que juega menos que hace un año (gráfico 3), mientras que únicamente el 6.2% opina que ahora juega más, siendo un 71.2% los que afirman jugar en la misma proporción. Estas opiniones están homogéneamente distribuidas entre el colectivo de jugadores.

Es llamativa esta distribución, ya que parece responder bastante razonablemente a la geografía de la crisis. La mayoría de la población no la ha

sentido de forma apreciable, manteniendo sus niveles de gasto, si bien introduciendo plausiblemente ciertas cautelas. Mientras, un 22,3% podría considerarse afectado en mayor o menor medida por la crisis, ya sea por descensos en su nivel de ingresos o por pérdida de empleo, lo cual supone una proporción de la población similar a la que ha experimentado una grave disminución de su grado de bienestar económico en la presente situación de crisis.



Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

PARTE II: El juego *on line*

1. Dimensión del juego por Internet, geografía y perfil sociológico de los jugadores.

Como se ya se indicó al principio, el cuestionario ha permitido detectar de distintas maneras a los jugadores *on line*. Por un lado, a través de una pregunta directa, un 7,1% de los entrevistados señaló que había jugado por Internet en los últimos seis meses "a juegos *on line*, poker, loterías, etc.". Además, un 1.3% declaró jugar habitualmente a estos juegos. Por otro lado, una batería de preguntas planteaba a los entrevistados si habían jugado por internet a la larga lista de juegos de azar considerados en la parte anterior, respondiendo afirmativamente un 4.8%. La aparente elasticidad de estos datos refleja la integración de internet en los hábitos de los usuarios, de modo que en las diferentes formulaciones de la pregunta algunos de ellos, posiblemente los infrecuentes, no terminan de recordar con precisión el uso dado a Internet, sencillamente porque dicha conducta se ha banalizado quedando reducida a un hábito cotidiano más. Conforme se normalizan las conductas sus límites se vuelven más difusos y eso ocurre ya cuando consideramos internet como vía de acceso al comercio electrónico, a las descargas de música o de libros o al juego a través de la red.

Si se toma como cantidad base del número de internautas jugadores el 7.1% de la población al que acabamos de referirnos, esto significaría que en España juegan a través de internet aproximadamente 2.484.000 individuos. La distribución de la muestra de jugadores *on line* que sirve de base a esta parte del informe permite estimar su proporción y cantidad por regiones (tabla 20). La implantación del juego *on line* es bastante homogénea entre las distintas zonas geográficas de España, sobresaliendo levemente Castilla y León, Madrid y Cantabria.

Tabla 20
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS JUGADORES POR INTERNET
(individuos que recuerdan haber jugado por internet en los 6 últimos meses)

	Población (18 a 75 años)	Jugadores <i>on line</i> (%)	Jugadores <i>on line</i> (Estimación miles de habitantes)
<i>Total</i>	34.983	7.1	2.484
<i>Andalucía</i>	6.138	6,4	395
<i>Aragón</i>	997	5,8	57
<i>Asturias</i>	829	6,9	57
<i>Baleares</i>	834	6,9	57
<i>Canarias</i>	1.620	6,3	102
<i>Cantabria</i>	445	8,6	38
<i>Castilla y León</i>	1.899	10,8	204
<i>Castilla La Mancha</i>	1.514	7,6	115
<i>Cataluña</i>	5.587	6,7	376
<i>Comunidad Valenciana</i>	3.837	7,3	280
<i>Extremadura</i>	803	5,6	45
<i>Galicia</i>	2.113	6,9	147
<i>Madrid</i>	4.844	8,7	421
<i>Murcia</i>	1.061	6,6	70
<i>Navarra</i>	466	4,1	19
<i>País Vasco</i>	1.649	5,4	89
<i>Rioja</i>	239	5,3	13

La Tabla 21 bosqueja el perfil sociológico del jugador por internet a partir de las dos mismas preguntas que se realizaron en el cuestionario ómnibus. Como se aprecia en los resultados, las conclusiones son análogas: predomina un perfil masculino y joven, menor de 35 años en el 80% de los casos, y socialmente muy homogéneo, de clase media o media-alta. El perfil es tan uniforme y estable que, como se expondrá, apenas hay variaciones significativas en el comportamiento de los distintos segmentos en que se puede dividir la muestra.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Por consiguiente, si tomamos en consideración sus rasgos y características sociológicas, se no aparece como plausible la conclusión de que los jugadores *on line* son internautas que juegan más que jugadores que se han hecho internautas para jugar. Su perfil sociológico se corresponde con el del fragmento de la población que aparece como usuario habitual de Internet.

Tabla 21

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUGADORES POR INTERNET.
(%)

	Porcentaje de jugadores <i>on line</i> en cada variable (% del total)		Distribución sociológica de los jugadores <i>on line</i> (% en vertical)	
	Declaran jugar por Internet al poker, loterías, etc. (P. 1)	Recuerdan haber jugado por Internet algún juego de azar (P. 3)	Declaran jugar por Internet al poker, loterías, etc. (P. 1)	Recuerdan haber jugado por Internet algún juego de azar (P. 3)
<i>Total</i>	7,1	4,8		
<i>Hombres</i>	7,5	6,5	52,1	66,7
<i>Mujeres</i>	6,7	3,2	47,9	33,3
<i>De 16 a 25 años</i>	25,0	14,0	47,9	39,6
<i>De 25 a 34 años</i>	11,9	8,7	36,6	39,6
<i>De 35 a 44 años</i>	3,9	1,9	11,3	8,3
<i>De 45 a 54 años</i>	1,2	1,7	2,8	6,3
<i>De 55 a 64 años</i>	0,8	1,5	1,4	4,2
<i>De 65 a 75 años</i>	0,0	0,7	0,0	2,1
<i>Estatus alto</i>	6,1	3,7	7,0	6,3
<i>Estatus medio alto</i>	9,0	6,7	22,5	25,0
<i>Estatus medio medio</i>	8,5	6,0	53,5	56,3
<i>Estatus medio bajo</i>	4,6	2,3	16,9	12,5
<i>Estatus bajo</i>	0,0	0,0	0,0	0,0

2. La práctica del juego por Internet en España.

El estudio pone de manifiesto que la práctica del juego por internet es completamente distinta a la del juego convencional, como se desprende de los resultados expuestos en la Tabla 22⁷. La gama de juegos que se practica es más diversa y ninguno de ellos aparece en una posición dominante. Además, han ganado un peso muy relevante juegos con muy poca práctica fuera del mundo digital. Internet ha creado nuevos espacios de oportunidad para practicar juegos que hasta ahora resultaban minoritarios: póker, concursos de preguntas y respuestas, juegos de mesa, apuestas, etc. Por contra, los juegos de masas tradicionales en "el mundo físico" como la lotería, cupones de la ONCE o las quinielas lo son mucho menos en el "mundo virtual". Lo que mantiene la vitalidad en "ambos mundos" son las loterías primitivas y el Euromillón, mientras se juega en menor medida a la Lotería Nacional y las quinielas. En todo caso, son más los internautas que juegan a juegos públicos en Internet que a juegos privados. Por lo tanto, internet se presenta como un potencial canal de comercialización de juegos públicos más que como espacio específico de juego.

Debido al perfil envejecido que muestran los usuarios de algunos de los juegos más tradicionales, según advertimos en la primera parte del estudio, cabría conjeturar que se está abriendo una brecha generacional entre los jugadores estereotípicos que practican cada uno de los diferentes juegos tomados en consideración. Esta brecha podría ensancharse más allá de lo previsible si tenemos en cuenta el escaso acceso de las personas mayores de 45 años a los juegos *on line*, lógicamente ligado a su escaso conocimiento y uso de este tipo de herramientas tecnológicas. Sin embargo, no podemos descartar la posibilidad de que este tipo de jugadores se aproxime a internet en compañía de familiares de menor edad que les ayuden a utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación y, de esta forma, en el futuro aumente el número de ellos que participe en estas actividades.

⁷ El número de entrevistados (*n*) de la encuesta de referencia en esta segunda parte del estudio es 460, como se explica en el Anexo I de dedicado a la "Metodología" aplicada al estudio.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Los dos juegos más practicados por internet son "el Euromillón y las loterías primitivas", a los que hay que agregar los juegos *on line* típicos. Ambos tipos de juegos son los que más internautas han atraído, los que se juegan más asiduamente, los que tienen una imagen de mayor rentabilidad, los mejor valorados en una escala de 0 a 10 y los que más les gustan a los internautas que los han jugado previamente⁸.

En un plano ligeramente secundario emergen la lotería nacional, los *poker rooms* y las quinielas. Estos juegos han sido practicados en los últimos seis meses por más del 20% de los internautas y por más de 10% durante el último mes o habitualmente. A esto hemos de añadir que estos juegos ofrecen una imagen de cierta rentabilidad y una valoración relativamente elevada en cuanto a su capacidad de entretenimiento.

Un caso un tanto especial es el de los concursos de preguntas y respuestas, una práctica bastante extendida pero con una valoración pobre en cuanto a rentabilidad y grado de entretenimiento que producen. Se trata de un tipo de entretenimiento minoritario, para pasar el rato, que no inspira la pulsión del juego y, además, exige un nivel de conocimiento que dificulta su acceso.

Los cupones de la ONCE, los juegos de casino, las máquinas más o menos similares a las de los bares y las "otras loterías" ocupan posiciones más modestas en las preferencias de los jugadores por Internet. Se juegan menos que los anteriores, tienen valoraciones más modestas en cuanto al entretenimiento que producen y, básicamente, le gustan a un menor número de jugadores (en todos estos casos, los entrevistados que declaran que les gustan están por debajo del 3%). discernir

⁸ Llegados a este punto, tal vez convendría distinguir entre lo que es jugar y lo que es meramente comprar. Por consiguiente, resulta necesario diferenciar lo que los encuestados no llegan a discernir con claridad. Por un lado, los hay que utilizan internet para comprar (loterías, quinielas, primitiva, etc.), lo que no constituye sino una forma más de comercio electrónico, pues internet se utiliza como mera "herramienta de pago". Por otro lado, los hay que utilizan internet como "espacio de ocio" y emplean su tiempo en jugar contra otros o contra el azar.

En esta ocasión no ha sido posible establecer entre los encuestados esta diferenciación sustancial porque no existe en nuestra sociedad una cultura del juego *on line* suficientemente consolidada como para que los usuarios perciban de forma clara y directa la distinción entre ambas actividades.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 22

DATOS GENERALES SOBRE LA PRÁCTICA DEL JUEGO "ON LINE" EN ESPAÑA.
(%)

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

3. Sociología de los juegos por Internet.

Los usuarios de los distintos juegos por internet presentan perfiles con diferencias mucho menos acusadas que los de los juegos tradicionales, ya que las preferencias de los internautas son mucho más homogéneas. Con todo, se pueden observar algunas características que parecen específicas de ciertos juegos (tabla 23).

Tabla 23

PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS JUEGOS POR INTERNET.
(% de individuos que juegan habitualmente a cada juego)

	Total	Hombres	Mujeres	Menores de 25	25 - 34	35 -44	Mayores de 45
<i>Euromillón, loterías primitivas</i>	28,0	31,1	24,0	10,2	28,6	47,8	31,1
<i>Juegos on line: poker, loterías, etc</i>	21,2	22,6	19,3	26,5	22,6	14,5	22,6
<i>Lotería Nacional</i>	14,0	18,4	9,4	11,2	15,5	20,3	18,4
<i>Concursos de preguntas y respuestas o rompecabezas</i>	9,2	14,2	13,8	9,2	13,7	14,5	14,2
<i>Poker rooms o torneos de poker</i>	12,4	14,4	9,6	12,2	17,3	7,2	14,4
<i>Quinielas</i>	14,5	7,1	12,0	9,2	8,9	7,2	7,1
<i>Apuestas en carreras de caballos, galgos, fútbol, etc</i>	6,9	6,2	11,1	4,1	8,9	13,0	6,2
<i>Bingo</i>	5,1	10,9	1,5	5,1	8,9	7,2	10,9
<i>Cupones de la ONCE</i>	8,3	6,3	3,8	4,1	6,5	5,8	6,3
<i>Juegos de casino o ir a un casino</i>	5,3	4,2	6,4	7,1	4,8	4,3	4,2
<i>Maquinas de juegos de bares o salones</i>	4,2	4,2	5,3	5,1	3,6	7,2	4,2
<i>Otras loterías</i>	4,6	3,5	5,0	5,1	4,2	1,4	3,5
<i>No juega ninguno</i>	22,4	19,3	26,4	27,6	21,4	14,5	19,3

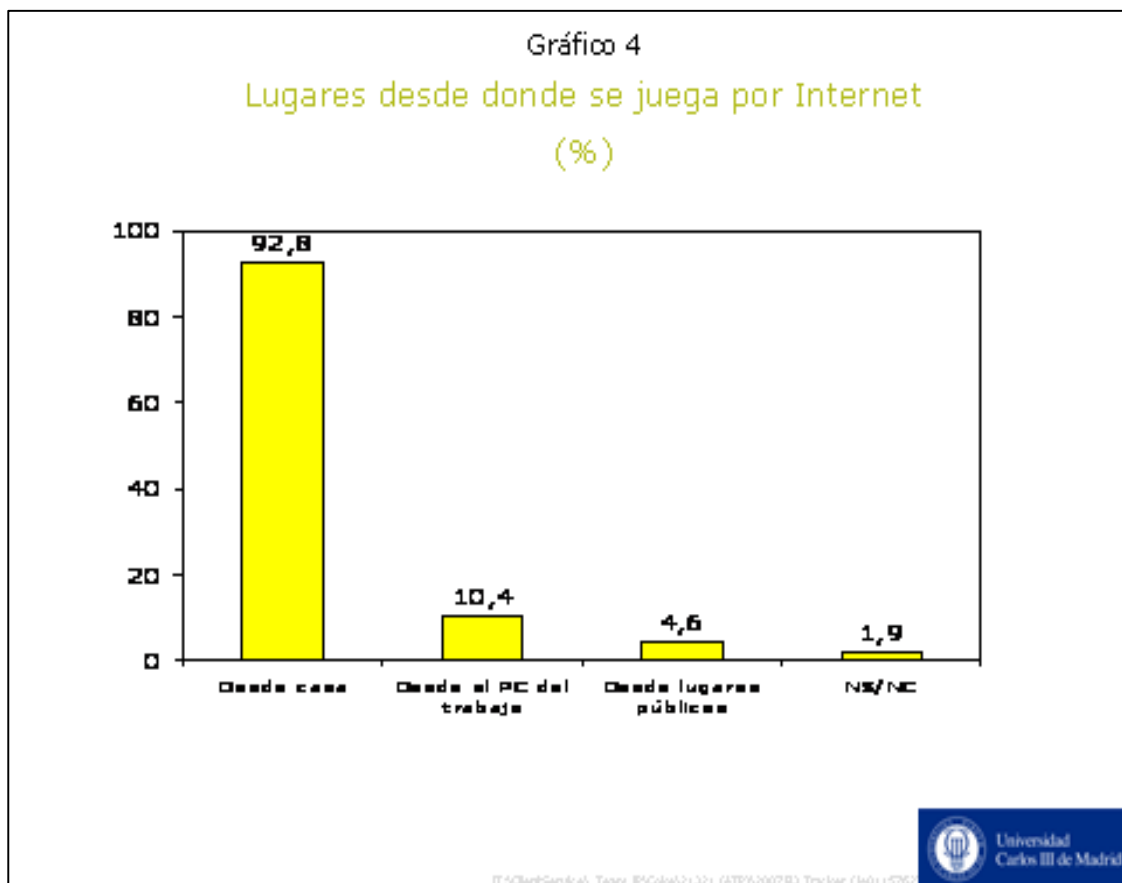
Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

El Euromillón, las loterías primitivas y la lotería nacional las juegan por Internet más hombres que mujeres y su práctica crece con la edad, lo cual enlaza el mundo "virtual" con el mundo "tangible". Por su parte, los *poker rooms* y los juegos on line por Internet los juegan más los hombres, en una proporción aproximada de 60/40, sin que haya grandes diferencias por cohortes de edad. Pero al bingo, al revés que en el mundo "real", juegan más los hombres que las mujeres, mientras que las apuestas en carreras de caballos o similares adquieren un perfil más femenino.

4. Cómo se juega por Internet

4.1. ¿Desde dónde se juega?

La respuesta a esta cuestión no alberga dudas, se juega por internet casi únicamente desde casa: el 92,8% de los entrevistados así lo hace. No obstante, un 10,4% juega desde equipos informáticos del trabajo y un 4,6% juega desde locales públicos (incluidos cibercafés, locutorios y negocios similares), sin que ello excluya que igualmente dediquen algún tiempo a jugar desde casa (gráfico 4).



4.2. Frecuencia de juego.

En términos de frecuencia en la utilización de internet, quienes juegan por dicho medio declaran hacerlo con menos frecuencia que en el mundo "real", pues en éste la proporción de jugadores frecuentes (habituales más semanales) es del 45.3% frente al 65.7% en el mundo "virtual", como se desprende de los datos contenidos en la Tabla 24.

Tabla 24

FRECUENCIA DE PARTICIPACIÓN EN JUEGOS *ON LINE*
(% de individuos en cada variable sociológica)

	Total población (%)	Jugadores (sólo) (%)	Internautas que han jugado alguna vez (%)	Jugadores (sólo) (%)
<i>Habituales (juegan todos los días, varias veces a la semana)</i>	6.5 %	13.2	15.6	16.3
<i>Semanales (juegan una vez a la semana)</i>	25.9 %	52.5	27.7	29.0
<i>Esporádicos (juegan entre una y tres veces al mes)</i>	9.8 %	19.9	25.7	26.9
<i>Infrecuentes (juegan de vez en cuando)</i>	7.1 %	14.4	26.3	27.5
<i>No jugadores (no juegan nunca)</i>	49.7 %	-	4.5⁹	-
<i>No clasificados</i>	1.0 %	-	-	

Manteniéndose el patrón masculino de los jugadores más habituales típico en el mundo del juego, la tipología de jugadores habituales *on line* está dominada por hombres. La proporción es de dos tercios de hombres y un tercio de mujeres. El carácter masculino del juego en internet, por consiguiente, se acentúa dada la menor proporción de mujeres entre los jugadores por internet (tabla 25).

⁹ La muestra *on line* estaba compuesta por 460 individuos que habían afirmado haber jugado en los últimos seis meses a algún juego de los citados en el estudio. De ellos, un 4,5% declaró en otra pregunta no jugar nunca. Se ha entendido que, aunque en un sentido estricto, ambas respuestas son excluyentes en la práctica podemos no entenderlo así, pues resulta posible pensar y afirmar que no se juega nunca y haber jugado a algo en los últimos seis meses, por capricho o mera convención social, lo que conduce a un débil recuerdo del hecho realizado.

Tabla 25

TIPOLOGÍA DE JUGADORES DE INTERNET SEGÚN FRECUENCIA DE JUEGO,
POR GÉNERO Y EDAD
(en % horizontales sobre cada categoría)

	Habitual	Sema- nales	Esporá- dicos	Infre- cuentes	No jugador
<i>Total</i>	15,6	27,7	25,7	26,3	4,5
<i>Hombres</i>	18,4	28,0	26,1	23,3	4,2
<i>Mujeres</i>	12,0	27,4	25,2	30,4	5,1
<i>Menores de 25 años</i>	23,5	13,3	28,6	31,6	3,1
<i>De 25 a 34 años</i>	13,7	28,6	26,8	26,8	4,2
<i>De 35 a 44 años</i>	14,5	43,5	18,8	18,8	4,3
<i>Mayores de 45 años</i>	10,6	30,1	25,2	26,0	8,1

Los demás segmentos de jugadores por internet se dividen en cuartas partes algo desiguales y en ellas la proporción de hombres y mujeres se mantiene estable, lo que quiere decir que dominan los hombres en proporción 6 a 4 aproximadamente.

Hay un sesgo hacia que los jugadores más frecuentes sean más jóvenes (alcanzan un 23.5% entre los menores de 25 años), algo que también se produce entre los infrecuentes (que sólo juegan de vez en cuando). Entre tanto, en internet los jugadores semanales o esporádicos tienen más tendencia a ser de edades intermedias: de 25 a 45 años. Todo ello, matizado por el fuerte dominio de los menores de 35 años en internet y en la práctica del juego por Internet (tabla 25).

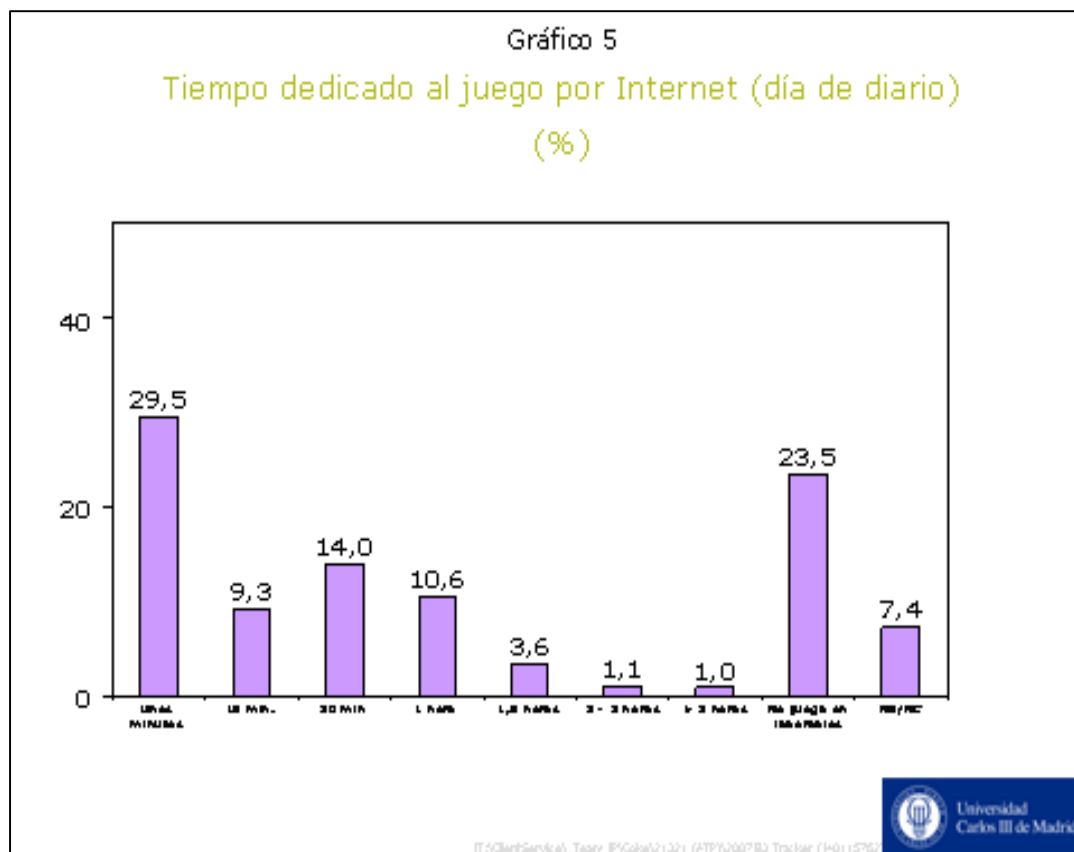
4.3. La duración de la sesión de juego por Internet.

Se preguntó a los entrevistados cuánto tiempo suelen dedicar a algún juego de azar *on line* en un día laborable (gráfico 5). En principio, el 23,5% afirmó no jugar en los días laborables. Otro 7,4% no recordaba el tiempo dedicado, aunque reconocía dedicar algún momento a ello.

Entre quienes recuerdan jugar en los días laborables la sesión media de juego por internet, a partir de las respuestas de los entrevistados, puede estimarse en media hora casi exacta: 30 minutos y 6 segundos. Pero bajo este dato, la realidad se presenta bastante polarizada. El 56,2% de quienes declaran jugar los días laborables o recuerdan la duración de sus sesiones de juego declara dedicar sólo unos minutos (42,7%) o un cuarto de hora (13,5%). La media, exactamente media hora, la declara un 20,3%. Como suele suceder en este tipo de comportamientos, la mayoría (el 76,5%) queda en la media o por debajo, mientras que una minoría se aproxima a niveles muy superiores. De este modo, el 8,25% declara sesiones de una hora o superiores, llegando a más de tres horas (1,5%). Los datos indican que se juega *on line* con menos frecuencia, pero durante más tiempo por sesión (gráfico 5).

Éste es un comportamiento homogéneo en términos generales, como puede observarse en la Tabla 26. Sin embargo, destaca el elevado tiempo medio dedicado por los entrevistados de 35 a 44 años. También sobresale el tiempo que destinan los escasos inmigrantes que navegan por Internet para jugar (56 minutos y 6 segundos).

La principal diferencia se establece entre los jugadores habituales (quienes juegan todos los días o varias veces a la semana) y el resto: declaran jugar una media de 48 minutos y medio, mientras que los demás segmentos se sitúan por debajo de la media.



En todo caso, la duración de las sesiones depende de los juegos. De la información obtenida no puede desglosarse la duración de la sesión dedicada a cada juego, pero sí puede ponerse en relación los juegos practicados por el entrevistado en el último mes y el tiempo dedicado a sus sesiones. Los datos indican, como es previsible, que las sesiones destinadas a loterías y Euromillón son cortas, puesto que se trata de simple comercio electrónico. Mientras, las dedicadas al póker, el bingo, los juegos de mesa, las máquinas o los juegos *on line* se acercan o rebasan una hora de duración (tablas 26 y 27).

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Tabla 26

TIEMPO DE LA SESIÓN DEDICADO A JUGAR.
(% sobre el tiempo empleado)

	Unos minutos	Cuarto de hora	Media hora	Una hora	Hora y media	Dos o tres horas	Más de tres horas	No juega días labor.	NS/NC	Media (minutos)
<i>Total</i>	29,5	9,3	14,0	10,5	3,6	1,1	1,0	23,5	7,4	30,1
<i>Hombres</i>	28,8	10,3	15,1	10,1	2,8	1,7	1,3	24,6	5,1	31,0
<i>Mujeres</i>	30,5	7,9	12,5	11,0	4,7	0,3	0,6	21,9	10,6	29,0
<i>De 16 a 25 años</i>	23,5	11,2	19,4	11,2	4,1	2,0	1,0	21,4	6,1	33,8
<i>De 25 a 34 años</i>	27,4	8,9	12,5	10,7	4,8	1,2	1,2	24,4	8,9	32,7
<i>De 35 a 44 años</i>	37,7	7,2	13,0	11,6	1,4	0,0	1,4	24,6	2,9	45,4
<i>Más de 45 años</i>	35,0	8,1	11,4	8,1	2,4	0,8	0,0	23,6	10,6	23,5
<i>Españoles</i>	30,0	9,4	14,3	9,9	3,8	1,0	0,8	23,4	7,6	25,7
<i>Inmigrantes</i>	17,8	7,1	7,1	28,6	0,0	3,7	7,1	24,9	3,7	56,1
<i>Habituales</i>	19,3	15,2	17,6	23,9	9,5	3,2	4,8	3,2	3,3	48,5
<i>Semanales</i>	35,8	14,9	13,5	12,7	3,2	1,4	0,9	16,3	1,4	28,1
<i>Esporádicos</i>	35,5	5,4	20,0	9,8	1,5	1,0	0,0	19,5	7,3	24,9
<i>Infrecuentes</i>	24,9	4,3	9,0	2,8	3,3	0,0	0,0	40,5	15,2	22,3
<i>No jugadores</i>	19,6	5,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	60,8	14,1	9,1

Tabla 27

TIEMPO MEDIO DE LA SESIÓN DE JUEGO EN INTERNET, SEGÚN TIPO DE JUEGO
(minutos dedicados a jugar)

	(minutos)
Máquinas de juego, bares	63.2
Bingo	60.4
Juegos de mesa, casino	54.1
Poker	50.3
Apuestas	45.2
Juegos on line	42.3
Concursos de preguntas y respuestas	38.6
Lotería Nacional	37.6
Cupones de la ONCE	37.6
Quinielas	31.6
Media	30.1
Euromillón	25.6
Otras loterías	21.7

4.4. El uso de las webs oficiales.

A los entrevistados que declaran jugar *on line* a loterías y apuestas organizadas por el Estado (lotería, ONCE, quinielas, carreras de caballos, etc.) se les preguntó si utilizan la web oficial de *Loterías y Apuestas del Estado* y el 59,6% afirmó así hacerlo. Llama la atención que el uso de esta web es mayor entre los jugadores habituales. O para ser más precisos, cuanto más se juega en internet más se utiliza la web oficial para jugar. La explicación de este comportamiento enlaza con

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

el hecho de que para un usuario de internet es mucho más cómodo realizar gran parte de sus actividades por internet, ya sean éstas comprar o apostar. Por contra, llama la atención el poco uso de la web por parte de los inmigrantes (tabla 28).

Tabla 28

USO DE LA WEB OFICIAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO PARA JUGAR A LOTERÍA, ONCE, QUINIELAS Y CARRERAS DE CABALLOS.
(% sobre los que juegan a dichos juegos)

	Sí	No	NS/NC
<i>Total</i>	59,6	31.0	9,5
<i>Hombres</i>	56,1	35.4	8,5
<i>Mujeres</i>	65,3	23,7	11.0
<i>De 16 a 25 años</i>	50.0	32.0	18.0
<i>De 25 a 34 años</i>	61,7	29.0	9,3
<i>De 35 a 44 años</i>	61,1	31,5	7,4
<i>Mayores de 45 años</i>	62,5	35.0	2,5
<i>Españoles</i>	60,5	30,2	9,4
<i>Inmigrantes</i>	31,4	56,2	12,4
<i>Habituales</i>	67.9	25,2	6,8
<i>Semanales</i>	64,5	32,1	3,5
<i>Esporádicos</i>	56,2	30,9	12.9
<i>Infrecuentes</i>	50.0	34.0	16.0
<i>No jugadores</i>	50,3	31,7	18

5. El dinero jugado y ganado. Estimación del volumen de mercado el juego on line en España

La información disponible a través de fuentes secundarias acerca del volumen de negocio de la actividad de juego procede de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y ésta, a su vez, del convenio de esta entidad con las organizaciones de medios de pago en España a través de tarjetas de crédito, a saber, Sermepa-Servired, Sistema 4B y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA-Sistema Euro 6000). Por tanto, la información de que se dispone es la que se deriva de las operaciones a través de las tarjetas bancarias que operan en España a través de estas redes. La fiabilidad de esta información es, en consecuencia, absoluta para lo que se refiere a las transacciones mediante tarjetas de crédito a través de las organizaciones españolas. La información disponible gracias a este sistema se ofrece de manera sintética en la Tabla 29.

Tabla 29
VOLUMEN DE NEGOCIO GENERADO POR JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS EN ESPAÑA
(en €)

Fecha	Desde España con el exterior	Desde el exterior con España	Dentro de España	Total
I Trim. 2009	72.241.218	271.875	14.836.390	87.349.483
II Trim. 2009	68.921.680	299.246	17.384.390	86.605.316
III. Trim. 2009	69.233.764	485.957	16.026.638	85.746.358
IV. Trim. 2009	75.236.398	945.427	19.685.673	95.876.499
TOTAL 2009	285.633.060	2.002.505	67.933.091	355.577.656

Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, Informes trimestrales sobre el comercio electrónico en España.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

De la tabla anterior pueden extraerse varias conclusiones:

- ✓ El volumen de negocio generado por el juego y canalizado a través de los sistemas españoles de pago con tarjeta bancaria supera los 355 millones de Euros. Las fuentes de información utilizadas por la CMT permiten afirmar que se trata de la mayor parte de los recursos destinados a juego *on line*, pero no de la totalidad: faltan los canalizados por otros sistemas de tarjetas bancarias, transferencia bancaria, etc.
- ✓ El volumen de negocio que se canaliza desde el exterior hasta España es muy limitado, apenas un 0.4% del total de las transferencias.
- ✓ A la inversa, los recursos que se canalizan desde España al exterior a través del juego ascienden al 81.0% de las cantidades jugadas,

En el mundo "real", el 13,1% de los jugadores desconoce la cantidad de dinero que juegan al mes, mientras entre los jugadores *on line* el porcentaje se eleva ligeramente, hasta el 14,2%. En consecuencia, el gasto entre una y otra modalidad no difiere demasiado, como puede observarse en la tabla 31.

Se tiene por probado a través de distintas investigaciones que las encuestas autoadministradas, en papel u *on line*, permiten a los entrevistados expresarse con mayor libertad, de modo que sus respuestas se ajustan más a la realidad, sobre todo en temas en los cuales se impone la deseabilidad social (conductas socialmente no aceptadas: consumo de drogas, conductas sexuales atípicas, etc.) o existe una espiral de silencio (recuerdo de voto a ciertos partidos en ámbitos sociales dominados por otros). En la mayor parte de las entrevistas recogidas en esta investigación el contraste entre los datos reales disponibles y los obtenidos mediante la encuesta permite afirmar que se hasta cierto punto se ha producido dicho fenómeno. Está menos estudiado que estos cuestionarios permitan a algunos entrevistados dar respuestas descabaladas o exageradas, sin que el *control social* ejercido por un entrevistador le impida darlas. En esta pregunta se han producido una decena de respuestas (lo que equivale al 2,2% del total) difícilmente asumibles como reales, en las cuales se declaran gastos en juego superiores a 1.000 €/mes.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Por otro lado, en Internet cabe la posibilidad de que algunos jugadores accedan a webs de juegos de azar sin arriesgar dinero (preguntas y respuestas, juegos de póker automáticos, etc.). Teniendo en consideración estas dos variables, se han estimado cuatro indicadores como medias posibles del recuerdo que tienen los jugadores por internet sobre las cantidades jugadas:

Tabla 30

PERCEPCIÓN SOBRE EL GASTO MENSUAL DE LOS JUGADORES ON LINE.
(en €)

	Media total (incluyendo a todos los jugadores <i>on line</i>)	Media parcial (sólo los jugadores que declaran cantidad jugada)
<i>Media</i>	33,8	39,4
<i>Media acotada (tope 600 €/mes)</i>	24,2	28,5

Hemos de advertir que las encuestas no son un buen sistema para estimar el volumen global de un mercado, salvo que se introduzcan correcciones derivadas del contraste de sus datos con los reales que permitan calibrar sus resultados. En esta línea y con objeto de tener un contraste con la información facilitada por la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones se ha procedido a estimar el volumen del mercado de juego *on line* a partir de las respuestas de los entrevistados, con las siguientes premisas:

- La **media de gasto en juego por jugador** que se toma en consideración es de **24,2 €/mes**, es decir, la media que se extrae el total de respuestas de los jugadores *on line*, topadas a 600 €/mes.
- Al analizar las respuestas de los jugadores convencionales se aprecia que lo que realmente recuerdan más o menos difusamente, con sesgos, es el gasto real, es decir, la diferencia entre las cantidades arriesgadas y los premios obtenidos. Por

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

tanto, se asimilará la cantidad anterior: 24,2 €/mes a este indicador de "gasto real", no a las cantidades jugadas/arriesgadas.

- c) Se van a definir dos escenarios, a partir de la información generada por la encuesta a la población general, contenida en la primera parte de este estudio. De manera genérica, se toma como base al 7,1% de la población que genéricamente recuerda haber jugado por Internet en los últimos seis meses y, de modo más restringido, a quienes declaran haber jugado a juegos concretos por Internet, a saber, el 4,8% de la población (tabla 1). El primer dato parece excesivamente débil: no por haber entrado en internet a apostar alguna vez en los últimos seis meses se puede considerar a alguien un jugador *on line*. El segundo es más consistente, ya que surge de la respuesta concreta acerca de si se ha jugado por internet a la gama de juegos que aparece en la Tabla 1 de este trabajo. Por tanto, será este el indicador que se tome como base para la estimación del volumen del mercado del juego por internet.

La aplicación de estos criterios produce la siguiente estimación para el escenario B:

	Hipótesis
Jugadores <i>on line</i> (miles)	1.679
Cantidad mensual jugada por internet (media topada en 600 €)	24,2
Cantidad anual jugada por jugador	290,40
Volumen de negocio total (millones de €)	498.58

En definitiva, el volumen de mercado de juego por internet puede estimarse, a partir de las respuestas de los entrevistados, y con todas las reservas que deben señalarse para este método, alrededor de 487,58 millones de euros anuales, superando a la que se transfiere por juego a través de tarjetas bancarias españolas, lo cual resulta lógico. Cabe afirmar, por tanto, que el juego por Internet oscila entre los más de 355 millones de € que se mueve a través de tarjetas bancarias y unos 498 millones que abarcaría las citadas tarjetas y otros medios de pago. En todo caso, debe insistirse en las reservas que suscita este procedimiento de estimación y las elevadas incertidumbres derivadas de él. La Tabla 31 recoge las respuestas literales de los entrevistados a la pregunta sobre su gasto mensual en juego *on line*.

Tabla 31

ESTIMACIÓN DEL GASTO MENSUAL EN JUEGO ON LINE, SEGÚN TIPO DE JUGADOR
(% que recuerda las cantidades jugadas)

	Total jugadores	Total jugadores <i>on line</i>
De 1 a 5 €	16,1	21.6
De 6 a 12 €	27,8	22.2
De 13 a 30 €	27,2	21.1
De 31 a 60 €	11,7	12.0
De 61 a 100 €	2,8	5.1
Más de 100 € / De 100 a 500 €	1,4	2.7
/ De 501 a 999 €		0.9
/ 1.000 ó más €		0.2
NS/NC	13,1	14.2
Media, sobre el total de jugadores on line		33.8
Media, sólo los que declaran cantidad jugada	22,5	39.4
<i>Media acotada (tope 600 €/MES), sobre el total de jugadores on line</i>		24.2
<i>Media acotada (tope 600 €/MES), sólo los que declaran cantidad jugada</i>		28.5

En el caso de los premios ocurre algo similar. 6 respuestas han dado cifras superiores a los 600 €/mes, descabalandando así la media¹⁰. Incluyendo todas las respuestas, las ganancias medias mensuales estimadas por Internet alcanzarían los

¹⁰ Una de las respuestas fue 70.000 € y otra 10.000 €.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

385.2€. Si la media se topa, como en el caso general, a 150€/mes, la cantidad resultante es de 28.4€, que casi duplica las ganancias mensuales acotadas por los jugadores convencionales, pero más creíbles (tabla 32). Aquella cifra, sin duda hinchada por el placer de jugar y el placer de afirmar que se gana, no parece real. En todo caso, estamos aquí en los límites de una técnica de investigación.

Tabla 32

ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN MENSUAL OBTENIDO EN PREMIOS, SEGÚN TIPO DE JUGADOR
(% relativo sobre ganancias en €)

	Total jugadores	Jugadores por Internet
De 1 a 5 €	11,1	16.7
De 6 a 12 €	11,1	10.9
De 13 a 30 €	5,2	13.7
De 31 a 60 €	2,2	7.2
De 61 a 100 €	0,6	4.4
Más de 100 € / 101 a 500	0,6	5.7
/ De 501 a 2000		0.6
/ De 2.001 a 6.000		0.3
/ De 6.001 a 10.000		0.3
NS/NC	69,2	40.2
Media	18,3	385,2
<i>Media acotada (tope 150 €)</i>	15,2	28.4

6. Conocimiento de la organización del juego "on line".

6.1. ¿Dónde está el servidor de los juegos?

Se incluyeron en el cuestionario varias preguntas destinadas a averiguar el nivel de conocimiento de los entresijos organizativos de la actividad de los internautas jugadores. La pregunta más general era sobre si sabe si el operador de los juegos *on line* que más frecuenta está en España o fuera. Un muy mayoritario 71,2% declaró que se encontraba en España, por un minoritario 28,8% que lo ubicaba fuera. Obviamente, los datos facilitados por la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, estableciendo que el 81,0 % de las cantidades jugadas se canalizan hacia el exterior, muestra el desenfoque mayoritario de los jugadores *on line* sobre quién organiza los juegos que practican.

6.2. ¿A quién reclamar si no pagan?

La siguiente pregunta se refería a algo más cercano: "¿sabe a quién reclamar sus premios si no se los pagan?". Sólo el 35,9% de los entrevistados respondió afirmativamente. Entre los jugadores habituales la proporción de los que tienen conocimiento acerca de a quién reclamar supera ligeramente la mitad de ellos, un 50,4%. La conclusión resulta obvia: el nivel de desconocimiento sobre a quién podrían reclamar si no les pagaran los premios es muy elevado, casi masivo, incluso entre los jugadores más habituales.

7. Los impuestos sobre el juego en Internet.

Por último, se planteó el tema de los impuestos. Sólo el 20% de los entrevistados declara saber qué porcentaje se paga en impuestos. Con cierta lógica, son los jugadores habituales (25,6%) y los semanales (28,7%) los que declaran conocer este tema en mayor proporción que la media. La tabla 33 sintetiza todas estas respuestas.

Tabla 33

PORCENTAJE DE LOS PREMIOS QUE SE PAGA COMO IMPUESTOS SEGÚN LAS
RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS.

(% entrevistados que declaran un tipo impositivo sobre los premios de juego)

% en premios para impuestos	(% de entrevistados)
<i>Hasta un 5%</i>	16,7
<i>Del 6% al 10%</i>	7,0
<i>De 11% al 15%</i>	7,0
<i>De 16% al 20%</i>	32,0
<i>De 21% al 25%</i>	1,3
<i>De 26% al 30%</i>	2,7
<i>De 31% al 35%</i>	4,2
<i>De 36% a 40%</i>	13,9
<i>De 41% al 45%</i>	1,3
<i>De 46% al 50%</i>	4,2
<i>De 50% a 60%</i>	4,2
<i>De 60% a 70%</i>	1,3
<i>De 70% a 90%</i>	4,2

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

Ahora bien, entre este 20%, un 4% adicional, declara que no sabe cuál es el porcentaje, con lo que sólo el 16% responde a la pregunta con un porcentaje concreto de impuestos que gravan los premios. Los porcentajes que se citan oscilan desde el 1% al 90%, y las cifras más citadas son 18% (13,9% de los entrevistados que señalan algún porcentaje), 20% (el 12,5%), 40% (el 11,1%).

En suma, se puede afirmar que los jugadores ignoran el porcentaje de los premios que se destina a impuestos. Este desconocimiento sobre cuestiones legales y administrativas no debe de extrañarnos si tenemos en cuenta respuestas a cuestiones ya comentadas, como las que hacen referencia a la ubicación legal de los operadores de juegos *on line*, que igualmente ignoraba la gran mayoría de los usuarios, y que refuerza la idea de que nos encontramos ante un nuevo fenómeno en el que todavía queda mucho por estudiar.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

CONCLUSIONES

1. **Jugar alguna vez en España es un comportamiento universal:** el 92,4% de los españoles de 18 a 75 años lo ha hecho en alguna ocasión. La mitad (el 49,4%) afirma jugar habitualmente. Respecto al juego la población española se divide en dos mitades: un 48,9% juega al menos una vez al mes, otro 50,1% sólo de vez en cuando o no juega nunca (en realidad, casi nunca). Un 1% NS/NC. Hay un núcleo duro de un 6,7% de jugadores habituales (lo hacen todos los días o varias veces a la semana), un 28,1% juega semanalmente y un 14,1% con menos frecuencia que los anteriores pero, al menos, una vez al mes.
2. Dada la amplitud de la población que juega su perfil tiende a coincidir con el del conjunto de la población, pero los jugadores son hombres con bastante más frecuencia que mujeres, sobre todo entre los habituales; de edades intermedias, de 25 a 55 años; y de estatus medio hacia arriba. En consecuencia, jugar depende de cierta disposición de recursos económicos para hacerlo.
3. La lotería nacional, la primitiva, los cupones de la ONCE y las quinielas son juegos universales, cualquier residente en España puede jugarlos en cualquier momento. Cada uno tiene un núcleo de jugadores habituales, con características sociológicas diferenciadas. El resto de los juegos de azar son mucho más especializados y tienen, por así decirlo, sus públicos, diferentes de los demás, algo así como nichos especializados de mercado.
4. Los jugadores consideran que el juego se encuentra sujeto al azar y que no hay intervención de la inteligencia del jugador (salvo para el fragmento de practicantes de juegos como el póker). Desafiar al azar forma parte de su atractivo. Pero los jugadores españoles se consideran con poca suerte. Hay una sociología de la suerte: la confianza en tenerla desciende con la edad, el estatus

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

social y la frecuencia de jugar, y es mayor entre los hombres que entre las mujeres.

5. La imagen de los juegos está dominada como se ha dicho y, ante todo, por el azar. Pero complementariamente aparece como una forma de recaudación de impuestos, como una forma de derroche o incluso también como un vicio (opinión sustentada por los no jugadores, entre los que existe un sector con hostilidad al juego). Asimismo, se contempla como una industria y un entretenimiento. Entre los jugadores domina esta última idea, alimentada por la tensión que significa el desafío al azar a módico precio.
6. Los jugadores no tienen una idea clara de las cantidades que juegan (arriesgan). Sus cálculos se ciñen al balance entre lo que juegan y lo que vienen a ganar, es decir, a su gasto real. Pero, aún con este cálculo, subestiman las cantidades que realmente juegan. Mientras que a partir de las estimaciones oficiales puede considerarse el gasto real de un jugador habitual en alrededor de 40 €/mes de media, éstos recuerdan sólo un gasto de 22,5 €/mes de media, es decir, alrededor de la mitad.
7. Aún así, de sus respuestas se deduce que, incluso entre los jugadores que se declaran habituales de los juegos de azar, las cantidades jugadas oscilan mucho. Según sus declaraciones, sujetas, insistimos, a elevados márgenes de error u olvido, el centro de gravedad se sitúa entre 6€ y 30€ al mes: el 55,0% de los jugadores afirma jugar esas cantidades. Por debajo de esa cifra, hay un 16,1%, que sobre todo son esporádicos o infrecuentes. Por encima, un 15,9%, mientras un 13,1% afirma no saber qué cantidades juega.
8. Como consecuencia de este sistema de cálculo del gasto mensual en juego, la gran mayoría de los jugadores desconoce la cantidad que obtiene en premios a lo largo del mes (el 69,2%). Los pequeños premios parecen quedar en una especie de limbo, reciclados en nuevas apuestas. Los que la recuerdan dan una media de 18,2€. Cabría afirmar, por tanto, que los jugadores no tienen una idea clara de la

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

rentabilidad de su actividad, pero que desembocan en la idea de que globalmente pierden algo de dinero. Ahora bien, estas pérdidas parecen racionalizarse del mismo modo como lo hace el precio de las actividades ligadas al ocio y entretenimiento.

9. El 73,1% de los jugadores pone topes a las cantidades que juega. Las cantidades jugadas están sufriendo el impacto de la crisis: el 6,2% afirma que juega más que hace un año, el 71,2% lo mismo, pero un 22,3% menos.
10. Los jugadores destinan una media de 10,1 minutos al día a su actividad/hobby, pero hay considerables diferencias entre los habituales (15,9 minutos) y los demás. El 1% declara dedicar más de una hora al día a jugar, se trata obviamente de jugadores de máquinas, cartas, etc.
11. El juego es un placer del cual se suele disfrutar a solas en la mayor parte de las ocasiones, aunque se puede desarrollar en compañía de otras personas, pues hay juegos que así lo requieren. Se detecta que algunos jugadores infrecuentes y los no jugadores perciben el juego como una vía de socialización, de pasar el rato con amigos o conocidos y, por lo tanto, ni siquiera lo hacen con otras personas.
12. **La actividad del juego "on line"** se ha medido desde distintas perspectivas. Un 7,1% de la población residente en España de 18 a 75 años ha jugado alguna vez por Internet según recuerda de forma genérica; un 4,8% recuerda haber jugado algún juego de azar concreto por Internet, y un 1,3% juega por Internet de forma regular. Esto equivale a que 2.484.000 españoles declara haber jugado o apostado por Internet, de forma genérica, alguna vez en los últimos seis meses, y que 1.679.000 recuerda haber jugado algún juego concreto en este periodo. Esta elasticidad en el recuerdo no es más que el reflejo de la cotidianeidad con que Internet se ha instalado en las prácticas de los españoles.
13. Los jugadores por Internet muestran un perfil muy compacto: son menores de 35 años en su inmensa mayoría, dos tercios son hombres y su estatus social es alto, medio alto o medio-medio. Es decir, su perfil está más dominado por ser

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

internautas que por ser jugadores. Su caracterización sociológica reproduce la de la navegación por Internet en España, es decir, son internautas que juegan, no jugadores que se han hecho internautas.

14. Internet ha abierto la posibilidad de jugar a gran variedad de juegos de azar (sin entrar en la distinción entre herramienta de compra y espacio de ocio), si bien no hay juegos que dominen este ámbito como ocurre en el *mundo real*. El Euromillón y las loterías primitivas y los juegos que pudiéramos denominar típicos de Internet (póker, juegos de cartas y de casino, loterías, etc.) son los predominantes. En un escalón secundario están juegos como la lotería nacional, concursos de preguntas y respuestas y quinielas. Y en un tercer escalón, las apuestas, cupones de la ONCE, juegos de casino y máquinas de juego. Los preferidos son el Euromillón y loterías primitivas, juegos *on line* y *poker rooms*. En todo caso, los juegos públicos son los más difundidos en internet, es decir, a los que más jugadores juegan.

15. El 92,4% de los jugadores por Internet se conecta desde su hogar, aunque un 10,4% lo hace desde el trabajo, un minoritario 4,6% desde locales públicos. La frecuencia declarada de juego es menor que en el mundo real, pero la duración de la sesión de juego considerablemente mayor: 30,1 minutos/día, con grandes diferencias entre los jugadores y entre los juegos. Las sesiones de máquinas de juego similares a las de los bares¹¹, bingo, juegos de mesa o casino y poker se sitúan en torno a una hora, según la apreciación subjetiva de los jugadores.

16. El 59,6% de los jugadores que juega *on line* a lotería nacional, primitiva, quinielas o cupones de la ONCE lo hacen a través de la web oficial. Entre los inmigrantes que juegan el acceso a través de esta web es muy inferior a la media.

¹¹ El término "máquina de bar" aquí es utilizado tan solo como elemento descriptivo o identificativo dirigido al público en general, a quien se destinaban los cuestionarios. No significa que se trate exclusivamente de máquinas B, semejantes a las establecidas en los bares, sino que puede comprender a las máquinas C propias de casinos, así como otras de tipos intermedios.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

17. La fiabilidad de los datos recogidos mediante cuestionarios autoadministrados en web sobre las cantidades jugadas y ganadas parece débil. El contraste de los datos obtenidos mediante encuesta con los datos suministrados a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones por los sistemas españoles de pago (Servired, 4B y Euro 6000) permite estimar que las cantidades jugadas anualmente por Internet oscilan entre 350 y 487,5 millones de €. Por término medio, cada jugador español *on line* en España declara jugar 24,2€/mes, lo que hay que interpretar como diferencia entre lo que juega y lo que gana, es decir, su gasto real.
18. Los aspectos organizativos del juego por Internet son desconocidos por los usuarios. El 71,2% afirma que el servidor de los juegos que practica está en España. La mayoría no sabe a quién reclamar en caso de que no le paguen los premios y el desconocimiento sobre los impuestos que gravan la actividad es generalizado.
19. El 4,1% de los residentes en España comprendidos entre 18 y 75 años juega por SMS, pero esta vía se restringe a los concursos de acertijos y rompecabezas de las televisiones amenizados por presentadoras; quienes juegan otros juegos a través de SMS representan fragmentos casi inapreciables. Como canal de distribución de juegos los SMS están todavía por explorar. En total, los jugadores por SMS pueden estimarse en 1.435.000 individuos.

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

ANEXOS

Anexo I. METODOLOGÍA

Anexo II. CUESTIONARIOS

Anexo I. METODOLOGÍA

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

Por un lado, una muestra representativa de la población española comprendida entre 18 y 75 años:

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

El cuestionario se incluyó en el estudio ómnibus de Millward Brown, en la semana del 30 de noviembre al 6 de diciembre de 2.009.

Por otro lado, se incluyó en la *web* un cuestionario destinado a los jugadores *on line*:

- | | |
|---------------------------|--|
| - Universo | Personas que hubieran jugado a algún juego al azar por Internet en los últimos seis meses. |
| - Dimensión de la muestra | 460 individuos |
| - Margen de error | +/- 4.7%. |
| - Cuestionario (tiempo) | 7 minutos. |
| - Aplicación | Autoadministrado en web / hogar.
Envío de un link a la población interesada. |
| - Red de Campo | Millward Brown / NetQuest. |
| - Muestreo | Según se explica a continuación: |

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

El diseño inicial de la muestra se pensó para 400 cuestionarios "on line", partiendo de un diseño de cuotas "elásticas", que tomaba como base la caracterización sociológica que se recoge en la **Tabla 22**. Se preveía que el propio trabajo de campo ajustase las entrevistas realizadas a la realidad del perfil sociológico de los jugadores *on line*. No obstante, el desarrollo del trabajo de campo acabó por suponer también la grabación de una considerable cantidad de cuestionarios correspondientes a individuos mayores de 45 años. Para no perder esta información se procedió a ajustar la muestra definitiva sobre la base de 402 cuestionarios. El proceso se describe en las siguientes tablas:

Cuotas de edad:

	Cuotas elásticas	Cuestionarios previstos	Cuestionarios recogidos	Ponderación	(%)
Menos de 35 años	60 % / 70 %	240 / 280	266	266	66.2
De 35 a 45 años	10 % / 20 %	40 / 80	69	69	17.2
Más de 45 años	10 % / 20 %	40 / 80	123	65	16.2
Total		400	460	402	100

Cuotas de sexo:

	Cuotas elásticas	Cuestionarios previstos	Cuestionarios recogidos	Ponderación	(%)
Hombres	55 % / 65 %	220 / 260	270	230	57.2
Mujeres	35 % / 45 %	140 / 180	190	172	42.8
Total		400	460	402	100

Por último, el trabajo de campo de esta parte de la investigación se realizó entre el 7 y el 20 de diciembre de 2009.

Anexo II

CUESTIONARIOS

1. Cuestionario aplicado a la muestra de población general (telefónico)

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTO SOBRE EL JUEGO

Cuestionario: Ómnibus

Datos de clasificación incluidos en el cuestionario:

- Sexo, Edad, Nacional/Inmigrante: origen., Estatus social, Comunidad de residencia

- 1.- De los juegos que le voy a mencionar, ¿puede decirme cuál ha jugado alguna vez, aunque haga mucho tiempo?
- 2.- ¿Juega usted habitualmente alguno de estos juegos?, ¿puede decirme cuál? (posible múltiple)
3. ¿Ha jugado alguno de estos juegos por Internet? (puede decirme cuál) (múltiple)
- 4.- ¿Y por teléfono o SMS? (puede decirme cuál) (múltiple)
- 5.- De estos juegos, ¿cuál considera más rentable, es decir, con el se puede conseguir más dinero en premios jugando menos dinero? (respuesta única)

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

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

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

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

7.- Para usted, ¿qué diría que son los juegos de azar ...? (leer las respuestas)

- Una forma de ganar dinero, o de hacerse rico 1
- Un pasatiempo, o una diversión 2
- Una industria o un negocio de algunas empresas 3
- Un vicio, una forma de derroche 4
- Una forma de que recauden impuestos 5

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

- El estricto azar 1
- La inteligencia del jugador 2
- N/C 3

9.- En este tipo de juegos, usted se considera ...

- Con mucha suerte 1
- Con suerte normal 2
- Con poca suerte 3
- Con muy poca suerte 4

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

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

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

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

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

- Unos minutos 1
- Un cuarto de hora 2
- Media hora 3
- Una hora 4
- Una hora y media 5
- Dos o tres horas 6
- Más de tres horas 7
- NS/NC 8

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

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

13. - ¿Qué cantidad mensual juega habitualmente en este tipo de juegos por término medio?

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

14. - ¿Y qué cantidad cree que gana con estos juegos al mes?

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

15.- ¿Normalmente suele poner un tope a la cantidad que se va a jugar?

- Sí 1
- No 2

TODOS

16.- ¿Conoce a personas con problemas personales con el juego?

- Sí 1
- No 2

**2. Cuestionario aplicado a la muestra de jugadores por Internet
(autoadministrado on line)**

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTO SOBRE EL JUEGO ONLINE

Cuestionario: Jugadores ON LINE

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.
- *Millward Brown* cumple con la legislación vigente sobre Protección de Datos y con nuestro Código Deontológico. Los datos identificativos que vamos a solicitarle servirán únicamente para que el Departamento de Control de Calidad de *Millward Brown* pueda supervisar la realización de la encuesta y comprobar su veracidad. Transcurrido un plazo prudencial y en todo caso en un plazo máximo de 6 meses, dichos datos serán destruidos y MB no guardará información alguna sobre los mismos, conforme a la legislación vigente sobre protección de datos.
- 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 Mujer

B. Nacionalidad

Español 1 – Pasar a P. D
No español 2

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

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

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

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

(ATENCIÓN: PONER LAS PREGUNTAS 1 A 6 EN PANTALLAS SEPARADAS, CADA PREGUNTA CON EL LISTADO DE RESPUESTAS).

1. De los siguientes juegos, ¿a cuáles has jugado alguna vez *ON LINE*, por Internet, **en los seis últimos meses?**

2. ¿Juega habitualmente a alguno de estos juegos?, (posible múltiple).

3. ¿A cuáles de estos juegos ha jugado en el último mes?

4. De estos juegos, ¿cuál considera más rentable jugando *on line*, es decir, con cuál se puede conseguir más dinero en premios jugando menos dinero? (respuesta única)

5. Valora de 0 a 10, siendo 0 la peor valoración y 10 la mejor, los siguiente juegos *on line*, por lo que se refiere al placer que le produce, el entretenimiento, su agilidad, etc.,

6. De todos estos juegos *on line*, ¿cuál es el que más te gusta, el que prefieres?

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

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

7. ¿Con qué frecuencia sueles jugar *on line* a cualquier tipo de juego de azar con premios, es decir, a cualquiera de los juegos anteriores?

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

SI CÓD. 1, 2, 3, 4, 5, 6 EN P. 1.

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

- Sí 1
- No 2
- No recuerda 3

A TODOS

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

- Juega más que hace un año 1
- Juega igual que hace un año 2
- Juega menos que hace un año 3

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

- Desde mi casa 1
- Desde locales públicos (hoteles, cibercafés, ...) 2
- Desde el ordenador de mi trabajo 3
- otros (**especificar**) 4

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

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

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

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

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

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

- Anotar literalmente. Prever 5 posiciones (99.999)

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

- Sí 1
- No 2

A TODOS

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

- Sí 1
- No 2

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

- Está en España 1
- Está fuera de España 2

17.- ¿Sabes qué porcentaje de impuesto pagan las ganancias obtenidas en los juegos de azar *on line* en los que juegas?

- Sí 1 - ¿Puede anotar el porcentaje? (prever dos dígitos)
- No 2

Comportamiento y actitudes sociales respecto al juego y al juego on line en España

SÍ EN P. 17 Cód. 1

18.- ¿Sabiendo que a nadie le gusta pagar impuestos, si tuvieras que hacer una valoración objetiva sobre el porcentaje que se paga sobre los premios de los juegos de azar *on line*, consideras este porcentaje ...?

- | | |
|--------------------|---|
| - Muy elevado | 1 |
| - Bastante elevado | 2 |
| - Regular | 3 |
| - Poco elevado | 4 |
| - Nada elevado | 5 |

Muchas gracias por su colaboración, toda la información que nos ha facilitado será tratada de forma confidencial, limitando su uso a la agregación estadística con las respuestas del resto de los entrevistados del estudio. En este sentido, le hago saber que MILLWARD BROWN SPAIN es miembro de la Asociación Internacional ESOMAR y de ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de estudios de Investigación de Mercados de Opinión).