

**Percepción social  
sobre el juego de  
azar en España 2018**

IX

**uc3m** | Universidad **Carlos III** de Madrid  
Instituto de Política y Gobernanza

Con el patrocinio de:

**FUNDACIÓN**  
**codere**

**Edición, junio de 2018**

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

Impreso en España / Printed in Spain

© 2018. IPOLGOB-UC3M. José Ignacio Cases, José Antonio Gómez Yáñez, Germán Gusano y Carlos Lalanda.

Diseño y maquetación: Javier Perea Unceta ([ideas@fjpu.es](mailto:ideas@fjpu.es))

Edita: IPOLGOB-UC3M

Con el patrocinio de Fundación Codere

ISBN: 978-84-16829-25-5

D.L.: M-14088-2013

# **Percepción social sobre el juego de azar en España 2018**

IX

**JOSÉ IGNACIO CASES MÉNDEZ**

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

**JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ**

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

**GERMÁN GUSANO SERRANO**

Abogado y Politólogo  
Director de la Fundación Codere

**CARLOS LALANDA FERNÁNDEZ**

Abogado  
Centro de Estudios de Políticas y Legislación de Juego



# Índice

<b>Presentación</b> .....	007
<b>Resumen ejecutivo</b> .....	009
<b>1. La recuperación parcial y la renovación de los públicos en el juego</b> .....	013
<b>2. Sociología de los juegos presenciales</b> .....	019
1. Metodología .....	019
2. Los juegos públicos .....	019
Lotería Nacional.....	019
Lotería de Navidad.....	020
El Niño .....	024
Los sorteos semanales de la Lotería Nacional.....	025
La Grossa de Cataluña.....	026
Loterías primitivas .....	027
Cupones y rascas de la ONCE .....	028
La Quiniela .....	030
3. Los juegos de gestión privada .....	033
Los casinos .....	033
Bingo .....	035
Salones de juego.....	038
Apuestas deportivas en locales .....	041
Máquinas tragamonedas en hostelería .....	043
Timbas informales en bares o similares .....	045
Cupones de la OID y otras loterías no autorizadas.....	045

<b>3. Sociología del juego <i>online</i></b> .....	<b>048</b>
1. Los jugadores <i>online</i> : estimación de su número y perfil sociológico.....	048
2. ¿A qué se juega por Internet? .....	053
3. Juego presencial y juego <i>online</i> .....	055
4. El tiempo destinado al juego <i>online</i> .....	058
5. Confianza en las webs de juego .....	061
6. Medios de pago .....	061
<b>4. Los discursos sobre el juego</b> .....	<b>063</b>
1. El discurso de la aversión al juego .....	063
2. Las actitudes ante las pérdidas en el juego .....	065
<b>5. El juego y las compras compulsivas o impulsivas</b> .....	<b>069</b>
<b>6. El juego problemático</b> .....	<b>075</b>
1. Enfoque del problema .....	075
2. Los instrumentos de medición.....	075
3. El juego problemático en la población entre 18 y 75 años .....	077
Datos globales.....	077
Comparación internacional.....	079
La consistencia entre las distintas metodologías .....	079
4. El juego problemático en internet .....	079
 <b>Bibliografía</b> .....	 <b>092</b>
 <b>ANEXOS</b> .....	 <b>093</b>
Recogida de información.....	095
Cuestionario Actitudes y comportamiento sobre juego 2018.....	096
Cuestionario Encuesta sobre el juego <i>online</i> en España .....	118

# Presentación

Al ser esta, posiblemente, la última ocasión que se me presenta para redactar las palabras iniciales de esta publicación que lleva ya nueve años consecutivos viendo la luz y dirigirme a los lectores (esporádicos o permanentes), permítaseme que exprese por escrito algunas reflexiones acerca del mundo del azar en España, a título personal, por supuesto, y con la única aspiración de que estas líneas sean una llamada de atención a aquellas entidades sociales y económicas que tienen un papel preponderante en la industria del juego de azar.

Las investigaciones que ha llevado a cabo el IPOLGOB han sido objeto de diversas publicaciones. Principalmente, aunque no sólo, las nueve ediciones de la “Percepción social” y las seis del “Anuario del Juego de Azar” han sido posibles gracias a la financiación aportada por la Fundación Codere cuya generosidad hemos siempre agradecido. La Fundación, además, ha constituido un foro académico de reflexión único en nuestro país, huyendo de cualquier protagonismo fatuo y procurando acercarse a las cuestiones más candentes con una visión universitaria que dignificase el estudio y tratamiento de cualquier cuestión abordada en relación con el mundo del juego de azar. Tal vez, a causa de mi propia especialización (Derecho Constitucional primero y luego Ciencia Política), los estudios realizados por la Fundación, que superan las cuarenta publicaciones, se han referido sobre todo al ámbito de las ciencias sociales aunque no exclusivamente a ellas.

No obstante, no se deben olvidar las cuestiones relacionadas con el comportamiento y, en especial, con las conductas que suponen anomalía y desorden. Por desgracia, estas cuestiones afectan bastante al interés público y a una pequeña parte de la población y, por lo tanto, se requiere de la atención de los expertos como ha propiciado la Fundación en variadas ocasiones.

Las preocupaciones propias del nivel alcanzado por el Estado de Bienestar del que, afortunadamente, gozamos también conducen a que reclamen protagonismo cuestiones novedosas derivadas del mismo. Me refiero, por ejemplo, al acceso de los menores de edad al juego de azar a través de su casi innata capacitación para las nuevas tecnologías. Se les ha llamado “nativos digitales “ para diferenciarlos del resto de la población que somos “inmigrantes digitales” algunos con dificultades casi insalvables para acceder a ese mundo. Los aparatos electrónicos (Pc, teléfonos inteligentes, tabletas, etc.) forman parte de su infancia y les son familiares de modo que su accesibilidad permite no sólo el acceso a películas infantiles y videojuegos de su edad sino a toda clase de contenidos impropios. Prestar atención a esta realidad es una obligación de la sociedad y es necesario poner remedio a ella, ya que las cosas se hicieron mal desde hace mucho tiempo y se permitieron situaciones impensables en un país que se reclama occidental y cuna de la civilización moderna.

Es indudable que los menores pueden resultar afectados severamente en sus costumbres. Prestar atención a este fenómeno constituye una obligación perentoria para la industria del juego.

La inquietante afección que también comienza a sufrir la población inmigrante residente en España (sobre todo a través de las apuestas deportivas) tampoco debe dejarse en el olvido.

La Fundación no ha tenido ocasión de patrocinar estudios sobre el juego patológico (no simplemente problemático). Es una laguna que sus responsables sentimos enormemente no haber abordado con la excepción de la conferencia del Dr. Jerónimo Saiz, catedrático de psiquiatría de la Universidad de Alcalá de Henares, en el lejano año 2007. No obstante, la industria cuenta ya con importantes trabajos entre los que citaré, a título de ejemplo, los que ha dirigido la Dra. Susana Jiménez del hospital de Bellvitge de Barcelona y el de la Dra. Cristina Martínez del hospital de Mataró.

Pero no hay dicha que cien años dure. Cuando la colaboración y patrocinio de la Fundación Codere estaba a punto de cumplir los 10 años de trabajo conjunto con el IPOLGOB, el vendaval financiero ha conducido al corte de la financiación y, probablemente, la desaparición del patrocinio de esta publicación.

Antes de poner punto final a estas líneas, debo mostrar mi agradecimiento a mis compañeros del Patronato de la Fundación por su apoyo y comprensión y, especialmente, a su presidente José Antonio Martínez Sampedro; al Prof. Vanaclocha, director del IPOLGOB por su acogida y a mis amigos los autores de esta publicación (entre otras): José Antonio Gómez Yáñez que con capacidad y competencia notables nos guió técnicamente; a Germán Gusano, director insustituible de la Fundación y a Carlos Lalanda con el que trabajé en estos temas antes incluso de que la Fundación se crease. Con sus palabras finalizaré esta reflexión: solo la ciencia es capaz de decir algo con sentido y, con Wittgenstein “de lo que no se puede hablar, hay que callar” (Tractatus: § 7).

**José Ignacio Cases**

Profesor Emérito de Ciencia Política  
Vicepresidente de la Fundación Codere



# Resumen ejecutivo

1. Como ocurre con todos los gastos prescindibles, el juego fue uno de los últimos en despegar después de la crisis. En 2017 alcanzó su nivel de estabilización en términos de participación de sus clientes, tanto de compra de participaciones de las loterías, como de asistencia a salas de juego y de apuestas. Esta estabilización se ha producido bajo unos patrones distintos a los anteriores, y no puede hablarse de un retorno al pasado:

- El porcentaje de la población que ha participado algún juego se elevó al 85,5% entre 18 y 75 años, con un ligero aumento respecto a 2016. Este porcentaje viene a situarse en los niveles anteriores a la crisis.
- La percepción subjetiva de los clientes de juego es que juegan más infrecuentemente que hace unos años. Tomando la perspectiva de una década, ha descendido el número de quienes declaran jugar todos los días o varias veces a la semana y han crecido los que dicen hacerlo con menos frecuencia: una vez al mes o en ese entorno.
- Los juegos también han cambiado. Se ha producido un sensible crecimiento de la asistencia a salones de juego, en las apuestas deportivas y en las loterías primitivas. Se mantiene el alza registrada el año pasado en las visitas a casinos y se ha ralentizado el descenso de los que van al bingo. La Quiniela, sin embargo, sigue descendiendo. Se ha producido un incremento en el porcentaje de entrevistados que recuerda haber comprado algún producto de la ONCE, aunque no está claro si se trata de la inversión de su tendencia o de un fenómeno ocasional. En todo caso, esta evolución divergente muestra que el juego no es un mercado homogéneo, sino que se trata de varios mercados sólo relativamente competitivos entre ellos.
- Una vertiente clave en el juego en España, las máquinas en hostelería, mantienen estable su capacidad de atracción de clientes.
- El juego *online* también ha crecido, sobre todo por la vía de las apuestas deportivas. Según la DGOJ, en 2016 se registró una media de 620.000 jugadores activos en noviembre y diciembre, en 2017 se elevó a 672.000.
- Se confirma el relevo generacional en varios juegos. La generación mayor de 45/55 años fue apartada bruscamente por la crisis. El crecimiento de la asistencia a salones, casinos, apuestas, etc., se está produciendo por un nuevo público más joven.
- Al contrario de lo que se suele decir, los jóvenes juegan sensiblemente menos que la media de la población residente en España.

**2.** España se mantiene como uno de los países con menor incidencia del juego problemático. Los datos de esta oleada de nuestro estudio muestran una ligera elevación hasta el 0,5% de la población entre 18 y 75 años. Es relevante que en este pequeño fragmento de la población hayan aparecido inmigrantes jóvenes, que pueden representar entre el 25% y el 33% de este segmento. Es la primera vez que en nuestro estudio aparece este dato, lo que sugiere que podría estar surgiendo un problema entre esta población.

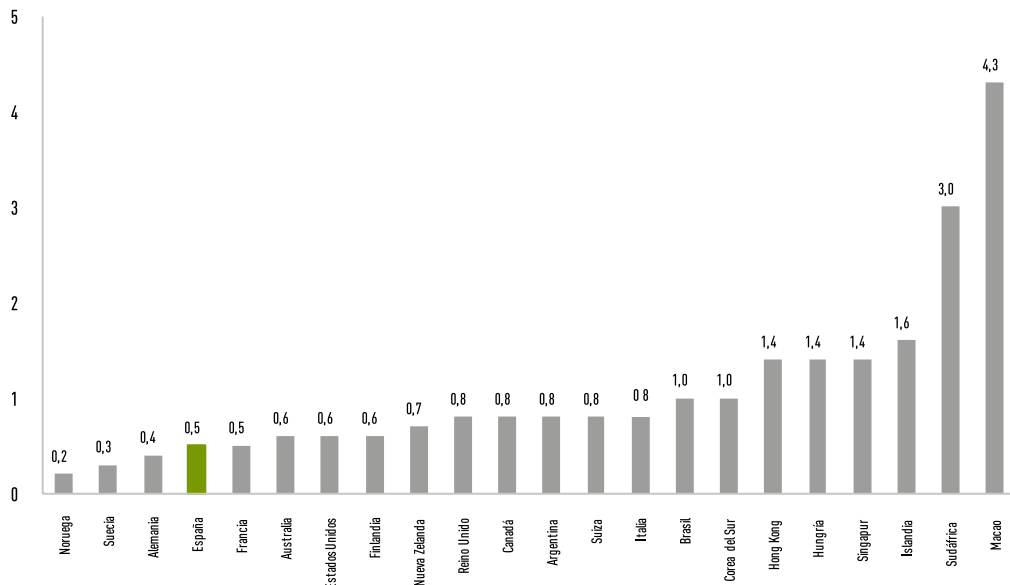
Conviene insistir en la idea de “alto riesgo” porque los datos aportados por las encuestas (la nuestra y cualquier otra sobre el tema) no suponen que el 0,5% de la población esté en una fase clínica de juego problemático, sólo supone que está en un umbral anterior, que puede ser episódico. De hecho, los escasos datos publicados por las consejerías de Salud de las comunidades autónomas y las asociaciones de afectados indican que la población en fase clínica se puede cuantificar, como máximo, en alrededor de 20.000 individuos, es decir, un 0,06% de la población adulta.

Estos niveles tan reducidos impiden hablar de sectores sociales en los que este problema sea prioritario o esté extendido. Se puede hablar de perfiles de riesgo a partir de algunas variables, pero no de sectores sociales afectados por este problema, por fortuna. El perfil de los afectados gravita sobre los hombres, menores de 25 años o de 35 años, de status sociales medios en sentido muy amplio. La incidencia del juego problemático entre los clientes de webs *online* lleva a la conclusión de que quienes se sitúan en este umbral juegan por Internet. Hay una elevada correlación entre los niveles de riesgo de juego problemático y la duración de las sesiones de juego *online*. Si se toma la duración de las sesiones como un síntoma de eventual pérdida de control sobre una conducta, en este caso, la relación es clara.

Desde el punto de vista operativo la conclusión es similar a la del año pasado, el enfoque de las políticas públicas para prevenir el juego problemático debe orientarse a políticas de precisión más que a acciones extensivas hacia toda la población o a amplios sectores (jóvenes, mujeres, etc.). Paradójicamente, son esos sectores a los que con frecuencia se califica de vulnerables los que menos juegan. Por tanto, el problema de la vulnerabilidad ante el juego problemático está en otra parte, alejada de los tópicos al uso.

**3.** Un aspecto relacionado con el anterior, es que se tiende a magnificar dichas cifras. En España hay un extendido discurso en el que dominan las visiones negativas sobre el juego que, paradójicamente, comparten buena parte de quienes juegan a loterías u otros juegos de suerte, aunque estén organizados por el sector público. Una vertiente de ese discurso es una imagen maniquea de los clientes de juego a los que endosa ideas sobre apasionamiento, falta de autocontrol o desconfianza. Probablemente es una imagen con resonancias del pasado. En todo caso, contrasta con la racionalidad de quienes juegan. Para ellos, por ejemplo, se asume el hecho de perder como el coste que pudiera tener un espectáculo o una experiencia que, en su caso, proporciona la ilusión de desafiar a la fortuna, retar a su habilidad o a su conocimiento sobre deportes en el caso de las apuestas. Saben que este tipo de experiencias tiene un coste, pero también que pueden ganar.

### Tasas de juego problemático entre la población adulta en diversos países (%)



Fuente: Estudios en los diferentes países. Ver tabla 5 y bibliografía.

4. Un hallazgo de esta edición es la relación entre el juego y las compras compulsivas o impulsivas. Aparece bastante clara la correlación entre estos niveles de sensibilidad y la participación en juegos de azar de todo tipo. A mayor nivel de impulsividad en las compras mayor probabilidad de compra o de participación en juegos. No obstante, esta relación se rompe en lo que se refiere a la intensidad. Aunque hay algunos casos en que coincide una alta impulsividad en las compras y una elevada sensibilidad al juego problemático, tal relación es débil, ya que sólo se presenta en contados casos. Es decir, cuando se avanza en niveles de implicación en ambas actividades se produce una bifurcación de los individuos. Se podría decir de otra manera, atendiendo a las variables sociológicas que han aparecido en el estudio: mientras que las compras compulsivas afectan preferentemente a una fracción de las mujeres, el juego problemático atrae a una fracción de los hombres. En ambos casos, en porcentajes muy reducidos, son más susceptibles los menores de 35 años, aunque en el caso de las compras compulsivas se extiende algo más. En un caso, la emoción que suscita el comportamiento se concreta en un objeto, tal vez inútil, suntuario u ostentoso; en el otro caso, en una experiencia que puede reportar pérdidas o ganancias.

5. A pesar de los estereotipos, la relación de los españoles con el juego es muy racional. Esto se manifiesta de diversas maneras que contradicen su imagen arquetípica. Por ejemplo, los hogares con problemas económicos sólo juegan a Lotería de Navidad, loterías primitivas y sorteos de la ONCE, es decir, aquellos grandes sorteos en los que a muy bajo coste se pueden obtener premios que resuelvan el problema o, al menos, una ayuda significativa. O sea, la realidad es

la inversa de la idea tan extendida que afirma que en los hogares con problemas se juega más. Otra manifestación de esta racionalidad es que, para quienes juegan en salas, las eventuales pérdidas son tomadas como el coste a pagar por un rato de distracción o de ilusión. En el caso del juego *online*, se observa que el paso del tiempo reduce el efecto novedad, lo que implica una reducción del tiempo de juego. También en el juego *online*, se observa que alrededor del 15% de los activos son cazadores de ofertas, jugando con los bonos ofrecidos por las webs, pero no arriesgando su dinero.

# 1. La recuperación parcial y la renovación de los públicos en el juego

Globalmente, se registra un leve incremento de las personas entre 18 y 75 años que han jugado algún juego presencial arriesgando dinero, hasta el 85,5%, un 0,2% también lo hizo por Internet –la realidad parece ser algo más elevada-. El porcentaje de quienes no han jugado se ha reducido desde el 19,7% en 2013 al 14,5% en 2017.

Los niveles de práctica del juego han alcanzado la normalidad. Su lenta recuperación desde 2013 se estabilizó entre 2016 y 2017. Aunque aún no hay datos, las cantidades jugadas han crecido, si bien los porcentajes de población que juega a los diferentes juegos se han estabilizado o crecen lentamente (salones de juego, apuestas deportivas y loterías primitivas), incluso algunos descienden (Quiniela).

La recuperación de la economía permite a más personas destinar dinero a esta forma de ocio. En otras palabras, el juego recupera espacio en el mundo del ocio, pero aún está a distancia de los niveles anteriores a la “gran recesión”, el juego es una alternativa de ocio barata. Sus niveles de consumo aún están deprimidos dada las características de la recuperación económica que se configura.

Pese a esta tendencia expansiva, en los últimos cuatro años existe un límite al crecimiento de la población que juega, porque entre un 14,5% y un 18,1% no lo hace, y no parece seducirle el juego como entretenimiento. Su núcleo duro, quienes se consideran “no jugadores” y además no han jugado, le tiene aversión desde un punto de vista moralizante, una especie de “alergia”. Este tema se analizará en un punto específico.

En la tabla 1 y el gráfico 1 se observa un leve descenso del recuerdo de haber comprado Lotería Nacional (72,2%), pero lo más probable es que se deba al leve retraso en la fecha del trabajo de campo de este año (se realizó en marzo en vez de febrero como en años anteriores) que hizo descender el recuerdo de haber comprado la de Navidad (70,2%) y El Niño (41,6%), por tanto, hay que atribuir a este dato un margen de imprecisión. La memoria de algunos entrevistados no es resistente al tiempo y se producen algunos olvidos.

Se mantiene la tendencia al alza de las loterías primitivas (39,4%), la asistencia a casinos (6,8%), salones de juego (8,4%) y apuestas deportivas (5,4%). También se observa un leve incremento del recuerdo de haber jugado a máquinas tragamonedas en bares y restaurantes (5,9%), asociado al incremento del consumo en estos establecimientos que se registró el año pasado (por otro lado, en la anterior edición de este estudio se ajustó el cuestionario para recoger con más precisión este indicador).

Se mantienen también las tendencias suavemente descendentes en la Quiniela (6,5%) y en la asistencia a bingos (7,1%), en ambos casos con altibajos en los últimos años. Una vez más, se observa que “el juego” no es un conjunto homogéneo, son varios mercados superpuestos en el que los distintos productos (juegos) tienen tendencias diferentes, incluso divergentes.

Un caso especial en 2017 fueron las ventas de productos de la ONCE. Su tendencia en los últimos años era descendente, pero en este año se registra un sensible repunte que rompe la serie: el 26,3% de los entrevistados declara haber comprado durante el año alguno de sus cupones o loterías instantáneas. No es posible saber si se debe a un repunte real de las ventas de este operador o es un efecto de su campaña de publicidad para el Super Cupón del Día del Padre, que coincidió con el trabajo de campo (19 de marzo).

Tabla 1 / **Práctica de juegos de azar arriesgando dinero (de 18 a 75 años) (%)**

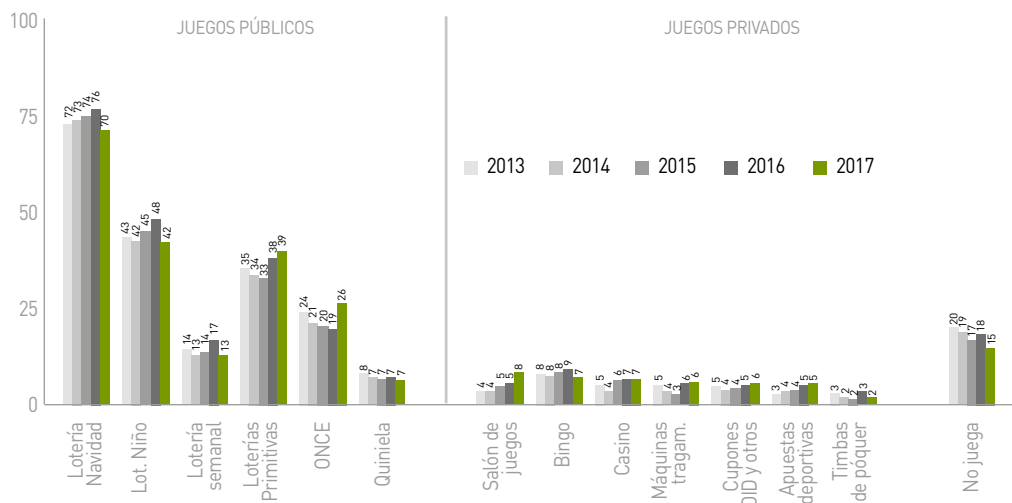
	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
Lotería Nacional	72,7	74,2	75,1	76,8	72,2
Euromillones, loterías primitivas	35,1	33,5	32,6	37,6	39,6
Cupones de la ONCE	23,7	21,2	20,3	19,3	25,1
Ha ido a algún salón de juegos	3,5	3,6	4,9	6,4	8,4
Ha ido a jugar a un bingo	8,0	7,6	8,2	8,2	7,1
Ha ido a jugar a un casino	3,6	3,0	6,3	6,8	6,8
Quiniela	7,5	7,3	6,9	7,4	6,4
Maquinas tragamonedas en bares	5,3	3,6	2,8	5,6	5,9
Cupones de organizaciones de discapacitados (OID, etc.)	4,8	4,1	4,3	5,2	5,6
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas (*)	2,8	3,5	3,8	5,1	4,5
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa	3,2	1,8	1,6	3,4	1,9
Juega por televisión, por la noche, a juegos de casino, como ruletas, póquer, etc.			0,2		0,2
No ha jugado ningún juego durante el año	19,7	18,1	16,5	18,1	14,5
(n)	(1.012)	(1.002)	(1.012)	(1.002)	(801)

(\*) No incluye Andalucía, ya que se autorizaron en 2018.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

En los niveles de práctica de cada juego se mantiene la ordenación, con la novedad del ascenso de los salones de juego: han pasado de que los visitara un 3,5% de los entrevistados en 2013 al 8,4% en 2017.

Gráfico 1 / **Juego presencial entre 2013 y 2017 (% recuerdan haber jugado en el último año)**



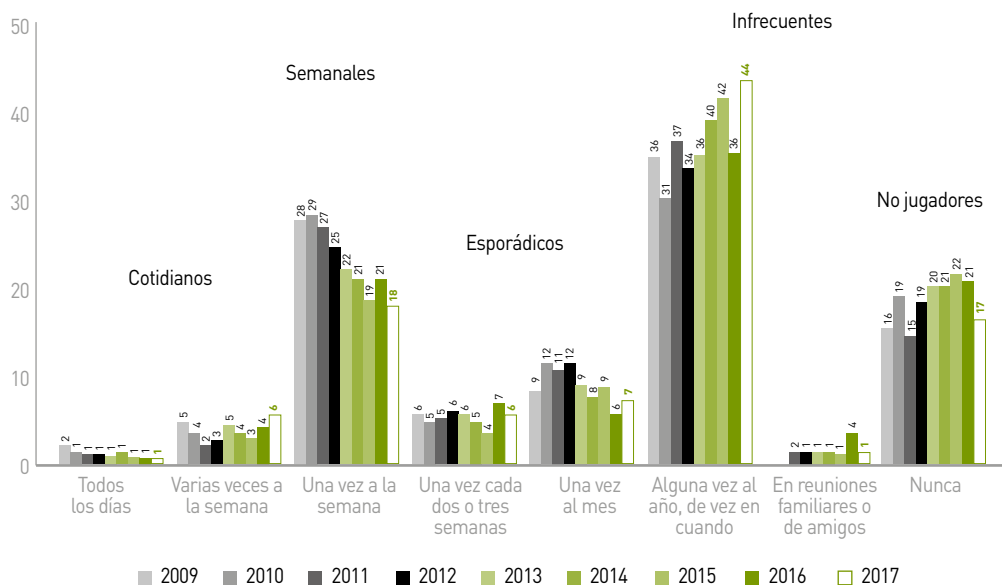
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

La apreciación subjetiva sobre la frecuencia de juego mantiene el giro que se inició el año pasado, invirtiendo la tendencia descendente de los últimos años impuesta por la crisis (gráfico 2). Se mantiene el descenso de quienes declaran jugar todos los días (0,6%) pero aumentan los que dicen jugar varias veces a la semana (5,8%), indicador que llegó a situarse por debajo del 3% en 2011. Se mantienen en proporciones similares al año pasado todos los demás “niveles” de frecuencia apreciados subjetivamente. Lo más relevante tal vez sea que descienden significativamente quienes afirman no jugar nunca, situándose en el 16,6% (aunque en algún caso puedan haberlo hecho, sobre todo Lotería de Navidad). A cambio, se incrementan los que declaran jugar sólo alguna vez al año. En resumen, se mantiene la recuperación en el número de clientes de los distintos juegos, pero aún está a distancia de los datos que se registraban hace unos años. Los mejores indicadores sobre esto son los que declaran jugar semanalmente y los infrecuentes. Ambos sintetizan bien la idea de fondo: el porcentaje de la población que juega ha dejado de descender pero quienes juegan lo hacen de una forma más irregular o con menor frecuencia que hace unos años.

En resumen, en 2017 se confirma que la recuperación se deja sentir sobre el juego, aunque se están produciendo cambios en los hábitos:

- Algunos juegos van al alza: salones, apuestas deportivas, loterías primitivas y, en menor medida, los casinos.
- Otros descienden: Quiniela y bingos.
- En el conjunto de los jugadores el juego se ha hecho menos frecuente que antes de la “gran recesión”.
- Bajo estos cambios también hay un relevo generacional que afecta negativamente a las generaciones maduras (clientes de bingos o casinos, que han sufrido la crisis y han ido abandonando

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



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

las salas), mientras que aparece una nueva generación atraída por los salones y las apuestas, y también, en menor medida, por los casinos, cuyo traslado al centro de varias ciudades facilita su acceso. Esta nueva generación es menos regular en sus hábitos de juego, sin duda, porque hay otras alternativas para ocupar su tiempo de ocio.

El perfil de la percepción subjetiva de frecuencia de juego se mantiene estable (tabla 2). Los hombres declaran jugar con más frecuencia que las mujeres, sobre todo en dos segmentos generacionales: los mayores de 55 años y los comprendidos entre 25 y 44. A partir de los 25 años se incrementa la frecuencia de juego, con entre un 5% y un 10% que declara jugar todos los días o varias veces a la semana. Se mantiene que los sectores que juegan con más frecuencia son las clases medias. Algo relevante es que entre los inmigrantes el 12,5% declara jugar todos los días o varias veces a la semana, porcentaje que disminuye al 6,2% entre los españoles. Como se verá más adelante, hay varios comportamientos de los inmigrantes ante el juego que han aparecido por primera vez.

El perfil de quienes se reconocen como no jugadores también se mantiene estable: son más frecuencia mujeres (18,4%) que hombres (14,9%), lo que equivale a decir que las mujeres suman un 56% de los no jugadores. Se incluye en este sector una elevada proporción de la generación menor de 24 años (28,6%), y en las mayores de esta edad los no jugadores se mantienen entre el 10% y el 20%. Un dato que se repite sistemáticamente es que quienes se declaran no jugadores parecen serlo para toda la vida: el 79,2% declara que no ha jugado nunca. No hay otros rasgos sociológicos asociados a ellos, lo que los distingue es su aversión al juego, un rasgo más idiosincrásico que sociológico.



Tabla 2 / Perfil sociológico de los jugadores, según frecuencia de juego declarada (%)

	Cotidianos		Semanales	Esporádicos		Infrecuentes		No jugadores (*)	
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Alguna vez al mes	Una vez al mes o menos	Alguna vez al año	Familiares o amigos	Nunca	(n)
Total (2009)	2,0	4,7	28,1	5,6	8,5	35,5	0,0	15,6	(1.000)
Total (2010)	1,4	3,5	28,6	4,8	11,6	30,8	0,0	19,3	(1.000)
Total (2011)	1,1	2,1	27,2	5,2	11,0	37,1	1,5	14,8	(1.000)
Total (2012)	1,0	2,7	24,8	6,0	11,5	34,8	1,3	18,7	(1.000)
Total (2013)	0,9	4,5	22,1	5,7	9,3	35,7	1,4	20,4	(1.012)
Total (2014)	1,3	3,5	21,3	4,9	7,6	39,6	1,3	20,6	(1.002)
Total (2015)	0,8	3,1	18,9	3,6	8,9	42,1	0,9	21,8	(1.012)
Total (2016)	0,7	4,3	21,4	6,9	6,0	35,9	3,7	21,1	(1.002)
<b>TOTAL (2017)</b>	<b>0,6</b>	<b>5,8</b>	<b>18,3</b>	<b>5,7</b>	<b>7,3</b>	<b>44,3</b>	<b>1,3</b>	<b>16,6</b>	<b>(801)</b>
<b>Hombres</b>	1,1	7,8	20,6	6,1	8,8	39,7	1,0	14,9	(395)
<b>Mujeres</b>	0,2	3,7	16,0	5,2	5,9	48,9	1,7	18,4	(406)
<b>De 18 a 24</b>	0,0	2,2	3,3	3,3	6,0	53,4	3,2	28,6	(76)
<b>De 25 a 34</b>	0,6	8,4	14,5	5,4	9,9	43,3	3,4	14,5	(122)
<b>De 35 a 44</b>	0,4	4,0	18,6	7,8	6,7	42,8	0,0	19,7	(176)
<b>De 45 a 54</b>	0,5	4,8	24,4	4,4	8,9	43,1	1,2	12,7	(177)
<b>De 55 a 64</b>	1,3	10,8	21,0	4,3	6,3	38,6	0,0	17,7	(139)
<b>De 65 a 75</b>	0,9	3,4	19,5	7,6	5,1	50,9	1,8	10,8	(111)
<b>Status Alto</b>	1,7	2,6	16,8	2,5	8,1	56,3	2,5	9,5	(66)
<b>Status Medio alto</b>	0,0	5,0	20,8	4,2	8,2	47,2	1,0	13,7	(253)
<b>Status Medio medio</b>	0,0	6,6	15,6	5,4	4,4	48,4	1,7	17,8	(223)
<b>Status Medio bajo</b>	1,1	7,4	20,3	8,4	10,2	34,9	1,0	16,7	(215)
<b>Status Bajo</b>	2,9	2,7	12,2	5,6	3,1	40,8	0,9	31,7	(44)
<b>Españoles</b>	0,7	5,5	18,2	5,9	7,1	45,3	1,4	15,9	(773)
<b>Inmigrantes</b>	0,0	12,5	14,8	0,0	10,0	33,0	0,0	29,6	(28)

¿Cuándo dejó de jugar? (Base: Declaran no jugar nunca)

Hace menos de un año	12,1
Hace entre uno y dos años	5,7
Hace entre dos y cinco años	1,1
Hace más de cinco años	0
Nunca ha jugado	79,2
NS/NC	1,9
<b>(n)</b>	<b>(105)</b>

(\*) Personas que se declaran no jugadores, aunque algunos de ellos declaren haber jugado a algo durante el año anterior.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Los datos sobre 2017 hacen que se pueda mantener la conclusión que se extraía en 2016: el juego compite con otras alternativas de ocio, especialmente para los jóvenes, y las ofertas de juego que mejor resisten esta competencia son los nuevos salones de juego y las apuestas deportivas. Sin embargo, otras vertientes del juego tienen problemas de adaptación ante las nuevas demandas del público. Los casinos y los bingos están transformando su clientela, poniendo en valor su potencial como espacios de relación y entretenimiento. Parece ocurrir lo mismo con las máquinas en hostelería, que retienen su público pero también atraen a otros nuevos, aunque estén sometidas a los vaivenes del gasto en hostelería en su conjunto.

A partir de la apreciación subjetiva de la frecuencia con que juegan, se han definido cuatro tipologías, procedimiento elemental pero que, como se ha comprobado en las sucesivas ediciones de este estudio, correlaciona con los comportamientos declarados de manera consistente. Los perfiles que aparecen evolucionan de forma coherente. Los cotidianos, que declaran jugar todos los días o varias veces a la semana, son muy mayoritariamente hombres de todas las edades, aunque con menor presencia de jóvenes. Los semanales responden a un perfil similar al anterior, aunque con más presencia de mujeres y de mayores de 45 años. En los esporádicos, que afirman jugar una vez al mes o cada dos o tres meses, la composición por sexos se equilibra, sobre todo en los que declaran menor frecuencia de juego, pertenecen a todos los status sociales y generaciones. En los infrecuentes, que declaran jugar de vez en cuando o sólo en reuniones familiares, la presencia de mujeres es mayoritaria y hay más presencia de personas de status social alto o medio alto. Entre estos infrecuentes que juegan en el ámbito familiar hay una fuerte presencia de jóvenes.

## 2. Sociología de los juegos presenciales

### 2.1. Metodología

Este capítulo describe los perfiles de los clientes de los distintos juegos. Para todos ellos, se pregunta a cada entrevistado si lo ha jugado durante el año, de forma espontánea y sugerida. En años anteriores se observó que algunos olvidan haber jugado a algunos juegos, por lo que se incluyeron varias preguntas de repesca para recordar la posibilidad de haberlos jugado: si hay locales en su barrio o zona de trabajo, si a su alrededor jugaban otras personas o fue a un local con amigos o conocidos. Con este procedimiento se pudo recoger a entrevistados olvidadizos o renuentes a una respuesta directa al principio. Se han mantenido las preguntas para detectar los niveles de riesgo ante el juego problemático, los cuestionarios PGSI y DSM-IV, en su formulación de escala y sus resultados se han tabulado siguiendo la metodología descrita en el *British Gambling Prevalence Survey 2010, Continuous Scoring*, que este estudio ha mantenido en ediciones posteriores. La aplicación de estos cuestionarios permite comparar el juego problemático en España con otros países.

### 2.2. Los juegos públicos

Las loterías Nacional (sobre todo Navidad) y primitivas, la Quiniela y los cupones de la ONCE forman parte de la cultura del país y del paisaje de las ciudades con sus administraciones, quioscos y vendedores. Esta incardinación tiene la vertiente positiva de que los españoles han aprendido que jugando se pierde, aunque se mantenga la carga de ilusión o de entretenimiento de los juegos. Al margen de la experiencia, que estos juegos estén a cargo del Estado refuerza la idea de que, al final, se tiene que perder con ellos. Este escepticismo social sobre el juego está tras muchos de los resultados más llamativos de este informe. En este terreno, España se parece a otros países en los que también hay una baja incidencia del juego problemático: los juegos de azar puro tienen menos capacidad de crear hábito que los de habilidad, éstos últimos alimentan la fantasía –en algunas personas– de que el azar puede ser dominado conociendo las reglas más o menos ocultas de cada juego. Suecia es un ejemplo en este sentido, un país en el que la cultura sobre el juego procede de juegos de suerte y tiene muy bajas tasas de juego problemático, Gran Bretaña sería un ejemplo en sentido inverso, una cultura de juego basada esencialmente en la apuesta (Volberg y otros, 2001).

#### 2.2.1. Lotería Nacional

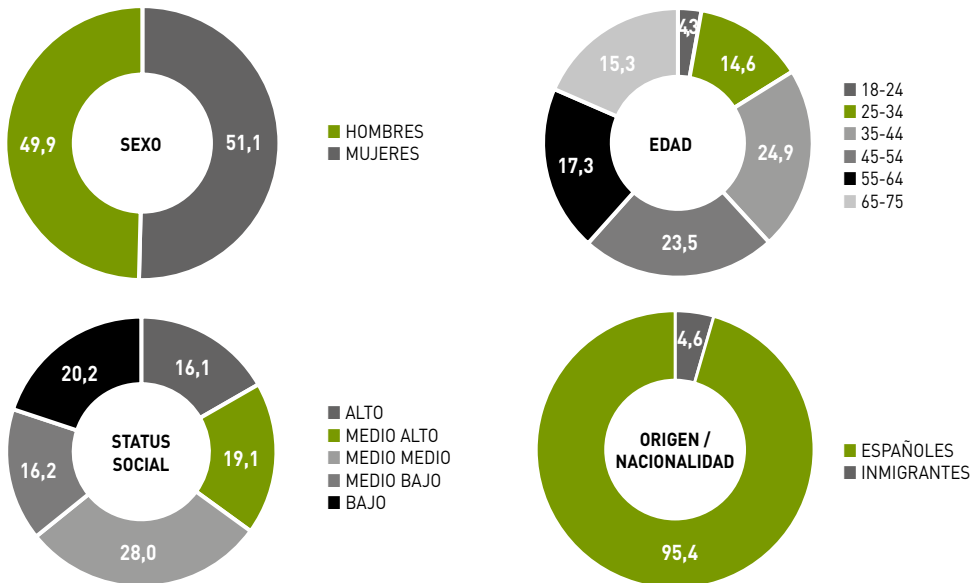
Se compone de tres productos muy distintos, los dos grandes sorteos de Navidad y El Niño y un centenar de sorteos menores los jueves y sábados. El de Navidad representa un porcentaje creciente de las ventas de loterías de SELAE, alrededor del 50%; El Niño, en torno al 15%, y los sorteos semanales el 35% restante. Los perfiles y motivaciones de sus compradores son distintos. A diferencia de ediciones anteriores, el trabajo de campo de este año se hizo en marzo, por necesidades de programación. En ediciones anteriores se hizo a comienzos de año para recoger

con precisión el recuerdo de la compra de los sorteos de Navidad, El Niño y La Grossa catalana, celebrados pocas semanas antes. En esta ocasión, la memoria de algunos entrevistados se ha resentido con el paso de dos meses, lo que ha provocado un descenso del recuerdo de las compras de lotería de Navidad y El Niño. Esto debe tenerse en cuenta para restar importancia al leve descenso de respuestas que se ha producido. (El recuerdo de compra de La Grossa también ha resultado alterado –seriamente– pero por otros motivos sociales).

**2.2.2. Lotería de Navidad**

Sus compradores pasaron del 71,1% al 75,9% de la población entre 18 y 75 años entre 2013 y 2016, lo que equivale a casi 26 millones en 2016. El citado retraso en el trabajo de campo ha producido un descenso del recuerdo hasta el 70,2%. En todo caso, es impresionante, que 24 millones de personas recuerdan haber comprado lotería de Navidad dos meses después de haberlo hecho en 2017. Se puede sintetizar la descripción de quienes juegan a la Lotería de Navidad diciendo que la compran todos los residentes en España menos los “no jugadores”. Aún con el sesgo del relativo olvido citado, los datos confirman lo conocido: las compras de Navidad gravitan sobre los mayores de 35 años, descendiendo en edades más tempranas. También están por debajo de la media los inmigrantes, aunque alrededor de la mitad de ellos la compra (en marzo recordaba haberlo hecho el 46,8%). Es un producto interclasista, sólo entre las personas que pueden ubicarse en las clases medias la tasa de compra es inferior a la del resto de la población (tabla 3). Dado lo anterior, los compradores de Lotería de Navidad reproducen las principales variables de la población residente en España con las variantes de una menor presencia de menores de 35 años y de inmigrantes (gráfico 3).

Gráfico 3 / **Compradores Lotería de Navidad (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 3 / Perfil sociológico de los compradores de Lotería Nacional (según tipo sorteo) (%)

	Navidad			El Niño			Semanales (jueves y sábados) Juegan al menos una vez al mes		
	2015	2016	2017	Enero 2016	Enero 2017	Enero 2018	2015	2016	2017
<b>Total</b>	73,9	75,9	70,2	44,6	47,5	41,6	13,5	16,8	12,8
<b>Hombres</b>	73,4	78,1	70,0	48,3	46,2	42,7	14,3	17,7	12,7
<b>Mujeres</b>	74,5	73,7	70,3	43,8	48,8	40,4	12,8	15,8	13,0
<b>De 18 a 24 años</b>	38,6	45,5	27,8	16,9	17,0	11,8	4,8	3,9	5,5
<b>De 25 a 34 años</b>	64,9	60,4	68,1	38,4	32,3	38,7	8,1	13,0	13,4
<b>De 35 a 44 años</b>	79,1	82,8	73,3	42,2	49,8	38,4	13,3	16,7	10,4
<b>De 45 a 54 años</b>	82,7	83,4	76,4	52,5	50,3	48,8	18,8	19,5	14,0
<b>De 55 a 64 años</b>	85,8	82,8	73,7	63,0	62,8	49,2	21,3	23,0	14,3
<b>De 65 a 75 años</b>	74,1	81,4	82,1	45,2	57,1	49,4	12,0	16,9	17,4
<b>Status alto</b>	77,8	78,2	71,1	47,5	53,1	36,5	14,8	17,5	11,7
<b>Status medio alto</b>	71,3	85,4	75,8	48,1	53,1	40,6	15,7	20,9	8,9
<b>Status medio medio</b>	74,3	79,5	71,4	46,4	50,2	45,5	12,5	19,8	12,1
<b>Status medio bajo</b>	67,0	75,8	67,5	38,5	45,0	40,9	15,6	12,9	17,2
<b>Status bajo</b>	74,8	65,8	51,3	42,5	38,3	38,1	12,5	10,8	16,1
<b>Españoles</b>	74,4	77,2	71,2	44,8	48,7	42,5	13,8	16,8	16,1
<b>No españoles</b>	64,4	57,8	46,8	40,0	31,9	13,0	8,9	15,8	13,0
<b>Cotidianos</b>	87,2	94,6	76,5	69,2	71,8	52,5	43,6	30,2	33,5
<b>Semanales</b>	93,7	93,6	92,7	69,6	72,0	72,5	38,7	38,1	36,0
<b>Esporádicos</b>	89,7	90,3	83,8	59,5	60,3	53,4	24,6	33,9	19,9
<b>Infrecuentes</b>	91,3	86,1	80,5	46,9	44,8	39,2	3,2	6,6	3,3
<b>Se consideran "no jugadores"</b>	11,3	24,7	11,5	5,4	14,1	5,2	0,5	0,6	0,4
<b>Retraso en el pago de la hipoteca</b>	64,7	63,5	68,0	35,3	33,6	38,7	23,5	12,5	25,9
<b>Retraso en el pago de compras</b>	92,3	47,2	84,7	46,2	27,1	51,7	15,4	18,7	25,5
<b>Retraso en el pago de suministros hogar</b>	64,3	61,0	67,1	46,2	49,1	47,4	19,2	19,7	27,4
<b>Frecuencia de compra (Base: han comprado billetes o participaciones de cada lotería durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)</b>									
- Todas las semanas							52,7	50,6	45,0
- Cada dos o tres semanas							1,1	6,3	14,7
- Cada mes							18,3	7,7	16,4
- Alguna vez al año							21,5	31,1	23,9
- Casi nunca							6,5	4,3	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>									
- Alto riesgo	100	100	88,2	100	94,1	88,2	0,0	5,9	37,8
- Riesgo moderado	33,3	66,7	56,7	0,0	51,5	48,7	0,0	24,3	48,7
- Bajo riesgo	87,5	88,2	62,0	58,3	60,1	37,4	37,5	49,7	21,1
- Sin problema	88,7	88,2	84,8	53,3	45,3	49,6	15,7	17,7	14,4
- No jugador (*)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>									
- Algo riesgo	100	100	90,4	100	100	90,4	0,0	21,2	40,6
- Riesgo moderado	78,6	88,9	70,0	46,4	90,2	46,4	25,0	23,4	30,3
- Bajo riesgo	92,9	84,4	81,5	64,3	84,7	62,4	25,7	33,3	23,2
- Sin problema	88,5	81,5	84,5	52,5	81,4	47,9	15,0	16,9	13,5
- No jugador (*)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

La mayoría de los que se consideran “no jugadores” resiste la tentación de comprar Lotería de Navidad, pero una parte de ellos también prueba suerte. Tal vez la recuperación económica haya suavizado su renuencia a arriesgar dinero o debilitado su aversión al juego.

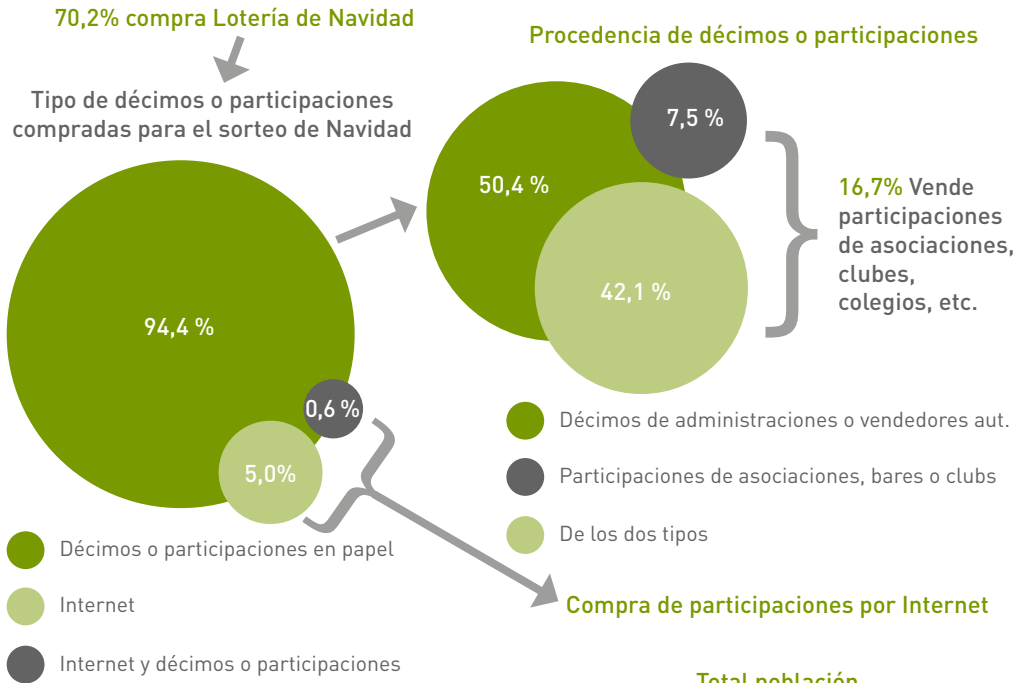
En torno a este sorteo se desencadena una presión social difusa casi irresistible, en la que se combinan la costumbre, la tradición, la sensación de que con él comienza la Navidad, el intercambio social, las necesidades de financiación de las asociaciones y clubes que obtienen de la venta de participaciones una parte relevante de sus recursos y, por qué no decirlo, la “envidia preventiva”, la sensación de que les puede tocar a otros, especialmente a los conocidos. El gráfico 4 trata de sintetizar los patrones y motivos de compra. Los datos de este gráfico se reiteran con escasas variaciones cada año. En las conclusiones de fondo no hay cambios, este año los porcentajes se alteran un poco por el comentado retraso en el trabajo de campo de 2018 que ha disipado el recuerdo de la compra en algunos entrevistados:

- Hay un leve incremento de las ventas por Internet, un 5,6% recuerda haber comprado por este canal, lo que supone un incremento respecto al 2,9% del año pasado. La gran mayoría de las compras por Internet se realizan a través de webs de administraciones (80,6%), sólo un 13,1% recuerda haber comprado a través de la web de SELAE. Sin embargo, en el trabajo de campo *online* paralelo, los datos se invierten: el 63,1% responde que compró a través de la web de SELAE, el 36,9% a través de la web de alguna administración o suministrador *online*. Seguramente esto quiere decir que las personas más habituadas a jugar online adquieren participaciones habitualmente en la web corporativa de SELAE, mientras que los menos familiarizados mantienen su lealtad a las administraciones, ya sean las habituales o las más conocidas.
- Se mantiene una elevada proporción de compra de participaciones de asociaciones, clubes deportivos, etc., el 42,1% recuerda haber comprado estas participaciones en 2017. Aunque haya un descenso respecto a 2016, en los dos últimos años se ha producido un gran crecimiento de esta vía de compra de participaciones que puede deberse al esfuerzo de estas asociaciones para obtener ingresos para paliar el descenso generalizado de las subvenciones oficiales.
- Otro indicador de la presión creciente de estas asociaciones es que el porcentaje de quienes declaran que han vendido participaciones de este tipo ha pasado del 11,7% en 2015, al 15,5% en 2016 y al 16,7% en 2017.

Los motivos para comprar están arraigados. El paso de algunas semanas desde la compra ha restado recuerdo a algunos motivos secundarios, pero revela la solidez de la costumbre (89,8%). Tras la costumbre parecen tener el mismo peso la idea de tentar la suerte o de que vendría bien aunque fuera la pedrea. Lo que llama la atención es la resistencia de la “envidia preventiva” como resorte que activa la compra (“por si toca a conocidos”), ni siquiera el paso del tiempo debilita esta idea como resorte para comprar lotería de Navidad (59,6%). Da idea de la presión social que se desencadena que, incluso dos meses después del sorteo, el 44,8% de los entrevistados señale que “preferiría no comprar en vez de perder dinero”.

En suma, la “costumbre”/tradición y, sobre todo, la “envidia preventiva” son los motores de la compra. Ni siquiera es la expectativa o ilusión de un gran premio o de la pedrea, sino la eventualidad de que jugando casi todo el mundo, les toque a los amigos y conocidos pero, sobre todo, a personas que no caen bien.

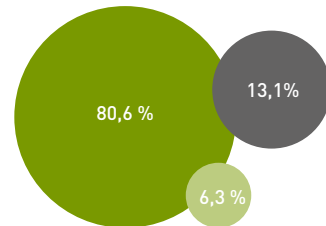
Gráfico 4 / **Lotería de Navidad. Compra de participaciones y actitudes (% compradores)**



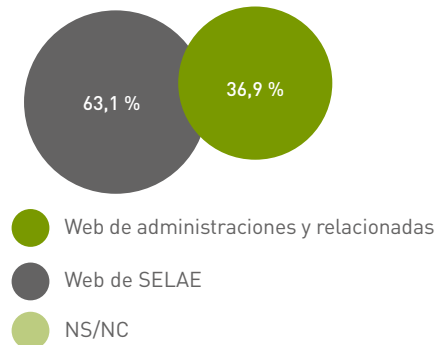
**¿Por qué compra Lotería de Navidad?**



**Total población**



**Juegan online**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

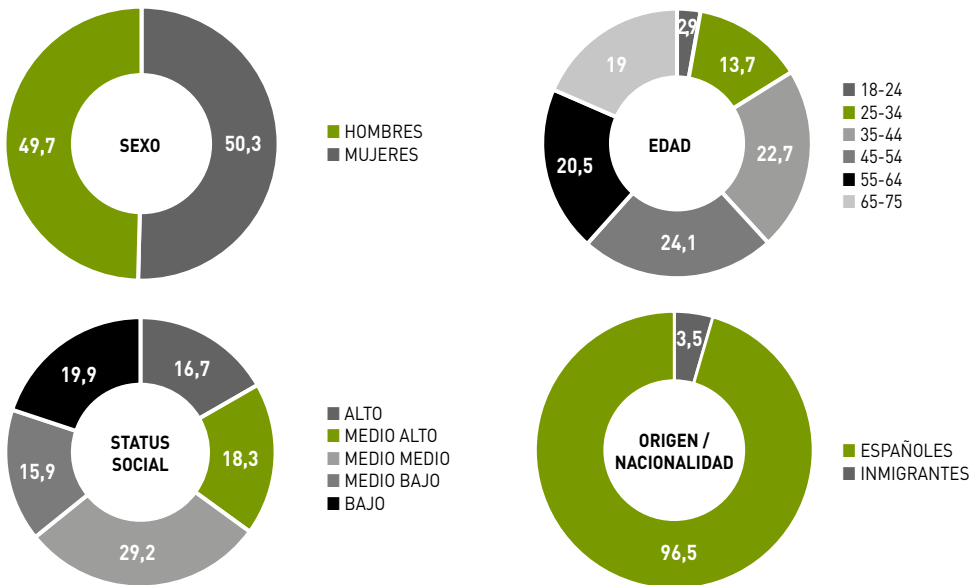
La Lotería de Navidad se ha incardinado de tal manera en la cultura nacional que su sorteo es visto por el 54,6% como el comienzo de la Navidad. Esto lleva a considerar el intercambio de participaciones como un acto de relación social, una forma de estrechar relaciones con amigos, familiares, compañeros de trabajo y, en general, con quienes caen bien.

2.2.3. **El Niño**

Recuerda haber jugado al sorteo de El Niño del 5 de enero de 2018 un 41,6% de los entrevistados, en marzo de 2018. Aparentemente es un leve retroceso desde el 47,5% que recordaba haberlo hecho en 2017, pero la explicación estriba en el citado distanciamiento del trabajo de campo de la fecha del sorteo. Se puede insistir en la estimación del año pasado, pues los datos no la contradicen: 16 millones largos de personas juegan a este sorteo.

Sus compradores se parecen mucho a los de Navidad, pero reducidos al 60% de los anteriores. Como en Navidad, al Niño juegan hombres y mujeres en la misma proporción, tiene el mismo déficit de atracción de los menores de 35 y, sobre todo, de 25 años (gráfico 5). Como resultado de esa contracción al 60% de los compradores de Navidad, se circunscribe a los jugadores cotidianos y semanales, con una presencia inferior de esporádicos e infrecuentes y apenas de “no jugadores”. Se puede afirmar que es el gran sorteo de los aficionados a la Lotería, y de los que invierten el reintegro o los pequeños premios del de Navidad.

Gráfico 5 / **Compradores de Lotería de El Niño (Perfil sociológico) [% media 3 últimos años]**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.



Para dar una idea del impacto social de estos sorteos, baste señalar que sólo unas elecciones generales implican a más personas que el sorteo de Navidad, y unas municipales o un gran acontecimiento deportivo televisado igualan la participación en El Niño. Evidentemente, son dimensiones y una continuidad que los configuran como acontecimientos nacionales.

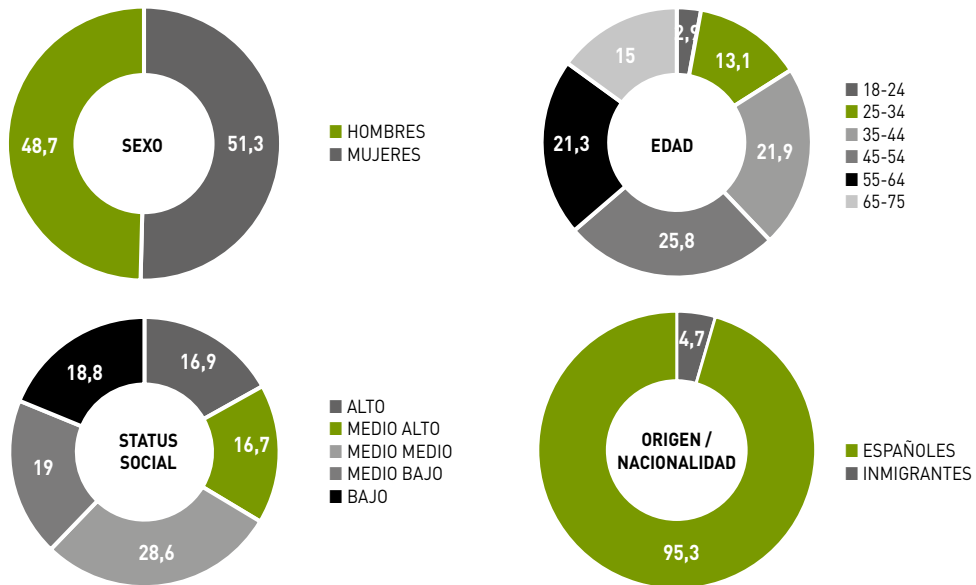
**2.2.4. Los sorteos semanales de la Lotería Nacional**

Son un producto de “nicho”, orientado al segmento de población aficionado a la lotería y que juega habitualmente. Compran para estos sorteos más del 30% de quienes se consideran a sí mismos jugadores regulares (cotidianos o semanales). Estos sorteos son la clave de su regularidad en el juego.

El porcentaje de población que declara jugar a estos sorteos ha crecido en los dos últimos años, en esta ocasión, con el desfase de la fecha del trabajo de campo tantas veces citado, se ha reducido al 12,8%. El perfil de quienes juegan a estas loterías es muy estable: más o menos igualado entre hombres y mujeres, aunque juegan algo más los hombres, por encima de 35 años y de status sociales medios o altos, aunque hay una parte relevante de los compradores que se pueden situar en estratos medio-bajos.

Los compradores de loterías semanales componen un conjunto básicamente español, más bien maduro (casi el 60% tiene más de 45 años), de status social acomodados (gráfico 6).

Gráfico 6 / **Compradores de lotería semanal (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

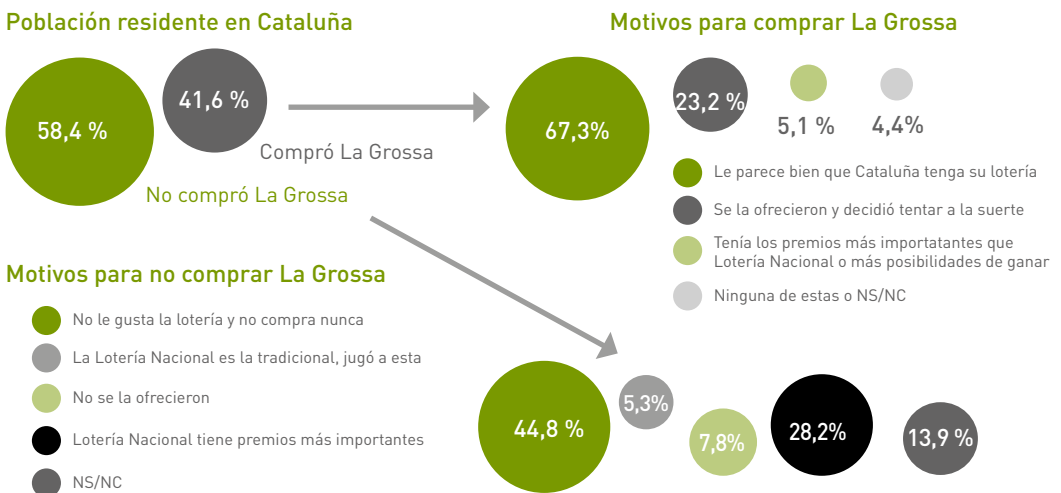
Globalmente, entre los compradores de loterías nacionales hay una proporción significativa de personas en estratos de riesgo ante el juego problemático, pero son una minoría ínfima en el conjunto de los compradores.

Lo que mueve a jugar a las loterías es tentar a la suerte en contra de toda evidencia racional. El placer del juego se deriva de participar simplemente, la ilusión es obtener un premio sólo por decisión de la Fortuna. Esto es mucho más claro en los sorteos semanales, mientras que en Navidad la motivación de fondo es algo así como la alegría compartida del comienzo de las Fiestas y la inquietud derivada de la “envidia preventiva”. En El Niño, es la reinversión de los reintegros.

### 2.2.5. La Grossa de Cataluña

El porcentaje de población que recordaba haber comprado La Grossa en marzo de 2018 ascendía a un 41,6% de los residentes en Cataluña. Es un sensible incremento respecto a los datos de años anteriores, en los que se movía alrededor del 25%. De las ventas reales de La Grossa no se deduce este crecimiento, y tampoco se detecta un motivo a partir de las respuestas al cuestionario. Cabe especular con que la coincidencia del trabajo de campo con la campaña de promoción del nuevo sorteo de La Grossa de Sant Jordi (23 de abril) haya recogido un recuerdo superior a la realidad. También cabe la posibilidad de que el ambiente reinante en Cataluña haya llevado a algunos entrevistados a una respuesta en la que fabulaban participar en una actividad que aparece como una seña de identidad catalana. En apoyo de esta idea está que los motivos para comprar La Grossa habrían cambiado ligeramente, con un sensible incremento de la idea de que “le parece bien que Cataluña tenga su propia lotería”, que ha saltado del 56,4% de los compradores en 2017 al 67,3% en 2018. Los demás motivos para comprarla permanecen estables (gráfico 7). Los motivos para no participar son los opuestos: distanciamiento de la lotería como juego, apego a la lotería tradicional o alejamiento con la visión identitaria que se asigna a La Grossa.

Gráfico 7 / La Grossa. Motivos de compra (%)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Este incremento del recuerdo de haber comprado se ha producido en todos los sectores sociodemográficos. Hay un fuerte sesgo hacia las mujeres y hacia los mayores de 35 años y se mantienen las compras más relevantes fuera del Área Metropolitana de Barcelona (tabla 4).

Tabla 4 / **Perfil sociológico de los compradores de La Grossa** (% residentes en Cataluña)

	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	<b>34,3</b>	<b>26,6</b>	<b>26,8</b>	<b>27,2</b>	<b>41,5</b>
<b>Hombres</b>	31,4	23,0	26,2	23,4	32,2
<b>Mujeres</b>	37,5	30,5	27,3	30,9	50,0
<b>De 18 a 24 años</b>	12,5	6,7	22,2	0,0	27,3
<b>De 25 a 34 años</b>	14,8	30,8	28,6	14,3	26,9
<b>De 35 a 44 años</b>	34,9	29,8	30,3	24,2	43,5
<b>De 45 a 54 años</b>	55,9	19,6	27,2	40,9	51,6
<b>De 55 a 64 años</b>	43,5	22,0	44,4	42,4	47,6
<b>De 65 a 75 años</b>	30,4	46,4	16,7	27,6	47,1
<b>Status alto</b>	45,5	33,3	43,7	35,7	16,7
<b>Status medio alto</b>	41,9	30,4	16,7	38,1	47,6
<b>Status medio medio</b>	36,8	26,3	29,0	23,5	51,4
<b>Status medio bajo</b>	19,4	19,6	43,7	26,3	43,3
<b>Status bajo</b>	0,0	33,3	13,3	11,1	9,1
<b>Españoles</b>	35,8	27,6	28,2	30,1	42,7
<b>No españoles</b>	20,0	15,8	10,1	0,0	11,1
<b>Barcelona Área Metropolitana</b>	32,5	18,5	24,0	24,7	37,8
<b>Resto de Cataluña</b>	41,9	43,1	26,0	30,4	47,9
<b>Cotidianos</b>	40,0	23,5	33,3	25,0	60,0
<b>Semanales</b>	47,1	24,2	35,0	29,0	52,4
<b>Esporádicos</b>	38,1	37,5	50,0	26,7	59,1
<b>Infrecuentes</b>	48,3	34,3	40,4	34,6	45,2
<b>No jugadores (*)</b>	4,3	2,6	0,0	3,8	0,0
<b>Personas que viven en hogares con retrasos en:</b>					
- Pago de hipotecas	40,0	33,3	33,3	0,0	0,0
- Pago de compras	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0
- Pago de servicios/suministros	50,0	37,5	17,4	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

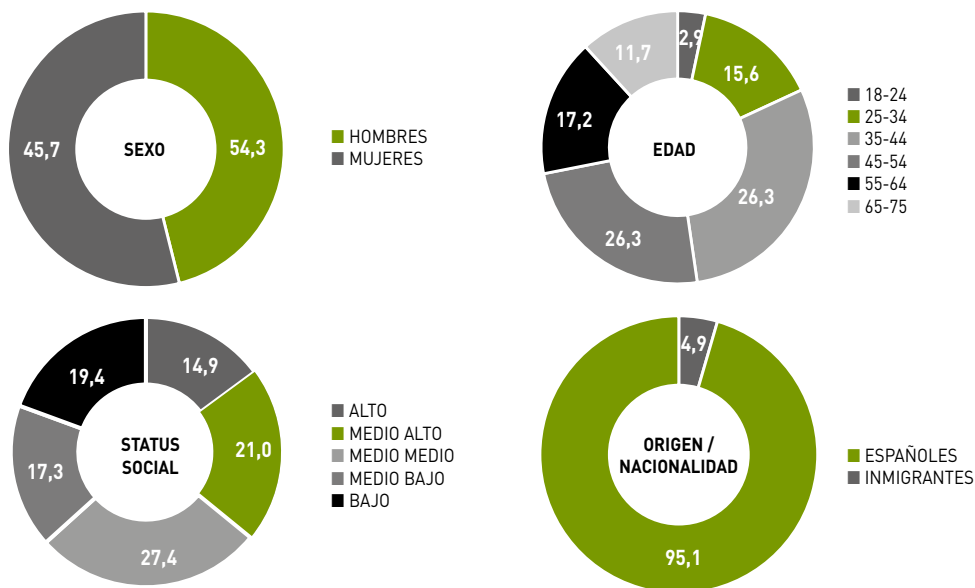
### 2.2.6. Loterías primitivas

Esas loterías se han agrupado en una pregunta para evitar reiteraciones sobre juegos muy similares. Se asume que esto produce cierta imprecisión al acumular las preguntas, pero es menor que la que acarrearía las respuestas erróneas por cansancio de los entrevistados si se preguntase por cada lotería de este tipo (Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto y Euromillones).

Desde 2015 se registra un incremento del número de personas que prueban suerte con las primitivas. Desde el 32,6% en 2015 hasta el 39,6% en 2017. Es decir, algo menos de 14 millones recuerda haber jugado alguna vez a estos juegos. Es llamativo que, a lo largo de los últimos cinco, años el porcentaje de mujeres que juega a las primitivas se haya mantenido bastante estable (entre el 29,9% y el 33,7%) mientras que el de los hombres ha sufrido vaivenes: desde el 40,2% al 45,6%.

Parece evidenciar un hábito más estable entre las mujeres y una atracción más irregular entre los hombres. Con estas oscilaciones, las primitivas se mantienen como un juego preferentemente masculino (54,2%) y de edades intermedias y altas, de todos los status sociales pero con fuerte presencia entre los medios y, fundamentalmente, españoles (gráfico 8).

Gráfico 8 / **Compradores de loterías primitivas (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Juegan a las primitivas, algo más que la media, las personas que viven en hogares con problemas económicos, sin duda, por la expectativa de resolverlos con un golpe de suerte a un precio que no empeora su situación: un posible premio económico enorme a un precio casi insignificante. Son juegos que generan una afición estable, más del 70% de sus compradores declara que jugó por última vez hace menos de un mes. Atraen porcentajes relevantes de personas en situaciones de “riesgo moderado” o “bajo riesgo” de juego problemático (tabla 5).

### 2.2.7. Cupones y rascas de la ONCE

La fortaleza de la ONCE es la lealtad de sus clientes, sobre todo a sus cupones. Sus clientes se mantienen alrededor del 20% de la población en los últimos años, con una leve erosión, que parece casi demográfica, como sugiere su elevada edad, más que por desgaste comercial. Esta tendencia parece frenada en 2017 ya que se registra un incremento de quienes recuerdan haber comprado alguno de sus productos, alcanzando el 25,1%.

La ONCE constituye un “nicho” comercial en sí mismo. Su composición sociológica es marcada: hombres y mujeres en igual proporción –en 2017, idéntica–, con elevada presencia entre los mayores de 45 años, de todos los status sociales, y jugadores con cierta regularidad (gráfico 9). Además, tiene

Tabla 5 / Perfil sociológico de los compradores de loterías primitivas (%)

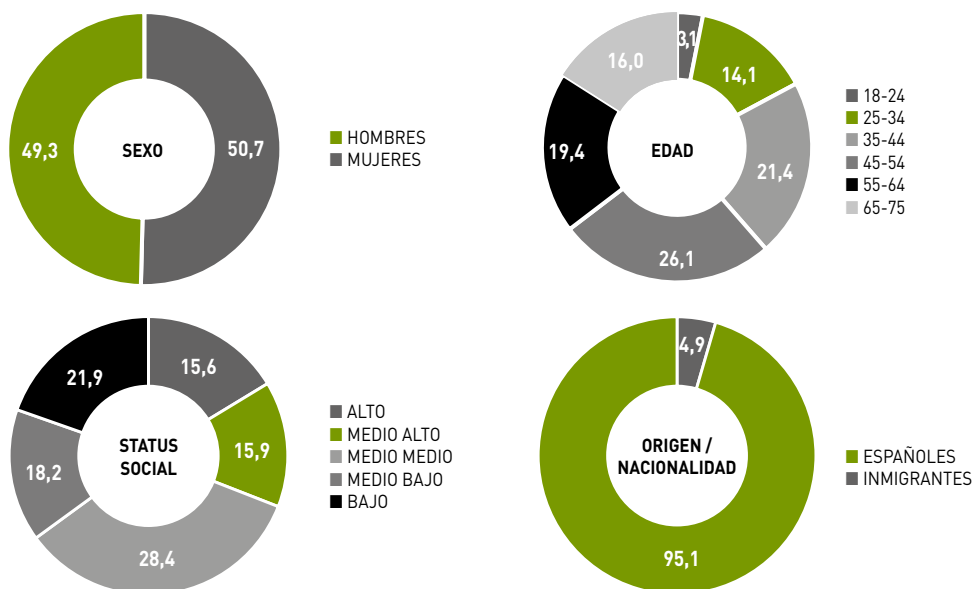
	2013	2014	En el último año		2017
			2015	2016	
<b>Total</b>	35,1	33,5	32,6	37,6	39,6
<b>Hombres</b>	40,2	37,6	33,6	41,1	45,6
<b>Mujeres</b>	29,9	29,5	31,6	34,2	33,7
<b>De 18 a 24 años</b>	13,5	14,9	13,3	12,3	11,8
<b>De 25 a 34 años</b>	32,5	27,4	28,6	33,8	41,8
<b>De 35 a 44 años</b>	43,3	40,9	39,0	42,9	42,5
<b>De 45 a 54 años</b>	36,5	35,0	42,1	41,4	51,4
<b>De 55 a 64 años</b>	40,9	39,4	37,0	40,3	41,0
<b>De 65 a 75 años</b>	32,9	29,8	22,3	39,3	30,6
<b>Status alto</b>	36,3	23,7	31,5	36,5	37,9
<b>Status medio alto</b>	36,8	35,1	36,1	46,0	42,3
<b>Status medio medio</b>	34,6	35,2	31,4	39,8	37,7
<b>Status medio bajo</b>	33,5	34,1	31,4	35,5	39,1
<b>Status bajo</b>	42,9	14,3	30,3	33,3	38,6
<b>Españoles</b>	35,5	33,8	33,0	37,4	40,6
<b>No españoles</b>	26,9	28,8	22,2	40,6	31,0
<b>Cotidianos</b>	80,0	77,1	82,1	70,1	76,6
<b>Semanales</b>	76,3	76,5	76,4	73,0	84,3
<b>Esporádicos</b>	57,9	71,2	61,1	75,9	70,9
<b>Infrecuentes</b>	13,6	10,5	16,8	19,6	21,2
<b>No jugadores</b>	0,5	1,9	0,9	4,4	0,0
<b>Retraso en el pago de la hipoteca</b>		29,6	35,3	38,1	61,1
<b>Retraso en el pago de compras</b>		41,7	46,2	37,7	61,1
<b>Retraso en el pago de suministros hogar</b>		37,5	50,0	47,0	47,2
<b>Frecuencia de juego (Base: han comprado loterías primitivas el último año) (Los porcentajes suman 100 en vertical)</b>					
- Todos los días	0,9	0,8	0,4	2,1	0,4
- Varias veces a la semana	11,9	5,8	6,3	6,5	12,1
- Una vez a la semana	50,5	51,5	49,8	39,0	35,1
- Una vez cada dos semanas	9,2	12,9	8,9	9,5	14,1
- Una vez al mes	12,8	13,7	16,9	20,4	12,8
- Alguna vez al año	13,8	11,6	17,3	19,7	25,5
- Nunca	0,9	3,7	0,4	2,8	0
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
- Problemático		100	33,3	36,9	75,0
- Riesgo moderado		71,4	33,3	45,0	44,4
- Riesgo bajo		59,3	54,2	62,1	38,9
- Sin problema		39,9	38,7	41,8	46,5
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
- Problemático		50,0	0,0	25,9	83,3
- Riesgo moderado		62,5	57,1	67,8	52,0
- Riesgo bajo		50,0	54,3	55,3	76,4
- Sin problema		38,5	37,0	40,6	43,0
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

unas ventas superiores a la media entre personas que viven en hogares con problemas económicos, sin duda, porque ofrecen la expectativa de grandes premios a precios que no van a incrementar los problemas. El mismo comportamiento que presentan en las primitivas Algo que se observa en la tabla 6 es que sus clientes reducen la regularidad de sus compras poco a poco. Los datos sobre compras entre personas con trastornos por el juego son oscilantes, lo que hace suponer que los productos de la ONCE les atraen ocasionalmente, tal vez cuando haya grandes premios, pero no forman parte de sus juegos habituales. Se puede afirmar que sus clientes van a contracorriente de la clasificación de riesgo ante el juego problemático, son personas que se sitúan en posiciones de “bajo riesgo” o inexistente.

Gráfico 9 / Compradores de productos ONCE (Perfil sociológico) [% media 3 últimos años]



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

El problema de fondo para la ONCE sigue siendo abrirse a nuevos mercados, algo que parece estar logrando, a tenor de los datos de 2017. Es posible que sea el resultado de su intenso trabajo por renovar su cartera de productos y ampliar las eventuales motivaciones de compra. Sin embargo, la solidez de su imagen, sin duda, un elemento positivo de su potente reputación corporativa, es también un freno para su expansión. Un aspecto muy llamativo de sus productos es que su atracción crece en paralelo a la escala de compras compulsivas, aspecto que se analizará más adelante en este informe.

### 2.2.8. La Quiniela

Con altibajos, su tendencia es declinante. En esta edición del estudio se sitúa en el punto más bajo en el porcentaje de apostantes de nuestra serie: el 6,4% de la población comprendida entre 18 y 75 años, lo que equivale a menos de dos millones. La Quiniela tiene serios problemas para competir con las modernas apuestas deportivas.

Tabla 6 / Perfil sociológico de los compradores de juegos de la ONCE (%)

	2013	2014	En el último año		2017
			2015	2016	
<b>Total</b>	23,7	21,2	20,3	19,3	25,1
<b>Hombres</b>	21,6	22,3	19,3	20,0	25,1
<b>Mujeres</b>	25,9	20,0	21,2	18,6	25,1
<b>De 18 a 24 años</b>	12,5	11,5	6,0	6,0	10,5
<b>De 25 a 34 años</b>	16,5	13,1	17,3	11,1	27,0
<b>De 35 a 44 años</b>	25,8	19,3	20,9	14,3	24,4
<b>De 45 a 54 años</b>	30,5	26,3	25,2	27,3	26,6
<b>De 55 a 64 años</b>	29,2	31,8	29,9	24,3	25,9
<b>De 65 a 75 años</b>	23,6	22,6	16,3	27,5	30,6
<b>Status alto</b>	27,5	23,7	24,1	19,3	24,2
<b>Status medio alto</b>	24,7	22,2	13,9	18,8	20,6
<b>Status medio medio</b>	22,5	18,6	19,3	19,7	27,8
<b>Status medio bajo</b>	23,9	24,0	20,2	18,0	26,5
<b>Status bajo</b>	25,0	28,6	21,2	19,8	31,8
<b>Españoles</b>	23,8	20,9	20,2	20,0	25,7
<b>No españoles</b>	23,1	25,0	22,2	10,7	28,6
<b>Cotidianos</b>	52,7	62,5	35,9	33,8	44,7
<b>Semanales</b>	41,5	33,3	40,8	30,2	42,5
<b>Esporádicos</b>	40,8	45,6	43,7	34,5	54,4
<b>Infrecuentes</b>	14,7	12,0	12,6	14,8	15,6
<b>No jugadores</b>	0,5	2,4	1,4	4,0	0,0
<b>Retraso en el pago de la hipoteca</b>	30,4	22,2	35,3	24,6	33,3
<b>Retraso en el pago de compras</b>	38,5	33,3	23,1	30,2	44,4
<b>Retraso en el pago de suministros hogar</b>	21,6	21,9	30,8	18,1	39,9
<b>Frecuencia de compra (Base: han comprado juegos de la ONCE durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)</b>					
<b>Todos los días</b>	3,4	4,1	2,2	1,3	2,3
<b>Varias veces semana</b>	6,8	5,4	2,2	3,6	5,0
<b>Todas las semanas</b>	25,9	17,7	21,5	23,8	17,1
<b>Cada dos o tres semanas</b>	8,8	8,2	12,6	14,6	15,7
<b>Una vez al mes</b>	20,4	21,1	20,7	8,0	14,9
<b>Alguna vez al año</b>	30,6	34,0	31,9	43,3	44,3
<b>Nunca</b>	4,1	9,5	8,9	5,4	0,7
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
<b>- Problemático</b>		100	0,0	0,0	75,0
<b>- Riesgo moderado</b>		14,3	0,0	6,0	44,4
<b>- Riesgo bajo</b>		29,6	45,8	24,7	50,0
<b>- Sin problema</b>		25,7	23,8	22,0	28,4
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
<b>- Problemático</b>		50,0	0,0	13,8	50,0
<b>- Riesgo moderado</b>		40,6	39,3	13,4	48,0
<b>- Riesgo bajo</b>		30,4	35,7	26,9	61,8
<b>- Sin problema</b>		24,3	22,7	21,3	25,5
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

El perfil de los quinielistas es muy marcado y estable, lógicamente son aficionados al fútbol. Atrae al 8,4% de los hombres y al 4,4% de las mujeres, menores de 45 años, de todos los status sociales y personas que juegan regularmente, con frecuencia superior a una vez al mes (tabla 7).

Tabla 7 / Perfil sociológico de los apostantes a La Quiniela (%)

	2013	2014	En el último año		2015	2016	2017
<b>Total</b>	7,5	7,3	6,9	7,4	6,4		
<b>Hombres</b>	11,6	10,7	9,9	12,2	8,4		
<b>Mujeres</b>	3,4	3,8	3,9	2,7	4,4		
<b>De 18 a 24 años</b>	11,5	10,3	7,2	10,6	10,5		
<b>De 25 a 34 años</b>	9,3	9,5	10,3	11,0	10,7		
<b>De 35 a 44 años</b>	8,3	8,4	8,8	10,1	9,1		
<b>De 45 a 54 años</b>	7,1	5,1	5,9	3,7	4,5		
<b>De 55 a 64 años</b>	5,1	5,3	3,1	3,7	2,2		
<b>De 65 a 75 años</b>	3,6	5,6	4,2	7,7	2,7		
<b>Status alto</b>	6,3	5,4	8,6	7,3	10,5		
<b>Status medio alto</b>	12,1	3,6	8,3	7,0	5,5		
<b>Status medio medio</b>	7,3	7,6	7,9	8,3	7,5		
<b>Status medio bajo</b>	5,2	10,0	6,4	4,8	4,2		
<b>Status bajo</b>	3,6	14,3	5,1	8,3	9,1		
<b>Españoles</b>	7,6	7,2	7,0	7,7	6,3		
<b>No españoles</b>	5,8	9,6	4,4	3,5	9,5		
<b>Cotidianos</b>	14,5	22,9	28,2	17,9	14,9		
<b>Semanales</b>	14,3	16,0	15,2	15,2	9,8		
<b>Esporádicos</b>	15,8	14,4	13,5	10,3	15,5		
<b>Infrecuentes</b>	3,2	2,4	2,8	4,3	3,5		
<b>No jugadores</b>	0,0	0,0	0,5	1,3	0,0		
<b>Frecuencia de compra (Base: han echado quinielas durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)</b>							
<b>Todas las semanas</b>	78,1	71,4	37,5	28,0	11,1		
<b>Cada dos o tres semanas</b>	17,1	21,4	6,3	11,4	20,6		
<b>Una vez al mes</b>	4,9	7,1	15,6	24,2	34,4		
<b>Alguna vez al año</b>			25,0	29,5	3,9		
<b>Nunca</b>			15,6	7,0	0,0		
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>							
<b>- Problemático</b>		100	33,3	66,3	25,0		
<b>- Riesgo moderado</b>		0,0	0,0	7,8	22,2		
<b>- Riesgo bajo</b>		25,9	20,8	30,5	22,2		
<b>- Sin problema</b>		8,3	7,9	7,5	6,7		
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0		
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>							
<b>- Problemático</b>		25,0	0,0	53,0	33,3		
<b>- Riesgo moderado</b>		18,8	21,4	13,9	20,0		
<b>- Riesgo bajo</b>		13,7	24,3	18,2	16,4		
<b>- Sin problema</b>		7,6	6,3	6,8	5,9		
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0		

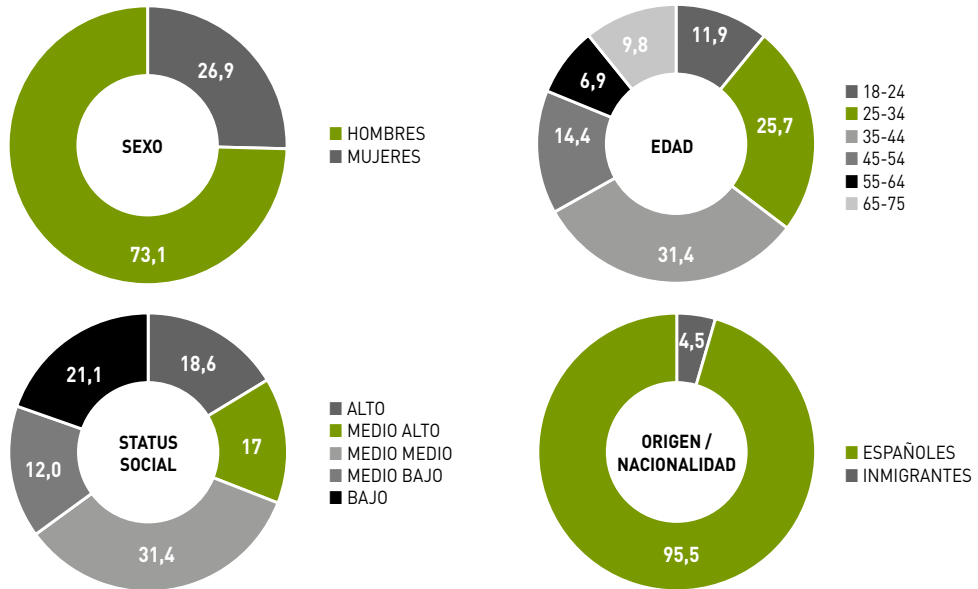
(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.



A partir de sus características sociológicas sus clientes tienen un perfil muy marcado: hombres (73,1%), menores de 45 años casi las tres cuartas partes y de todos los status sociales (gráfico 10).

Gráfico 10 / **Cientes de La Quiniela (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Pese a ser clientes regulares están alejados de trastornos ante el juego. Casi todos se sitúan en los espacios de “bajo riesgo” y “sin problemas”, pero parece tener cierta capacidad de atracción para personas en zonas de alto riesgo.

Se juega a la Quiniela por la posibilidad de ganar dinero, pero está asociada a motivaciones secundarias tales como que es divertido, algo a hacer con la familia o los amigos, como hobby o pasatiempo o porque permite demostrar que se sabe de fútbol.

### 2.3. Los juegos de gestión privada

#### 2.3.1. Los casinos

En 2017 se estabilizó el número de clientes que fueron a casinos, manteniéndose en el 6,8% de los comprendidos entre 18 y 75 años, es decir, 2,3 millones de personas. Se confirma el incremento de los clientes registrado durante los últimos cinco años.

Se dividen en dos segmentos distintos y de diferentes dimensiones. Casi un 20% los visita con frecuencia, al menos, una vez al mes o con más frecuencia. Para ellos el casino es una opción de ocio

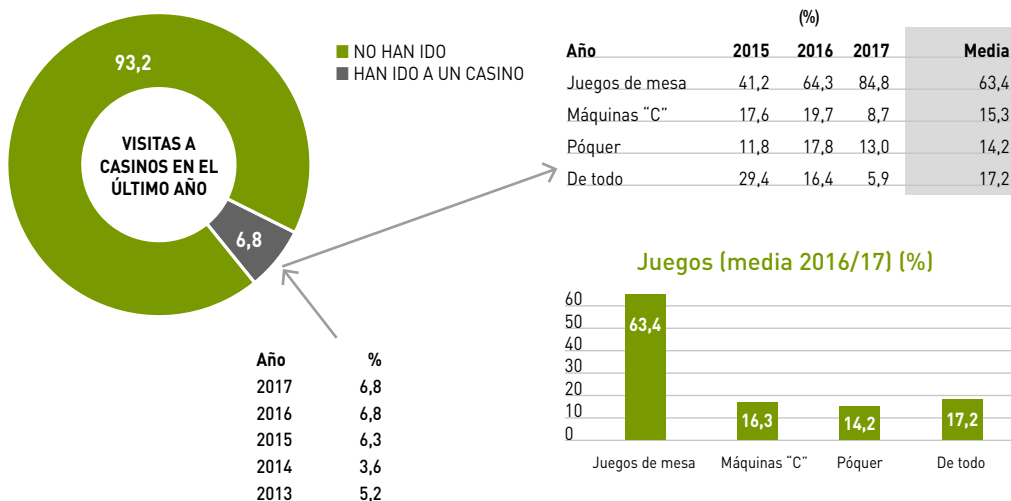
regular y habitual. El dato indica que los casinos están consiguiendo incrementar la lealtad de sus clientes, el año pasado se situaban alrededor del 10% los clientes habituales. El 80% restante los visitan de vez en cuando, para ellos siguen siendo locales a los que hay que acudir expresamente o con ocasión de algún tipo de celebración o salida con amigos.

Se confirma el cambio en el perfil de sus clientes que se percibió en 2016. Se desliza hacia sectores más jóvenes que hace unos años. Entonces una parte muy relevante pertenecía a generaciones de 45 años en adelante. Ahora estas generaciones han reducido su presencia. Ha sido una evolución paulatina. Los clientes entre 45 y 54 años visitan los casinos con menos frecuencia que hace unos años, pero los mayores de 55 años han reducido mucho sus visitas. La crisis ha supuesto la retirada de una generación de clientes relevada por otra. El resultado es que algo más de un tercio de los clientes de los casinos son menores de 35 años.

Los datos sobre los clientes de los casinos son cambiantes, la variable sexo es la que mejor recoge las oscilaciones. Se mueve entre registros anuales que reflejan un perfil mayoritariamente masculino y otros que muestran un perfil equilibrado entre hombres y mujeres. Lo más probable es que se debe a las oscilaciones en el amplio conjunto de clientes episódicos. En 2017 el perfil se inclina hacia el lado masculino.

La mayor parte de los clientes los visitan para participar en juegos de mesa, algo menos del 20% para jugar a máquinas "C" o, aún menos, para jugar al póquer. Buena parte de los clientes asiste sin una idea definida, tal vez a disfrutar del espectáculo del casino o probar suerte aquí y allá (gráfico 11).

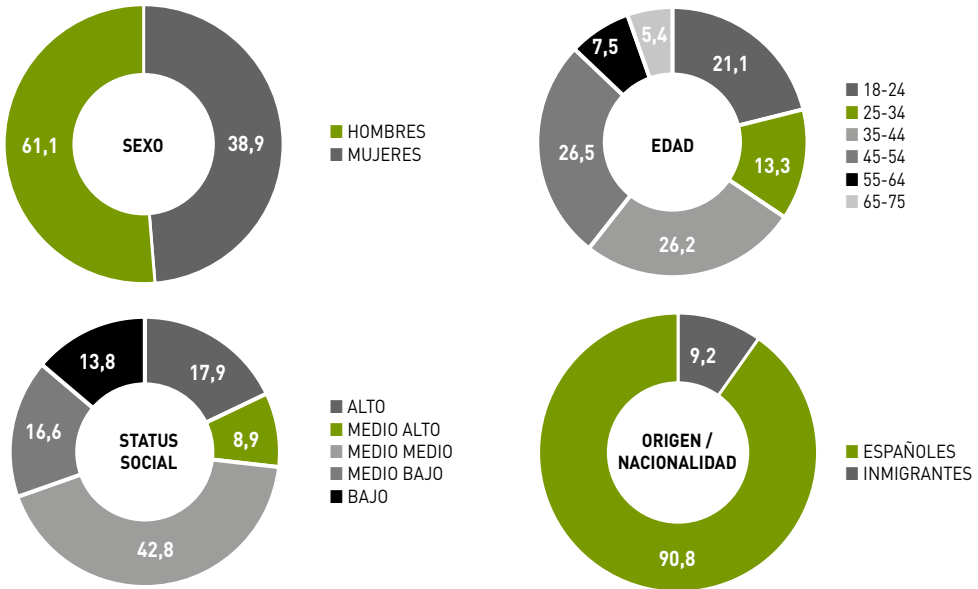
Gráfico 11 / **Juegos en los casinos** [% media 3 últimos años]



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Como conjunto, los clientes de casinos son ahora un colectivo muy joven, casi el 60% tiene menos de 45 años, de ambos sexos, aunque como se ha mencionado la frecuencia de visita de las mujeres es inferior. De status sociales medios o medio altos (gráfico 12 y tabla 8).

Gráfico 12 / **Clientes de casinos (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

### 2.3.2. Bingo

2017 matiza la conclusión que se desprendía de la edición del año anterior, tal vez, más que invertir la tendencia declinante de los últimos años se ha estabilizado en una franja de asistencia que representa entre el 7,1% y el 8,2% de los comprendidos entre 18 y 75 años. Se confirma la renovación de sus clientes, con una fuerte presencia de menores de 35 años pero con una frecuencia de asistencia muy esporádica. La clientela de los bingos se compone de dos conjuntos superpuestos: los habituales (que se consideran a sí mismos jugadores cotidianos, es decir, que van una o varias veces a la semana) y otro conjunto de personas que juegan o van al bingo episódicamente. Los datos de la tabla 9 muestran que los bingos tienen problemas para estabilizar sus clientes, porque los jóvenes los pueden visitar de vez en cuando pero no con regularidad.

El gráfico 13 muestra un perfil de clientes mucho más joven que el que se aprecia en las salas. Se debe a la citada irregularidad de visita de los jóvenes. Por otro lado, su perfil sociológico muestra un sesgo hacia sectores de clase media y baja. El bingo tiene una creciente presencia de inmigrantes en sus salas.

Tabla 8 / Perfil sociológico de los clientes de casinos (%)

	2013	2014	En el último año		
			2015	2016	2017
<b>Total</b>	3,6	3,0	6,3	6,8	6,8
<b>Hombres</b>	3,9	3,0	7,6	6,4	10,6
<b>Mujeres</b>	3,2	3,0	5,1	7,2	3,1
<b>De 18 a 24 años</b>	5,8	9,2	20,5	28,3	16,3
<b>De 25 a 34 años</b>	6,2	5,4	7,6	8,0	18,1
<b>De 35 a 44 años</b>	0,4	1,8	6,4	0,9	5,7
<b>De 45 a 54 años</b>	4,2	1,8	3,5	3,4	2,9
<b>De 55 a 64 años</b>	4,4	0,8	2,4	1,4	0,7
<b>De 65 a 75 años</b>	2,1	2,4	4,2	0,0	3,2
<b>Status alto</b>	2,5	5,4	11,7	7,6	12,1
<b>Status medio alto</b>	6,3	4,1	4,6	2,4	9,8
<b>Status medio medio</b>	3,7	2,1	7,5	11,9	4,6
<b>Status medio bajo</b>	2,0	2,6	5,5	1,0	4,4
<b>Status bajo</b>	0,0	7,1	3,7	4,9	6,2
<b>Españoles</b>	3,5	2,9	6,5	6,8	6,6
<b>No españoles</b>	9,5	10,1	11,4	9,1	14,6
<b>Cotidianos</b>	3,6	0,0	12,8	18,5	18,0
<b>Semanales</b>	4,9	4,2	8,9	3,5	10,3
<b>Esporádicos</b>	3,9	1,6	7,9	14,1	9,8
<b>Infrecuentes</b>	4,5	4,1	6,0	6,5	5,2
<b>No jugadores</b>	0,5	1,0	2,7	0,0	0,0

**Frecuencia de visita (Base: han ido a un casino el último año) (Los porcentajes suman 100 en vertical)**

<b>Varias veces semana</b>	0,0	0,0	0,0	3,2	6,5
<b>Todas las semanas</b>	0,0	3,3	0,0	1,6	0,0
<b>Cada dos o tres semanas</b>	0,0	0,0	7,8	1,6	1,9
<b>Una vez al mes</b>	6,0	6,7	0,0	1,6	10,2
<b>Alguna vez al año</b>	94,0	90,0	92,2	92,0	81,4

**Escala de riesgo ante el juego (PGSI)**

<b>- Problemático</b>		0,0	33,3	66,7	81,5
<b>- Riesgo moderado</b>		28,6	33,3	33,3	26,6
<b>- Riesgo bajo</b>		18,5	33,3	19,5	22,8
<b>- Sin problema</b>		2,9	6,6	5,6	4,7
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0

**Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)**

<b>- Problemático</b>		50,0	100,0	66,7	100
<b>- Riesgo moderado</b>		18,8	35,7	17,6	0,0
<b>- Riesgo bajo</b>		11,8	12,9	7,5	33,9
<b>- Sin problema</b>		7,3	5,9	6,7	6,5
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

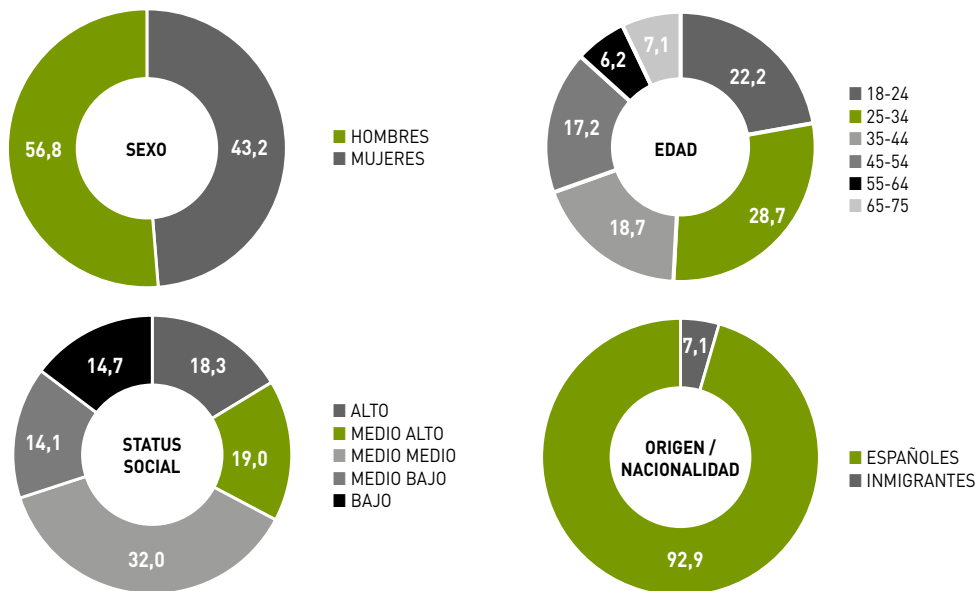
Tabla 9 / Perfil sociológico de los clientes de bingo (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	8,0	7,6	8,2	8,2	7,1
<b>Hombres</b>	7,6	7,8	8,3	9,0	9,6
<b>Mujeres</b>	8,4	7,4	8,1	7,4	4,6
<b>De 18 a 24 años</b>	10,0	8,0	22,9	20,8	16,7
<b>De 25 a 34 años</b>	11,3	10,7	7,0	18,8	15,4
<b>De 35 a 44 años</b>	5,4	8,8	8,8	3,2	6,6
<b>De 45 a 54 años</b>	9,6	5,5	7,4	5,2	6,3
<b>De 55 a 64 años</b>	9,5	6,1	4,7	3,6	1,3
<b>De 65 a 75 años</b>	2,1	5,6	4,8	6,9	0,0
<b>Status alto</b>	8,2	7,9	8,4	9,2	12,2
<b>Status medio alto</b>	6,2	7,1	6,0	9,9	7,9
<b>Status medio medio</b>	6,3	6,5	8,6	8,8	7,9
<b>Status medio bajo</b>	9,5	9,8	5,6	11,7	4,4
<b>Status bajo</b>	7,6	7,6	8,6	11,1	6,0
<b>Españoles</b>	8,4	6,6	9,2	8,5	7,0
<b>No españoles</b>	7,1	0,0	8,2	2,6	16,6
<b>Cotidianos</b>	14,5	6,3	28,2	24,7	22,4
<b>Semanales</b>	8,5	10,8	11,0	9,5	9,1
<b>Esporádicos</b>	11,2	9,6	11,1	15,3	8,0
<b>Infrecuentes</b>	8,5	8,0	8,0	5,6	5,9
<b>No jugadores</b>	2,4	2,4	0,9	3,3	0,0
<b>Frecuencia de visita (Base: han ido a un bingo en el último año) (Los porcentajes suman 100 en vertical)</b>					
- Una vez a la semana	0,0	1,3	1,2	7,1	0,0
- Una vez cada dos semanas	1,1	2,7	1,2	3,5	1,4
- Una vez al mes	6,8	2,7	7,2	1,8	2,9
- Alguna vez al año	92,0	54,7	53,7	53,7	73,9
- Nunca	0,0	37,3	36,7	33,9	14,2
- NS/NC	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
- Problemático		100	66,7	8,5	100
- Riesgo moderado		14,3	0,0	24,0	38,6
- Riesgo bajo		18,5	37,5	18,8	33,0
- Sin problema		8,1	1,1	8,7	6,3
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
- Problemático		25,0	100	7,8	81,5
- Riesgo moderado		12,5	25,0	0,0	18,4
- Riesgo bajo		11,8	24,3	22,6	29,9
- Sin problema		8,1	7,8	7,5	4,8
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Gráfico 13 / **Cientes de bingo (Perfil sociológico)** (% media 3 últimos años)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

### 2.3.3. Salones de juego

Se han convertido en la vertiente más dinámica del juego por su capacidad de atracción de clientes, en gran parte, nuevos. En 2017, el 8,4% la población entre 18 y 75 años recuerda haber ido a uno. Esta proporción se ha duplicado largamente desde 2014. En cuatro años quienes recuerdan haber ido a uno han pasado de 1,2 millones de personas (3,5%) a casi tres millones. Este incremento responde a una nueva concepción de “local” de ocio con máquinas, ruletas automáticas, apuestas deportivas, etc., con una hostelería cada vez más cuidada, que sintoniza con la renovación del comercio minorista vinculado a servicios personales más que al intercambio de mercancías.

Los salones atraen mucho más a los hombres, el 11,8% recuerda haber visitado uno el año pasado, que a las mujeres, sólo el 5,1% recuerda haberlo hecho. Sus clientes son jóvenes, el 29% de los menores de 25 años visitó uno, y el 18,9% de los comprendidos entre 25 y 34. Los dos tercios de sus clientes tienen menos de 35 años. Atraen a estos sectores generacionales de clase media baja y baja. También tienen una elevada capacidad para atraer a inmigrantes que componen una parte relevante de sus clientes (12,4%) (gráfico 14).

Pese al incremento en la cifra de visitantes, los salones tienen un déficit de fidelización, ya que algo más de dos tercios de sus clientes no pasan más que una vez al año, lo que sugiere un problema para estabilizar a sus clientes, aunque esto podría estar cambiando, reflejando una tendencia a incrementar la frecuencia de asistencia (tabla 10).

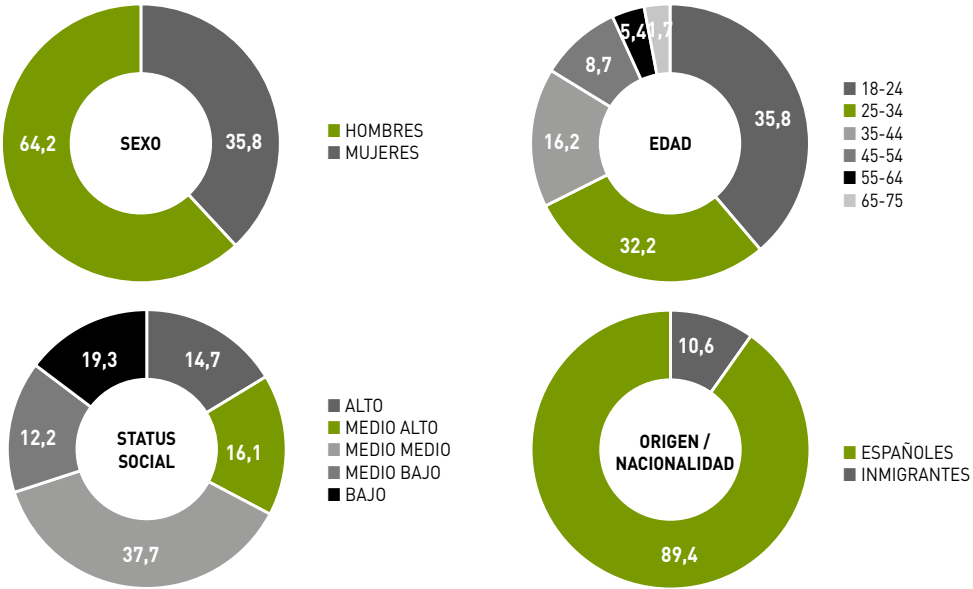
Tabla 10 / Perfil sociológico de los clientes de salones de juego (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	3,5	3,6	4,9	5,4	8,4
<b>Hombres</b>	3,9	4,8	5,5	7,1	11,8
<b>Mujeres</b>	3,0	2,4	4,4	3,8	5,1
<b>De 18 a 24 años</b>	11,2	17,2	15,3	31,8	29,0
<b>De 25 a 34 años</b>	6,6	5,4	8,0	9,9	18,9
<b>De 35 a 44 años</b>	3,1	1,8	3,8	3,5	5,7
<b>De 45 a 54 años</b>	1,1	2,3	2,6	1,2	3,8
<b>De 55 a 64 años</b>	0,8	0,8	3,3	0,0	3,4
<b>De 65 a 75 años</b>	0,0	0,8	1,9	0,0	0,0
<b>Status alto</b>	3,4	3,1	4,7	5,4	11,7
<b>Status medio alto</b>	4,1	9,6	9,4	6,3	7,9
<b>Status medio medio</b>	5,3	2,2	6,5	4,8	9,9
<b>Status medio bajo</b>	3,9	3,1	6,9	0,9	7,2
<b>Status bajo</b>	3,2	4,2	3,4	10,7	6,2
<b>Españoles</b>	3,4	3,5	6,8	2,4	8,1
<b>No españoles</b>	0,0	0,0	4,2	4,1	22,5
<b>Cotidianos</b>	3,9	6,3	8,2	13,7	27,8
<b>Semanales</b>	3,8	4,7	4,4	3,3	7,4
<b>Esporádicos</b>	5,6	4,0	9,3	6,8	11,9
<b>Infrecuentes</b>	3,7	3,7	5,1	7,8	7,4
<b>Se considera no jugador</b>	1,0	1,5	1,9	0,3	0,0
<b>Frecuencia de visita (Base: han ido a un salón de juego el último año) (Los porcentajes suman 100 en vertical)</b>					
<b>Todos los días</b>	3,1	0,0	0,0	0,0	5,5
<b>Una vez a la semana</b>	6,0	8,8	6,0	10,8	0,0
<b>Una vez cada dos o tres semanas</b>	3,0	2,9	2,0	8,9	2,5
<b>Una vez el mes</b>	21,1	11,8	10,0	10,7	11,6
<b>Alguna vez al año</b>	66,7	41,2	42,0	26,8	47,3
<b>Nunca o casi nunca</b>	0,0	32,4	34,0	42,9	33,2
<b>NS/NC</b>	0,0	2,9	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
<b>- Problemático</b>		100	0,0	86,0	100,0
<b>- Riesgo moderado</b>		28,6	0,0	23,1	45,6
<b>- Riesgo bajo</b>		11,1	30,9	22,1	29,4
<b>- Sin problema</b>		3,6	5,2	5,1	3,0
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
<b>- Problemático</b>		75,0	0,0	79,5	81,5
<b>- Riesgo moderado</b>		12,5	15,2	12,5	42,2
<b>- Riesgo bajo</b>		6,9	16,7	12,9	26,0
<b>- Sin problema</b>		2,9	4,6	4,8	6,0
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Gráfico 14 / **Cientes de salones de juego (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**

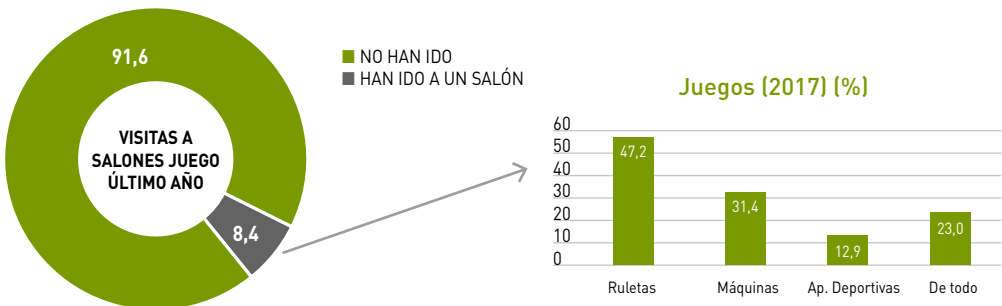


Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Los salones son espacios de juego con un componente relacional, sus clientes van para pasar un rato con los amigos, porque son divertidos y como hobby, en donde un aliciente adicional es la posibilidad de ganar, pero no es la motivación central. El 85,1% declara que va a un salón de juego acompañado de otras personas o amigos.

Casi la mitad de sus clientes (47,2%) juega a ruletas automáticas, casi un tercio lo hace a máquinas (31,4%) y otra cuarta parte (23%) varía de juegos (gráfico 15).

Gráfico 15 / **Juegos en los salones de juego (% de clientes en el último año)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

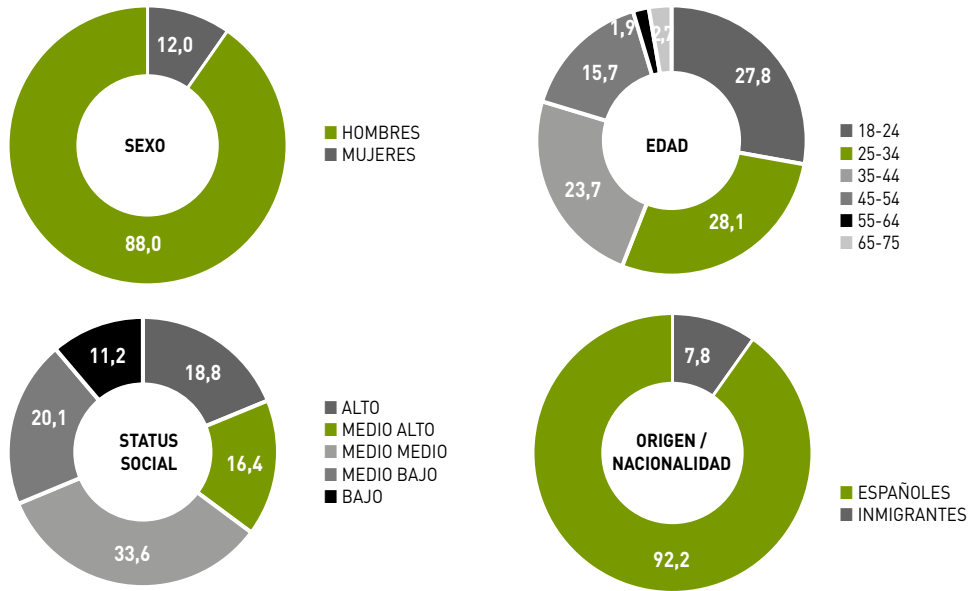


2.3.4. **Apuestas deportivas en locales**

Entre 2016 y 2017 se ha producido un leve retroceso en el porcentaje de entrevistados que recuerda haber apostado: del 5,1% al 4,5%; teniendo en cuenta la evolución real del sector, probablemente se trata de un ajuste derivado del paso del efecto novedad que pudo hacer a algunas personas jugar para probar suerte pero luego no lo siguieron haciendo. Este porcentaje equivale a 1,7 millones de clientes.

Su perfil sociológico se condensa en dos variables: es un juego esencialmente masculino y de menores de 35 años, de clases media y media baja, con una sensible presencia de inmigrantes (gráfico 16). Además, es una actividad regular: casi la mitad de quienes recuerdan haber jugado alguna vez parece hacerlo con frecuencia superior a una vez a la semana, y más del 80% una vez al mes (tabla 11).

Gráfico 16 / **Cientes de apuestas deportivas (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Lo que mueve a apostar, además de ganar, es demostrar que se sabe de un deporte y, en un plano secundario, porque es divertido y se puede hacer con los amigos. Los datos sugieren que entre quienes tienen un riesgo elevado o moderado ante el juego apuestan con cierta frecuencia. Las apuestas son el caso paradigmático del tipo de juego en el que ciertas personas tienden a creer que es posible dominar el azar a través del análisis o de sus conocimientos sobre los contendientes.

Tabla 11 / Perfil sociológico de los clientes de apuestas deportivas (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	2,8	3,5	3,8	5,1	4,5
<b>Hombres</b>	4,3	6,2	7,1	9,1	7,6
<b>Mujeres</b>	1,2	0,8	0,5	1,1	1,6
<b>De 18 a 24 años</b>	4,7	9,2	13,5	20,1	12,4
<b>De 25 a 34 años</b>	5,7	4,2	5,1	5,1	12,6
<b>De 35 a 44 años</b>	2,9	3,3	2,7	4,8	5,5
<b>De 45 a 54 años</b>	0,5	2,3	3,1	7,1	0,0
<b>De 55 a 64 años</b>	0,7	3,0	2,1	0,0	0,0
<b>De 65 a 75 años</b>	2,1	1,6	1,1	0,0	1,6
<b>Status alto</b>	3,8	3,2	4,1	7,4	0,0
<b>Status medio alto</b>	3,2	3,1	4,0	2,3	6,6
<b>Status medio medio</b>	3,2	3,8	3,7	6,0	3,1
<b>Status medio bajo</b>	0,8	3,5	4,2	5,7	5,3
<b>Status bajo</b>	7,1	0,0	1,1	3,7	3,2
<b>Españoles</b>	2,5	3,4	3,5	5,1	4,6
<b>No españoles</b>	3,1	7,7	6,4	6,6	5,9
<b>Cotidianos</b>	1,8	8,3	8,3	4,8	15,3
<b>Semanales</b>	4,5	6,1	5,8	12,5	6,2
<b>Esporádicos</b>	3,9	7,2	8,9	8,5	16,6
<b>Infrecuentes</b>	2,1	1,7	2,1	2,6	0,7
<b>No jugadores</b>	1,5	1,0	1,2	0,6	0,0
<b>Frecuencia de visita (Base: han apostado a algún resultado durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)</b>					
<b>Una o varias veces a la semana</b>	32,0	27,3	27,3	12,2	38,6
<b>Cada dos o tres semanas</b>	4,0	21,2	9,1	26,6	10,2
<b>Una vez al mes</b>	8,0	18,2	27,3	5,8	31,7
<b>Alguna vez al año</b>	28,0	30,3	27,3	29,8	9,0
<b>Casi nunca o nunca</b>	28,0	3,0	9,1	25,6	10,6
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
- Problemático		100	66,7	66,6	69,3
- Riesgo moderado		14,3	33,3	27,0	15,3
- Riesgo bajo		18,5	25,2	11,3	53,4
- Sin problema		3,4	3,5	5,7	3,5
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
- Problemático		75,0	51,4	51,3	66,9
- Riesgo moderado		25,0	31,4	29,3	46,0
- Riesgo bajo		4,9	4,8	11,6	24,8
- Sin problema		2,6	3,4	5,1	1,2
- No jugador (*)		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

2.3.5. Máquinas tragamonedas en hostelería

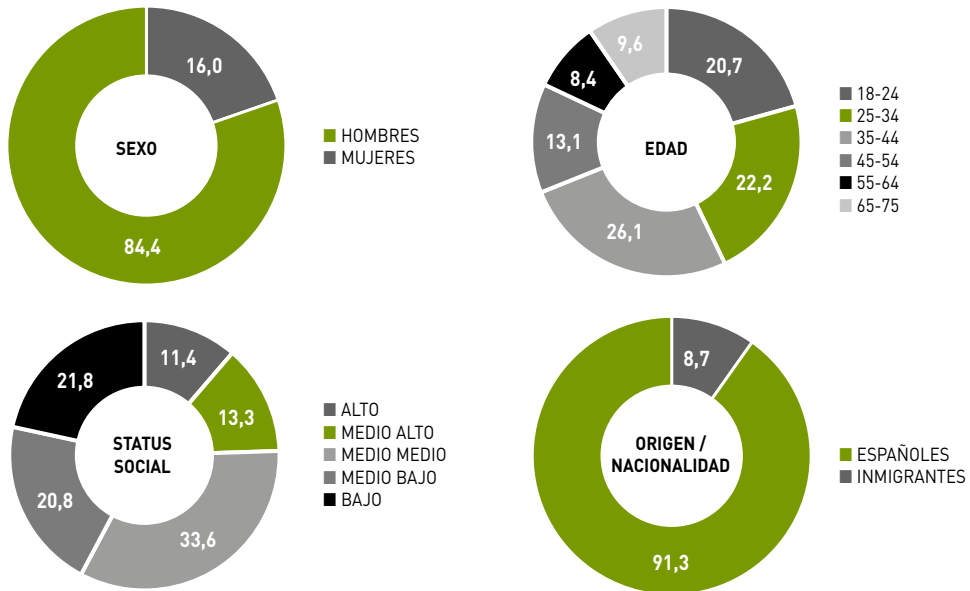
Tras modificar las preguntas correspondientes del cuestionario para recoger con más precisión este juego, en el año 2017 muestra continuidad con 2016. El 5,9% de los entrevistados recuerda haber echado monedas, algo más que el año anterior (5,6%) dato consistente porque sintoniza con el incremento de las ventas en hostelería (bares y restaurantes) que se registró durante 2017.

Es un juego con un perfil muy marcado. Esencialmente masculino: el 84,4% de quienes lo juegan son hombres, esto es, el 10,8% de la población masculina juega mientras que sólo lo hace el 1,1% de las mujeres. Su sociología ofrece algo contradictorio: declara jugarlo el 22% de los comprendidos entre 18 y 24 años y el 10,8% de los que están entre 25 y 34. Pero entre ellos el juego es muy esporádico: el 40% de los más jóvenes y el 26,6% de los comprendidos entre 25 y 34 declara que no juega casi nunca. O sea, el juego habitual recae sobre los mayores de 35 años (tabla 12).

Su perfil se completa con varios rasgos:

- Atrae a aficionados a jugar, es decir, los que se definen como cotidianos, semanales o esporádicos, que declaran jugar más de una vez al mes.
- Atraen muy poco a quienes juegan con menos frecuencia y repelen a los no jugadores.

Gráfico 17 / Clientes de tragamonedas en hostelería (Perfil sociológico) (% media 3 últimos años)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 12 / Perfil sociológico de los clientes de máquinas tragamonedas en hostelería (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	5,3	3,6	2,8	5,6	5,9
<b>Hombres</b>	9,1	5,8	4,6	9,3	10,8
<b>Mujeres</b>	1,3	1,4	1,0	2,4	1,1
<b>De 18 a 24 años</b>	6,7	9,2	4,8	11,2	22,0
<b>De 25 a 34 años</b>	7,0	4,2	1,6	9,1	10,8
<b>De 35 a 44 años</b>	5,0	2,6	3,2	9,0	3,3
<b>De 45 a 54 años</b>	4,0	1,8	2,0	3,1	3,7
<b>De 55 a 64 años</b>	6,6	2,3	3,9	0,6	2,9
<b>De 65 a 75 años</b>	2,9	5,6	2,4	6,3	0,9
<b>Status alto</b>	3,8	4,3	0,0	6,8	4,5
<b>Status medio alto</b>	3,7	3,5	3,7	4,8	4,3
<b>Status medio medio</b>	6,2	4,2	3,2	5,2	5,2
<b>Status medio bajo</b>	5,4	3,9	3,7	5,1	8,7
<b>Status bajo</b>	5,4	2,6	3,1	5,1	6,2
<b>Españoles</b>	5,4	3,5	2,6	5,4	6,2
<b>No españoles</b>	4,0	3,8	4,4	8,7	10,7
<b>Cotidianos</b>	14,5	10,4	2,6	13,7	18,3
<b>Semanales</b>	9,4	4,7	4,7	7,4	7,2
<b>Esporádicos</b>	5,6	6,4	4,0	10,8	12,1
<b>Infrecuentes</b>	2,6	2,4	2,3	5,2	4,1
<b>No jugadores</b>	2,9	1,5	1,4	0,5	1,2

## Frecuencia con la que echa monedas (Base: han echado monedas a una máquina en hostelería durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)

<b>Varias veces semana</b>	4,1	2,9	0,0	4,8	2,4
<b>Una vez a la semana</b>	16,3	5,9	7,1	11,9	20,7
<b>Cada dos o tres semanas</b>	2,1	5,9	0,0	9,5	17,7
<b>Una vez al mes</b>	18,4	14,7	17,9	14,3	8,2
<b>Alguna vez al año</b>	24,5	29,4	42,9	38,1	26,8
<b>Nunca o casi nunca</b>	34,7	41,2	32,1	21,4	24,2

## Escala de riesgo ante el juego (PGSI)

<b>- Problemático</b>	100	0,0	66,7	88,2
<b>- Riesgo moderado</b>	28,6	66,7	44,4	38,9
<b>- Riesgo bajo</b>	18,5	12,5	26,5	36,7
<b>- Sin problema</b>	3,4	2,8	5,0	4,8
<b>- No jugador (*)</b>	0,0	0,0	0,0	0,0

## Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)

<b>- Problemático</b>	75,0	0,0	66,7	81,7
<b>- Riesgo moderado</b>	9,4	17,9	0,0	18,7
<b>- Riesgo bajo</b>	6,9	5,7	13,8	22,4
<b>- Sin problema</b>	3,2	2,5	5,1	3,9
<b>- No jugador (*)</b>	0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

- Las frecuencias de juego en las máquinas en hostelería son muy dispersas. Casi un 40% dice probar suerte una vez a la semana o con más frecuencia. Pero, en el otro extremo, un 39,4% declara sólo alguna vez al año o casi nunca. Una característica de este juego en hostelería, es que una parte de sus usuarios simplemente prueban suerte alguna vez con la vuelta de la consumición o algo suelto, y otra parte son aficionados.
- Las máquinas en hostelería ejercen una atracción elevada para las personas con alta sensibilidad ante el juego.
- Por status sociales es un juego interclasista, sus precios no suponen ningún obstáculo para probar suerte, pero tres cuartas partes de sus clientes se pueden clasificar en clase media y media baja o baja, lo que perfila un juego más bien orientado a esos sectores, obviamente, su bajo precio para probar suerte induce este sesgo (gráfico 17).

### 2.3.6. Timbas informales en bares o similares

Los que recuerdan haber jugado en alguna timba informal en bares u otros locales son 1,9%. A lo largo de los años hay oscilaciones, para las que no se encuentra otra explicación que la escasa dimensión de las muestras. En todo caso, parece una actividad que fue seriamente afectada por la crisis. Cabe decir, para sintetizar, que se mueve entre el 1,6% y el 3,4% en los últimos años.

Es una forma de ocio “nicho”, con características acusadas: hombres en más del 80% de los casos, menores de 35 años. Fuera de ese perfil, apenas hay participantes en las timbas informales, acaso hombres jubilados. Tiene un cierto sesgo hacia los sectores sociales medios y altos. Es una práctica de ocio para quienes juegan con cierta regularidad, jugadores cotidianos o semanales (tabla 13).

### 2.3.7. Cupones de la OID y otras loterías no autorizadas

El volumen de clientes de las loterías no autorizadas, la principal de ellas es la OID, es estable aunque sus patrones de compra sean irregulares, quizá por las características de las organizaciones que las comercializan. Como es conocido, se trata de sorteos que, normalmente, “parasitan” el de la ONCE. Entre 2013 y 2016 compraban estos cupones entre el 4,1% y el 5,2% de la población entre 18 y 75 años, es decir, alrededor de 1,4 y 1,8 millones de clientes. En 2017 ascendió hasta el 5,6%, o sea, casi dos millones.

Sus clientes son mayoritariamente mujeres (aunque haya alguna oscilación anual, como en 2017), en una proporción no demasiado elevada (55/45 a lo largo de los años), suelen ser mayores de 35 o 45 años, de status social medio o medio bajo y juegan con relativa frecuencia (más de una vez al mes). Estos cupones son una alternativa a los de la ONCE más barata, y así son percibidos por sus clientes, lo que explica el sesgo social. Es llamativo en este colectivo que está muy alejado de individuos con problemas de riesgo ante el juego problemático, en esto también se parece a los juegos de la ONCE (tabla 14).

Tabla 13 / Perfil sociológico de los que han participado en timbas en bares y similares (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	3,2	1,8	1,6	3,4	1,9
<b>Hombres</b>	4,7	3,2	2,2	5,5	2,9
<b>Mujeres</b>	1,6	0,4	1,0	1,3	0,9
<b>De 18 a 24 años</b>	13,5	9,2	9,6	10,9	3,9
<b>De 25 a 34 años</b>	5,2	5,4	1,1	9,6	7,1
<b>De 35 a 44 años</b>	1,7	0,4	2,0	2,5	1,0
<b>De 45 a 54 años</b>	0,5	1,8	0,0	0,6	1,0
<b>De 55 a 64 años</b>	0,7	0,0	0,8	0,0	0,0
<b>De 65 a 75 años</b>	1,4	0,0	0,0	1,7	0,0
<b>Status alto</b>	7,5	1,8	1,9	3,2	2,6
<b>Status medio alto</b>	3,7	2,3	2,8	2,0	2,2
<b>Status medio medio</b>	2,6	8,1	2,1	7,0	1,7
<b>Status medio bajo</b>	2,4	1,1	1,8	0,6	1,9
<b>Status bajo</b>	3,6	0,0	0,6	1,8	0,0
<b>Españoles</b>	3,0	1,7	1,6	3,3	1,9
<b>No españoles</b>	3,9	2,0	0,0	4,8	3,8
<b>Cotidianos</b>	7,9	2,4	7,7	10,8	3,0
<b>Semanales</b>	4,0	1,9	1,6	4,8	1,2
<b>Esporádicos</b>	2,4	11,0	2,4	5,9	4,7
<b>Infrecuentes</b>	1,0	4,6	1,4	2,6	1,9
<b>No jugadores</b>	0,0	0,0	0,5	0,2	0,0

## Frecuencia con la que participa en timbas y partidas informales (Base: han participado en alguna durante el año pasado) (Los porcentajes suman 100 en vertical)

<b>Una vez a la semana</b>	5,9	0,0	12,5	2,9	0,0
<b>Cada dos o tres semanas</b>	17,8	0,0	12,5	6,0	0,0
<b>Una vez al mes</b>	41,2	50,0	37,5	0,0	8,9
<b>Alguna vez al año</b>	29,4	33,3	37,5	64,5	84,1
<b>Casi nunca o nunca</b>	5,9	16,7	0,0	26,6	7,1

## Escala de riesgo ante el juego (PGSI)

<b>- Problemático</b>	100	0,0	40,6	0,0
<b>- Riesgo moderado</b>	0,0	0,0	43,3	8,3
<b>- Riesgo bajo</b>	3,0	8,3	13,7	13,5
<b>- Sin problema</b>	2,0	1,7	2,9	1,9
<b>- No jugador (*)</b>	0,0	0,0	0,0	0,0

## Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)

<b>- Problemático</b>	50,0	0,0	37,6	0,0
<b>- Riesgo moderado</b>	3,1	10,7	18,8	9,2
<b>- Riesgo bajo</b>	6,8	2,9	7,2	6,0
<b>- Sin problema</b>	1,2	1,5	3,1	1,6
<b>- No jugador (*)</b>	0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 14 / Perfil sociológico de los clientes de la OID y otras loterías no autorizadas (%)

	En el último año				
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Total</b>	4,8	4,1	4,3	5,2	5,6
<b>Hombres</b>	5,1	3,6	3,8	4,2	6,0
<b>Mujeres</b>	4,6	4,6	4,9	6,1	5,2
<b>De 18 a 24 años</b>	0,0	2,3	1,2	1,7	6,3
<b>De 25 a 34 años</b>	2,1	2,4	3,2	7,2	10,5
<b>De 35 a 44 años</b>	3,3	3,6	5,2	4,0	7,2
<b>De 45 a 54 años</b>	9,1	4,1	3,5	8,0	4,7
<b>De 55 a 64 años</b>	9,5	6,1	10,2	2,3	1,9
<b>De 65 a 75 años</b>	4,3	6,5	2,4	6,0	2,6
<b>Status alto</b>	6,3	3,2	3,7	4,8	2,9
<b>Status medio alto</b>	12,1	4,6	2,8	5,3	5,9
<b>Status medio medio</b>	7,3	4,0	5,0	5,2	9,9
<b>Status medio bajo</b>	5,2	3,5	4,6	2,4	2,3
<b>Status bajo</b>	3,6	14,3	4,5	6,9	3,5
<b>Españoles</b>	4,7	4,4	4,4	5,1	5,7
<b>No españoles</b>	5,8	2,2	2,1	5,7	5,5
<b>Cotidianos</b>	12,7	6,3	12,8	12,8	12,5
<b>Semanales</b>	4,0	6,9	9,4	6,4	3,8
<b>Esporádicos</b>	9,9	5,6	7,9	6,5	7,4
<b>Infrecuentes</b>	4,3	2,4	2,5	4,8	6,9
<b>No jugadores</b>	1,0	1,0	0,0	2,1	0,0
<b>Frecuencia de juego (Base: han comprado boletos el año pasado) (Los porcentajes suman 100 en vertical)</b>					
<b>Todos los días</b>	10,4	2,5	0,0	0,0	0,0
<b>Varias veces semana</b>	0,0	2,5	2,4	5,2	11,1
<b>Una vez a la semana</b>	10,4	10,0	12,2	4,8	0,0
<b>Cada dos o tres semanas</b>	12,5	7,5	9,8	13,4	20,6
<b>Una vez al mes</b>	8,3	25,0	24,4	15,8	34,4
<b>Alguna vez al año</b>	54,2	40,0	43,9	58,6	33,9
<b>Casi nunca</b>	4,2	12,5	7,3	2,2	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (PGSI)</b>					
<b>- Problemático</b>		0,0	0,0	0,0	12,0
<b>- Riesgo moderado</b>		0,0	0,0	7,1	24,1
<b>- Riesgo bajo</b>		7,4	20,8	8,5	0,0
<b>- Sin problema</b>		5,0	4,8	5,5	6,5
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Escala de riesgo ante el juego (DSM IV- Continuous Scoring)</b>					
<b>- Problemático</b>		0,0	0,0	0,0	9,8
<b>- Riesgo moderado</b>		9,4	14,3	7,1	3,0
<b>- Riesgo bajo</b>		5,9	12,9	8,5	17,3
<b>- Sin problema</b>		4,7	4,2	5,5	5,7
<b>- No jugador (*)</b>		0,0	0,0	0,0	0,0

(\*) Personas que se declaran no jugadores y no han jugado durante el año.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

## 3. Sociología del juego *online*

### 3.1. Los jugadores *online*: estimación de su número y perfil sociológico

El juego *online* no es un mercado homogéneo, aunque se hable de él globalmente. En realidad son varios mercados contiguos que comparten el canal, pero que se mueven con dinámicas diferentes. En los últimos años es evidente que el mercado *online* más dinámico es el de apuestas, mientras otros presentan crecimientos más moderados.

Tampoco es homogénea una definición que pretenda ser precisa de lo que es un jugador *online*. Aunque en apariencia sea fácil describirlo como alguien que juega *online* (arriesgando dinero), en realidad, quienes juegan por Internet componen un conjunto difuso sin límites definidos y forman parte de él en intensidades diferentes: desde quienes juegan regularmente y, dentro de ellos, quienes pueden ganar o perder cantidades significativas de dinero, incluso en cierto nivel de profesionalización; hasta quienes curiosean o aprovechan las ofertas de las webs sin arriesgar su dinero. También entran alguna vez sin que la experiencia les anime a repetir, utilizando los bonos de las promociones. Así mismo están quienes pierden sistemáticamente y deciden retirarse, algo que ha podido ocurrir con el póquer. Desde otro punto de vista, son personas que juegan a sus juegos preferidos por Internet, pero a “sus juegos”, solo episódicamente entran en otros. Por tanto, su número no es fácil de precisar, ni su vinculación con el canal. La Dirección General de Ordenación del Juego publica cada trimestre los datos sobre el número de personas que han jugado durante cada mes y las que se han dado de alta en las webs autorizadas. El gráfico 18 sintetiza esta información desde 2012:

- El máximo de jugadores *online* activos (es decir, personas que se han conectado al menos una vez para jugar) en un mes se alcanzó en abril y septiembre de 2017, con cifras parecidas (705.548 y 706.750, respectivamente).
- Es una actividad con una apreciable estacionalidad, con pronunciados descensos en los meses de verano, salvo que haya mundiales de fútbol u Olimpiadas, en cuyo caso la atracción de las apuestas palia la intensidad del descenso. En 2017, tras el verano, el número de jugadores activos se ha estabilizado alrededor de los 680.000 que juegan cada mes.
- Las cifras más elevadas de altas se alcanzaron casi en los mismos meses: abril, agosto y septiembre de 2017, rozando o superando las 250.000. Desde comienzos de 2016 se han estabilizado alrededor de 200.000 altas mensuales.
- El patrón de incremento de los jugadores activos se ha repetido varias veces. Se produce una elevación de la actividad en septiembre/octubre, algo así como si el juego *online* subiera un peldaño en su aceptación social y su práctica tras el paréntesis de cada verano.
- Aunque la DGOJ no ha publicado desde 2015 los datos sobre el número de jugadores *online* anuales, es decir, que se han conectado alguna vez (siquiera sea una) a una web para jugar o apostar, se puede estimar en 1,5 millones de personas, pero conviene insistir en que con niveles de intensidad y frecuencia muy distintos.
- Los patrones de juego que se deducen de otra publicación de la DGOJ, el *Análisis del perfil del jugador online* (2015 y 2016), hacen suponer que 1,2 millones han hecho depósitos, se trata, in-



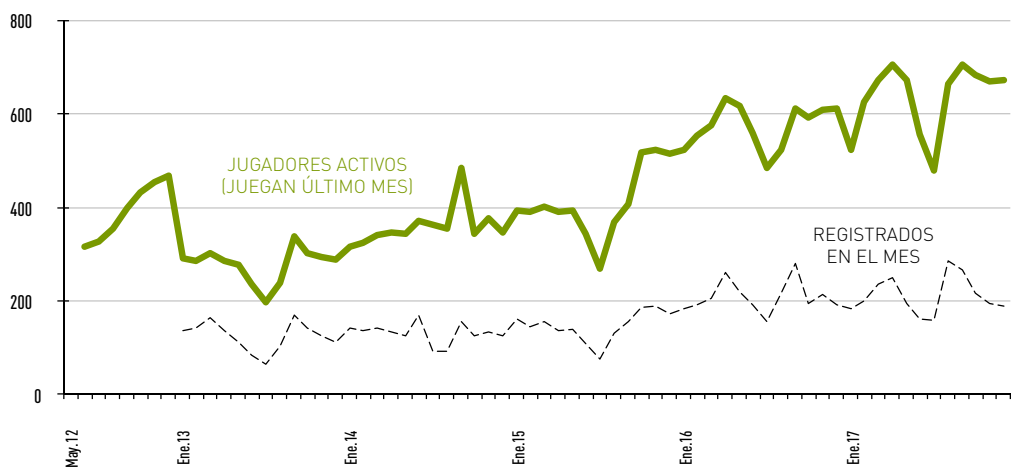
sistimos, de una estimación a partir de los patrones de comportamiento publicados en el informe citado de la DGOJ. Esta cifra se deduce de que sólo el 83,5% de los inscritos en webs de juego hace depósitos, es decir, arriesga dinero propio, permitiendo incluirlos en la idea de “jugadores”, y el 16,5% restante se podría calificar más bien como “cazadores de ofertas” para probar suerte o para pasar un rato de ocio. Estos porcentajes mostraron estabilidad en 2015 y 2016.

Los datos considerados más arriba muestran que es difícil ofrecer una cifra exacta sobre el número de jugadores *online*, porque todo depende de la definición que se haga ya que, como se decía, es un colectivo de bordes difusos e intensidades de juego muy diferentes. Es un claro ejemplo de la definición de conjunto difuso.

En la edición del pasado año, en las tablas 16 a 19 de este capítulo, se sintetizaron las variables reales del juego *online*, a partir de las dos ediciones del citado estudio de la DGOJ. No parece necesario volverlas a incluir, por tanto, solamente se recordarán las conclusiones relevantes sobre el comportamiento de este colectivo:

- El nivel de actividad de los jugadores es muy desigual. Los datos de 2014 y 2015 mostraron que más de la mitad sólo entraron en estas webs en ocasiones saltadas en tres meses distintos del año (la estadística de la DGOJ contabiliza los meses de conexión, con independencia del número de conexiones cada mes).
- Sólo jugaron con regularidad, es decir, entraron en webs de juego en algunas ocasiones durante al menos 10 meses, 169.232 individuos durante 2015. Esta cantidad equivalía al 41,6% de los activos en un mes medio en 2015. De aquí cabría deducir que hay un núcleo duro, basado en las apuestas deportivas, que participa casi todos los meses del año, que en 2015 se podía estimar, redondeando, en 170.000 individuos, o sea, el 17,2% de todos los activos. Lógicamente, en dos años este colectivo habrá crecido hasta situarse, previsiblemente, entre 220.000 y 250.000 personas.

Gráfico 18/ **Jugadores activos en las webs autorizadas por la DGOJ (miles)**

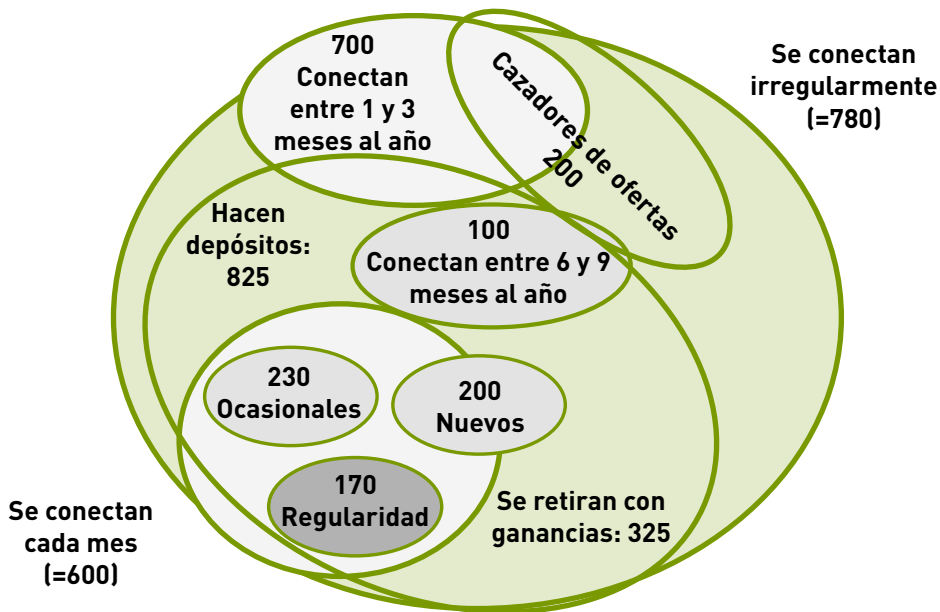


Fuente: DGOJ.

Se deduce de lo anterior que el juego *online* no se diferencia de otras actividades comerciales: el volumen se concentra en una fracción reducida de clientes asiduos. La regla del 20/80 parece cumplirse: el 20% de los clientes aporta el 80% del volumen de negocio y, a la inversa, el 80% restante sólo un 20%.

Otra característica que se desprende de los datos es la fluidez: buena parte de los activos de cada mes son altas nuevas, que luego desaparecen y no vuelven a conectarse o lo hacen ocasionalmente. También parece un mercado donde las oportunidades, en forma de bonos y otras ofertas, facilita que haya clientes que curiosean, pero no se fidelizan. Recogen la oferta, la gastan y no arriesgan su dinero. Posiblemente juegan con las ofertas de distintos operadores. Esto no es sorprendente, es habitual que en colectivos amplios se superpongan capas con muy distinto nivel de actividad y compromiso con el “objeto social”. El gráfico 19 trata de dar una idea de la superposición de círculos de clientes en el juego *online*. Estos jugadores se distribuyen en círculos tangentes con hábitos diferentes entre ellos, aunque fácilmente traspasables. Es claro que el número de personas que juega *online* crece, sobre todo a través de las apuestas. Pero la experiencia del póquer sugiere que es un mercado en el que las vinculaciones son superficiales y pueden ser reversibles. La misma facilidad de acceso a las webs implica facilidad para cambiar de hábitos que en un momento pueden adoptarse y en otros abandonarse.

Gráfico 19 / **Círculos superpuestos de clientes de juego *online*** (miles)



Fuente: Elaboración propia a partir de DGOJ. *Análisis del perfil del jugador online 2015-16*, Madrid. SELAE: *Memoria Anual 2017*.

Retomando los últimos datos publicados por la DGOJ sobre las características de los jugadores correspondientes a los 985.333 individuos que se conectaron a webs *online* durante 2015, que suponía el 2,6% de la población mayor de 18 años residente en España, su descripción es sencilla dados sus acusados perfiles:

- Es un colectivo masculino, el 83,3% son hombres, aunque el porcentaje de mujeres creció entre 2014 y 2015 del 13% al 16,7%.
- Es muy joven, el 86,8% (2015) es menor de 45 años, y dos tercios menores de 35 años.
- La presencia de mujeres es sensiblemente mayor entre quienes juegan al bingo que en los demás mercados *online*. En las apuestas deportivas, el póquer y los juegos de casino la presencia de hombres se acerca o supera el 90%.

Si se toma como referencia la estimación de 1,5 millones de usuarios activos para 2017, eso supondría un 4,8% de la población entre 18 y 75 años.

Casi la mitad de los registros en las webs se destinan a las apuestas deportivas, con tendencia ascendente. La cuarta parte, en 2015, correspondía al póquer, pero en retroceso. Los juegos de casino casi duplicaron sus registros (de 169.804 a 306.397, entre 2014 y 2015), y el bingo se situó en el 6,3%.

Como en la edición del año pasado de este estudio, los datos de sexo y edad publicados por la DGOJ se utilizaron para diseñar la muestra, compuesta en esta ocasión por 404 individuos que hubieran jugado/arriesgado dinero en los dos últimos meses a través de juegos *online* (tabla 15). Las desviaciones entre la muestra y la realidad son mínimas. La dimensión de la muestra implica un margen de error de  $\pm 5\%$  en las variables en las que se cumple el supuesto de máxima indeterminación ( $p/q=50\%/50\%$ ).

Tabla 15 / **Sexo y edad de los entrevistados *online*** (Muestra real Febrero-Marzo 2018)

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 y más	Total
Hombres	101	110	85	41	337
Mujeres	17	20	13	17	67
Total	118	130	98	58	404
(% Cruzados)					
Hombres	25,0	27,2	21,0	10,1	83,4
Mujeres	4,2	5,0	3,2	4,2	16,6
Total	29,2	32,2	24,3	14,4	100

Fuente: Netquest. Muestra final del trabajo de campo *online*.

Entrando en los datos procedentes de la encuesta, se mantiene la tónica de que los jugadores *online* sean en su inmensa mayoría españoles (el 98% a comienzos de 2017, frente al 97,3% en 2018). Los inmigrantes que juegan *online* se dividen en dos mitades entre europeos y latinoamericanos.

Por status sociales, se mantiene un sesgo hacia los niveles medios y altos. Sistemáticamente, quienes pueden clasificarse por debajo de clase media representan menos del 10%, en el otro extremo, quienes pueden ubicarse en el status alto oscilan alrededor del 15%. El porcentaje de individuos que puede clasificarse como clase media se ha estabilizado alrededor del 25% (tabla 16).

Tabla 16 / **Status y origen de los jugadores online (%)**

	2014	2015	2016	2017	2018
Status Alto	18,8	16,8	13,3	12,4	14,9
Status Medio alto	43,2	49,3	48,7	42,6	48,5
Status medio medio	23,7	25,8	22,4	27,9	25,0
Status medio bajo	6,8	5,1	8,6	11,0	7,4
Status bajo	0,6	0,4	0,6	0,8	1,2
Sin datos	6,9	2,6	6,4	5,3	3,0
Españoles	98,9	95,5	98,4	98,0	97,3
No españoles	1,1	4,5	1,6	2,0	2,7
(n)	(468)	(469)	(616)	(606)	(404)

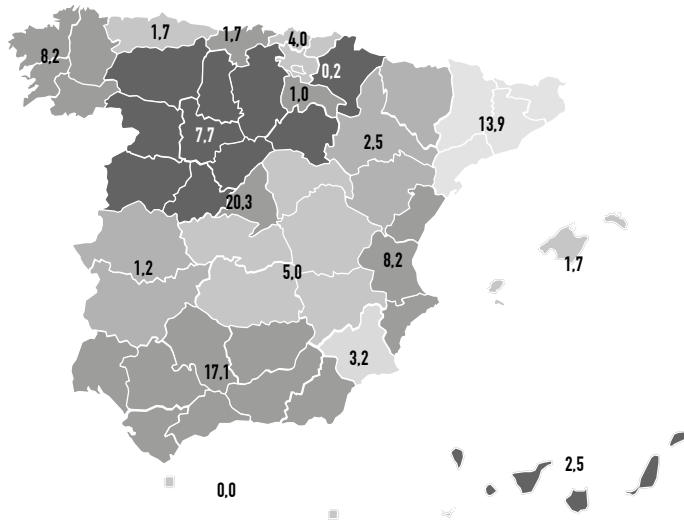
Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Los datos sobre residencia son estables, se ha consolidado un “mapa”. En su mayoría se concentran en Madrid (20,3%), Andalucía (17,1%), Valencia (8,2%) y Cataluña (13,9%). Obviamente, estas son las cuatro comunidades autónomas en la que destaca cualquier tema relacionado con la demografía (tabla 17 y gráfico 20).

Tabla 17 / **Comunidad de residencia de los jugadores online (%)**

	Población	2014	2015	2016	2017	2018
Andalucía	18,0	13,7	12,8	16,7	17,7	17,1
Aragón	2,9	2,4	2,1	1,6	2,0	2,5
Asturias	2,3	2,1	2,3	2,9	3,6	1,7
Baleares	2,4	1,7	1,1	1,6	1,7	1,7
Canarias	4,5	2,4	2,6	1,9	1,7	2,5
Cantabria	1,3	1,1	0,6	1,1	1,3	1,7
Castilla La Mancha	4,5	3,6	2,3	4,2	2,6	5,0
Castilla y León	5,4	7,7	4,9	5	7,9	7,7
Cataluña	15,9	15,2	16,8	13,3	13,9	13,9
Extremadura	2,4	1,1	1,7	2,6	1,5	1,2
Galicia	5,9	6,4	5,5	5,5	5,9	8,2
Madrid	13,7	23,1	23,9	20,1	20,1	20,3
Murcia	3,1	1,9	4,1	3,6	3,0	3,2
Navarra	1,4	0,9	1,1	1	0,8	0,2
País Vasco	4,7	4,3	7,5	3,9	4,3	4,0
Rioja, La	0,7	0,6	0,4	1,1	1,0	1,0
Valencia (Com.)	10,7	11,8	10,2	13,6	10,7	8,2
Ceuta y Melilla	0,4	0,0	0,1	0,3	0,3	0,0
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Gráfico 20/ **Distribución geográfica de los jugadores online en 2018 [%]**

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

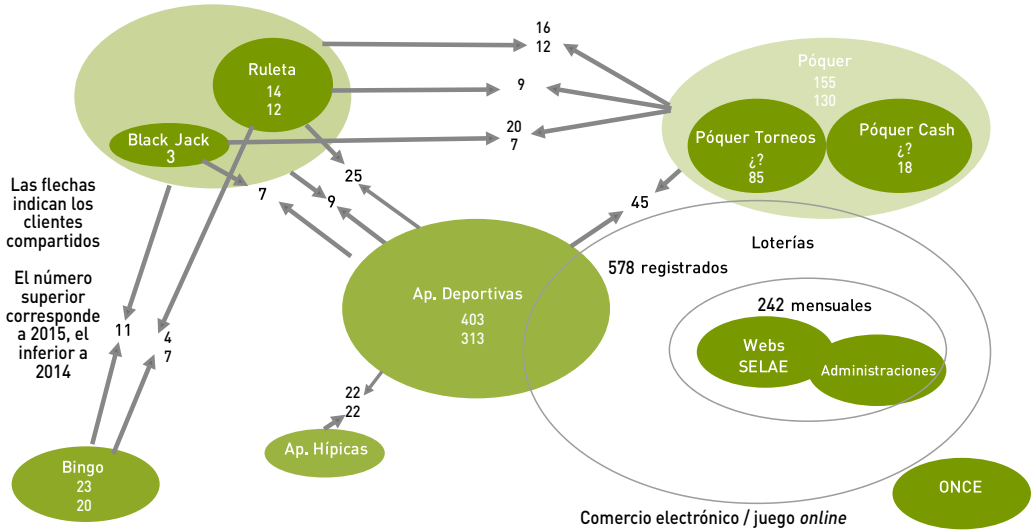
### 3.2. ¿A qué se juega por Internet?

El juego *online* no es un mercado sino un canal en el que confluyen varios mercados que se entrecruzan, ocasionalmente, cuando algunos individuos curiosean en webs de juegos que no son sus preferidos. Estos mercados no se superponen, sólo se tocan tangencialmente. Hablar de juego *online*, por tanto, es una ficción. Los datos de la DGOJ de 2014 y 2015 sobre los inscritos en las webs autorizadas muestran cuatro mercados con algunas conexiones entre ellos, pero limitadas. La relevancia de este gráfico sobre el funcionamiento real del canal *online* aconseja mantenerlo, aunque sus datos estén desfasados un par de años:

- el de apuestas deportivas, sin duda, el mayor, con su satélite de apuestas hípicas y a canódromos;
- el de póquer, en el que a su vez se pueden distinguir jugadores casi exclusivos de torneos o partidas cash, pero en su mayoría juegan ambas modalidades y, globalmente, en descenso;
- el bingo, y
- los juegos de casino.

En 2015 aún no se habían autorizado las slots. Lo habitual es que los jugadores vayan directamente a las webs donde encuentran los juegos de su preferencia, aunque pueda ocurrir que a veces indaguen otros juegos y se mantengan en las webs que los suministran, aunque las páginas centren su oferta comercial en un juego, amplian su catálogo para retener a sus clientes con una oferta complementaria y evitar la fuga a otros “supermercados” de juego. Pero, como se observa en el gráfico, son pocos los jugadores *online* que reparten su atención hacia dos tipos de juego. El canal *online* es un espacio para especialistas. Al margen, se encuentran los compradores de loterías de SELAE y juegos de la ONCE. Estos cinco mercados conviven más que se superponen. El gráfico 21 trata de ilustrar esta idea a partir de los datos de la DGOJ y los operadores citados.

Gráfico 21 / **Cientes activos según mercados en el juego online**  
 (Miles de jugadores exclusivos o compartidos en 2015)



Nota: No se han incluido en el gráfico los participantes en varios juegos que, por tanto, "flotan" sobre todos ellos.  
 Fuente: Elaboración propia a partir de DGOJ, *Análisis del perfil del jugador online 2015-16*, Madrid y SELAE, *Memoria Anual 2016*.

Los juegos se han trasplantado al canal *online*, pero como en el mundo presencial, atraen a diferentes tipos de jugadores en proporciones variables.

En el mundo *online* es clara la creciente hegemonía de las apuestas: el 72,3% de los entrevistados recuerda haber apostado sobre deportes. Internet es un ecosistema favorable para las apuestas. La tendencia es creciente. Hasta este año las apuestas estaban tirando de las apuestas hípicas o en canódromos, pero en 2017 parece que esta tendencia se cortó.

Los demás juegos han estabilizado sus porcentajes de participación, casi sin variación. Los de casino se mantienen levemente por debajo del 30% de los jugadores conectados en los dos últimos meses y el bingo por encima del 25%. El póquer frena su descenso de los dos últimos años. Las slots mantienen una suave tendencia al alza. Un 5,9% de estos entrevistados utiliza Internet para comprar boletos de lotería nacional, primitivas o la ONCE, pero no para jugar en webs de juego *online* (tabla 18).

Entre quienes han jugado *online* en los dos últimos meses sólo el 12,4% no ha comprado loterías de SELAE o la ONCE o ha rellenado alguna Quiniela. Hace dos años este porcentaje era un 16,1%, lo que sugiere que para las personas acostumbradas al juego *online*, y al comercio electrónico, las compras de estos productos a través de Internet se ha integrado en sus hábitos. También indica que los clientes de webs *online* prueban suerte en otros juegos y que hay un efecto acumulativo entre los juegos *online* y las loterías de SELAE y ONCE. Algo más del 60% de los jugadores *online* compra lotería nacional o rellena boletos de loterías primitivas por Internet, y algo más de un tercio

Tabla 18 / **Recuerdo de haber jugado online (%)**

	En los tres últimos meses		En los últimos dos meses		
	2014	2015	2016	2017	2018
Apuestas sobre deportes	52,8	57,6	70,5	71,3	72,3
Juegos de casino	29,9	28,8	29,7	27,9	29,7
Bingo	29,3	21,3	26,0	25,1	25,7
Póquer rooms, torneos de póquer pagando entrada	39,7	32,6	24,7	21,9	24,0
Póquer apostando en cada mano	38,0	35,8	23,7	22,4	22,3
Slots. Máquinas similares a tragamonedas	13,7	13,0	15,7	16,2	16,8
Apuestas hípcas, en canódromos, etc.	13,0	11,7	12,0	13,5	8,2
A ninguno de los anteriores: compró Lotería, Quiniela u ONCE			8,4	8,6	5,9
Loterías primitivas (Prim, GP, BL, Eurom..)	42,7	42,2	59,6	64,0	64,1
Lotería Nacional	33,3	24,7	57,6	61,6	57,9
Cupones y otros juegos de la ONCE	15,2	17,9	30,5	34,0	33,4
Quiniela	23,1	26,7	33,6	31,5	29,7
A ninguno de estos juegos, sólo juegos online			16,1	13,9	12,4
(n)	(468)	(469)	(616)	(606)	(404)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

cupones y otros juegos de la ONCE y quinielas. Este último caso es llamativo ya que reproduce la tendencia negativa que se observa en el mercado *offline*.

Pese a ser un conjunto difuso, los jugadores *online* son un colectivo muy reducido demográficamente y, por tanto, homogéneo desde el punto de vista de sus grandes variables sociodemográficas, de manera que sus preferencias por unos juegos u otros son más idiosincrásicas que otra cosa. Las variables sociológicas convencionales apenas describen sus inclinaciones por los juegos. Hay tendencias marcadas, como la de los hombres por las apuestas deportivas, la Quiniela y el póquer; o la de las mujeres por el bingo y los juegos de casino. Las mujeres compran más lotería por Internet y cupones u otros productos de la ONCE que los hombres. La tabla 19 muestra también una elevada correlación entre la percepción subjetiva de los entrevistados sobre la frecuencia con la que juegan y la cantidad de juegos que declaran practicar.

### 3.3. Juego presencial y juego online

Quienes juegan *online* no excluyen el juego presencial, sistemáticamente. En números redondos, el 90% declara que juega presencialmente en las salas de juego o comprando boletos. Se observa una tendencia al descenso en todos los juegos, quizá para esta fracción de la población la experiencia del juego *online* esté resultando suficiente y estén haciéndose más perezosos para acceder al juego presencial. De momento, no parece una tendencia de la que pueda extraerse una conclusión determinante. Se observa un constante crecimiento de las apuestas presenciales entre los jugadores *online*. También hay leves crecimientos en la asistencia al bingo y a los casinos. En

Tabla 19/ Perfil sociológico de los juegos online (%) (2018)

Han jugado en los dos últimos meses a:	SEXO		EDAD				ORIGEN		
	Total	Hombres	Mujeres	Menores 25 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	45 y más años	Españoles	Inmigrantes
Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.	72,3	76,9	49,3	70,3	72,3	73,5	74,1	72,3	72,7
Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	29,7	28,2	37,3	38,1	25,4	22,4	34,5	29,0	54,5
Bingo	25,7	19,6	56,7	28,0	22,3	19,4	39,7	24,9	54,5
Póquer, apostando en cada mano	24,0	25,2	17,9	22,9	29,2	22,4	17,2	24,4	9,1
Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada	22,3	22,0	23,9	24,6	19,2	26,5	17,2	22,9	54,5
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	16,8	16,6	17,9	11,0	20,0	17,3	20,7	16,3	36,4
Apuestas sobre carreras de caballos o en canchódromos	8,2	8,3	7,5	8,5	8,5	7,1	8,6	8,4	0,0
A ninguno	5,9	5,3	9,0	2,5	6,9	8,2	6,9	6,1	0,0
<b>(n)</b>	<b>(404)</b>	<b>(337)</b>	<b>(67)</b>	<b>(118)</b>	<b>(130)</b>	<b>(98)</b>	<b>(58)</b>	<b>(393)</b>	<b>(11)</b>
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	64,1	61,7	76,1	50,8	58,5	75,5	84,5	64,1	63,6
Lotería Nacional (Navidad, El Niño u otros sorteos)	57,9	55,2	71,6	50,0	62,3	59,2	62,1	58,3	45,5
Cupones u otros juegos de la ONCE	33,4	31,2	44,8	29,7	33,1	31,6	44,8	33,1	45,5
Quiniela	29,7	30,6	25,4	28,8	30,0	28,6	32,8	30,3	9,1
A ninguno	12,4	13,6	6,0	16,9	11,5	12,2	5,2	12,5	9,1
<b>(n)</b>	<b>(404)</b>	<b>(337)</b>	<b>(67)</b>	<b>(118)</b>	<b>(130)</b>	<b>(98)</b>	<b>(58)</b>	<b>(393)</b>	<b>(11)</b>
Han jugado en los dos últimos meses:	STATUS SOCIAL		FRECUENCIA SUBJETIVA DE JUEGO *						
	Total	Status alto	Status medio	Status bajo	Cotidianos	Semanales	Esporádicos	Infrecuentes	
		medio alto	medio	medio bajo					
Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.	72,3	71,7	73,5	70,0	80,0	85,3	74,8	71,6	58,3
Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	29,7	43,3	24,0	30,7	23,3	80,0	50,5	27,0	24,2
Bingo	25,7	43,3	23,0	19,8	20,0	40,0	36,8	25,2	21,1
Póquer, apostando en cada mano	24,0	28,3	25,5	19,8	23,3	40,0	41,1	18,0	27,4
Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada	22,3	36,7	19,9	22,8	13,3	40,0	32,6	22,5	23,2
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	16,8	20,0	17,9	17,8	3,3	20,0	27,4	13,5	16,8
Apuestas sobre carreras de caballos o en canchódromos	8,2	6,7	10,2	7,9	3,3	0,0	21,1	7,2	2,1
A ninguno	5,9	3,3	7,1	6,9	0,0	0,0	3,2	5,4	1,1
<b>(n)</b>	<b>(404)</b>	<b>(60)</b>	<b>(196)</b>	<b>(101)</b>	<b>(30)</b>	<b>(5)</b>	<b>(95)</b>	<b>(111)</b>	<b>(95)</b>
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	64,1	71,7	66,8	61,4	46,7	40,0	66,3	76,6	57,9
Lotería Nacional (Navidad, El Niño u otros sorteos)	57,9	58,3	56,6	60,4	60,0	40,0	62,1	60,4	57,9
Cupones u otros juegos de la ONCE	33,4	33,3	30,6	28,7	26,7	20,0	44,2	29,7	29,5
Quiniela	29,7	40,0	34,7	27,7	30,0	60,0	42,1	36,0	27,4
A ninguno	12,4	10,0	12,2	11,9	20,0	20,0	12,6	9,9	11,6
<b>(n)</b>	<b>(404)</b>	<b>(60)</b>	<b>(196)</b>	<b>(101)</b>	<b>(30)</b>	<b>(5)</b>	<b>(95)</b>	<b>(111)</b>	<b>(95)</b>

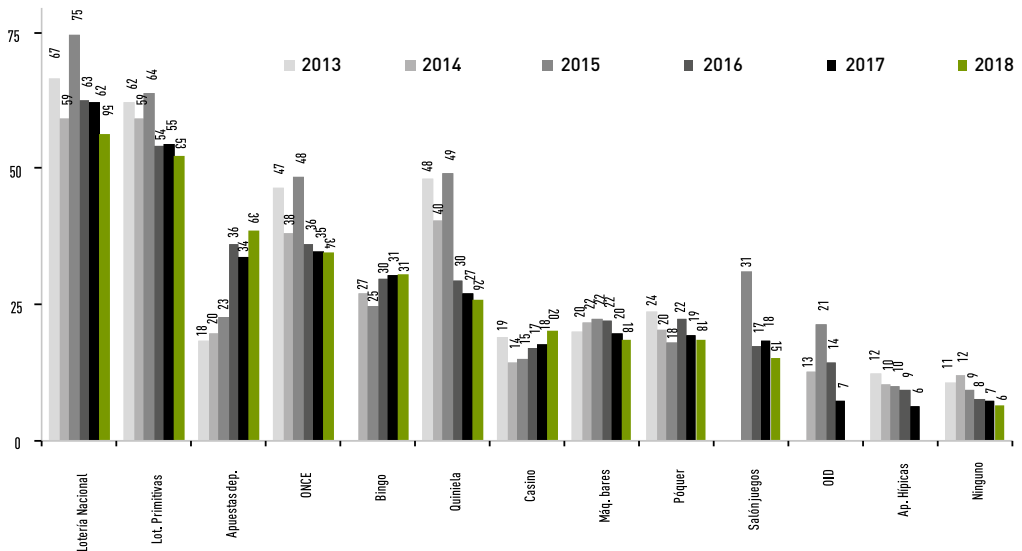
\* La información facilitada por algunos entrevistados (32) no ha permitido clasificarlos según status social.

Fuente: Elaboración propia a partir de DGOJ, *Análisis del perfil del jugador online 2015-16*, Madrid. SELAE, *Memoria Anual 2017*.



estos públicos, en las loterías Nacional y primitivas y Quiniela se observa una clara tendencia descendente, seguramente, jugar desde casa es más cómodo que acercarse a una administración, como se entreveía en los datos de años anteriores (gráfico 22).

Gráfico 22 / **Juego presencial entre los jugadores online (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

La tabla 20 muestra la frecuencia con la que se accede a jugar *online* o a rellenar boletos de loterías primitivas o comprar participaciones de lotería nacional o la ONCE. Más de la mitad de los jugadores *online* en los dos últimos meses (diciembre y enero) declara jugar a apuestas deportivas, bingo o póquer con frecuencia superior a una vez a la semana. El 50% declara rellenar boletos de loterías primitivas una vez a la semana, de la gama de juegos públicos, siendo estos los que mejor se adaptan a las características del juego *online*.

Tabla 20 / **Frecuencia de juegos online (%)**

	Apuestas deportivas	Juegos de casino	Bingo	Póquer rooms o torneos pag. entrada	Póquer cash	Slots, máquinas	Apuestas hípicas, cañódromos	Loterías primitivas	Lotería Nacional	Quiniela	ONCE: cupones o rascas
Todos los días	3,8	1,0	6,8	7,2	2,2	0,0	0,0	3,0	1,3	0,0	0,0
Varias veces semana	22,6	13,5	24,7	20,6	26,7	5,4	18,2	13,3	6,5	0,0	3,8
Una vez a la semana	28,8	17,7	20,5	23,7	21,1	24,3	18,2	40,7	20,0	22,7	26,9
Una vez cada 2 o 3 sem.	16,8	27,1	8,2	14,4	17,8	27,0	18,2	5,9	8,4	18,2	3,8
Una vez al mes	7,9	11,5	27,4	12,4	13,3	13,5	9,1	6,7	9,0	9,1	7,7
Alguna vez	19,9	22,9	12,3	21,6	17,8	27,0	36,4	20,7	33,5	18,2	38,5
Nunca o casi nunca	0,3	6,3	0,0	0,0	1,1	2,7	0,0	9,6	21,3	31,8	19,2
(n)	(292)	(96)	(73)	(97)	(90)	(37)	(22)	(135)	(155)	(22)	(26)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

### 3.4. El tiempo destinado al juego *online*

La frecuencia de conexión a Internet para jugar *online* varía dependiendo del status social. Como se observa en la tabla 21, el 31% de quienes se pueden identificar con el status alto se conecta todos los días o varias veces a la semana, cuya frecuencia desciende en paralelo al status social.

La frecuencia de acceso para jugar *online* disminuye suavemente. En 2015, el 63,4% declaraba hacerlo con frecuencia superior a una vez a la semana, en 2016 descendió al 53,1% y en 2017 al 51,1%. Esto sugiere que pasada la novedad, la intensidad del uso de las webs de juego desciende. Crece el número de jugadores, pero la intensidad media con la que juega cada uno se ralentiza. Puede decirse que es un comportamiento habitual y resta credibilidad a los presagios de que el juego por internet produce descontrol o alteraciones en los comportamientos. La mayor parte de los interesados se conecta y, como con toda novedad, lo hace destinando un tiempo más o menos considerable, proporcional a su curiosidad o interés, pero luego este tiempo se va reduciendo hasta hacer un uso racional de su ocio. Refuerza esta idea el que previamente a los datos más recientes, entre 2009 y 2014 se produjo un incremento regular de los que declaraban jugar todos los días o varias veces a la semana, mientras descendían los que jugaban infrecuentemente. Es decir, los propios usuarios racionalizan el juego *online* definiendo hábitos menos impulsivos.

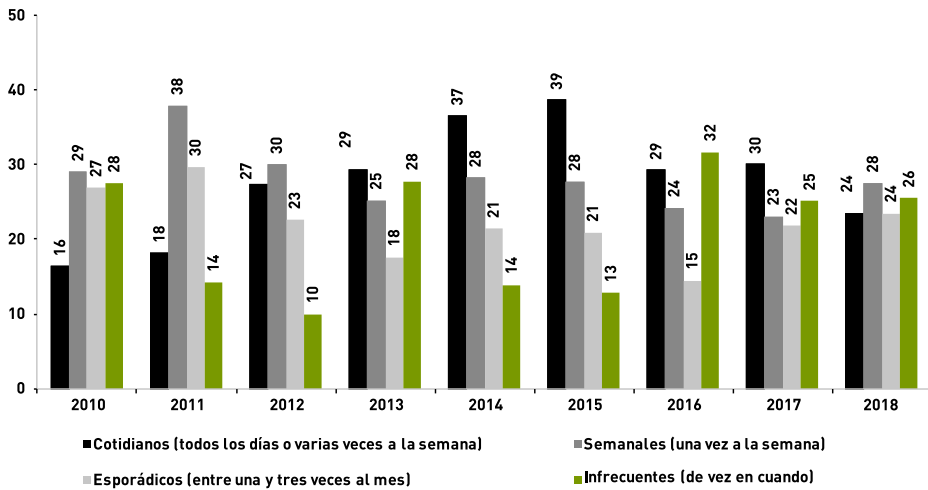
Tabla 21/ **Frecuencia de juego en webs según status social (%)**

	2016	2017	2018					
	Total	Total	Total	Alto	Medio alto	Medio	Medio bajo	Bajo
Todos los días	7,0	7,1	4,0	6,7	6,1	3,0	10,0	0,0
Varias veces a la semana	22,2	22,9	19,6	23,3	17,3	25,7	10,0	0,0
Una vez a la semana	34,2	23,1	27,5	31,7	31,1	19,8	33,3	20,0
Una vez cada dos o tres semanas	14,9	13,9	16,1	11,7	14,8	18,8	20,0	40,0
Una vez al mes	8,0	7,9	7,4	6,7	9,7	5,9	3,3	0,0
Alguna vez, de vez en cuando	19,2	20,1	19,1	15,0	18,9	17,8	20,0	20,0
Casi nunca	4,5	5,0	6,4	5,0	5,4	8,9	3,3	20,0
(n)	(616)	(606)	(404)	(60)	(196)	(101)	(30)	(5)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

El gráfico 23 muestra el dato anterior a largo plazo, sintetizado en cuatro tipologías según la frecuencia de juego por Internet que declaran los entrevistados. Se observa el sensible crecimiento de quienes afirmaban jugar todos los días o varias veces a la semana y el deslizamiento paulatino de los jugadores de menos intensidad hacia el juego una vez a la semana, un proceso que se registraba entre 2009 y 2014. A partir de 2015 la dinámica cambia, se produce un descenso de quienes juegan con frecuencia semanal o superior y un incremento de los infrecuentes. El resultado en 2017 es una distribución muy equilibrada, casi a cuartas partes, entre las distintas intensidades de juego, medida a través de su frecuencia.

Gráfico 23 / Frecuencia de juego online (%)



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

La pregunta sobre el tiempo destinado a jugar “un día tipo” se desdobló. Siguiendo el sistema de los estudios de audiencia, se empleó el método *recent ready*, es decir, se preguntó a los entrevistados si el día anterior a que cumplimentasen el cuestionario había sido laborable o festivo; después se preguntaba si jugó y, a los que respondieron positivamente, cuánto tiempo estuvo conectado y a qué jugó. De esta manera, se procuraba obtener una respuesta lo más ajustada posible a la realidad al recuperar un recuerdo muy reciente y al permitir desglosar dos patrones de juego en día laborable o festivo.

Cabe adelantar que la conclusión general refuerza la anterior, el juego *online* está perdiendo novedad y los hábitos de sus usuarios se asientan, son menos impulsivos y dedican menos tiempo por sesión. En febrero/marzo de 2018, el 79,5% respondió a la entrevista siendo día laborable y el 20,5% festivo. Proporciones similares a las de enero de 2016 y 2017.

Los hábitos de uso del juego *online* en día laborable han variado ligeramente. El 42,7% de los entrevistados accedió a una web para jugar, el tiempo medio que destinó a hacerlo (en una apreciación subjetiva) fue de 31,4 minutos, un sensible descenso respecto a 2016 (34,8') y 2015 (38,7'). La sesión media de juego *online* ha disminuido en dos años un 18,9% de duración, en la apreciación subjetiva de los entrevistados.

En los días laborables el acceso a estas webs se destina a las apuestas deportivas, bingo, juegos de casino y a los juegos de SELAE: loterías primitivas y adquirir Lotería Nacional. En los festivos también se ha reducido la duración de la sesión media, hasta situarse en 32,2', con un fuerte descenso desde los 47,7' que se registraban en 2015 (un 32,5% menos). En los festivos el perfil de los juegos cambia, las sesiones se destinan a las apuestas, bingo y juegos de casino, así como a rellenar o consultar boletos de lotería primitiva (tabla 22).

Tabla 22 / Patrones de juego *online* los días laborables y festivos (%)

Tipo de Día (ayer)	Laborable						Festivo					
	2016		2017		2018		2016		2017		2018	
	75,6		79,9		79,5		24,4		20,1		20,5	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Si	No	Sí	No	Sí	No
Jugó <i>online</i>	39,5	60,5	39,4	60,6	42,7	57,3	48,0	52,0	40,2	59,8	41,0	59
<b>Tiempo de juego</b>												
- Unos minutos	29,9		29,5		35,8		22,2		28,6		17,6	
- Un cuarto de hora	20,1		20,5		18,2		13,9		22,4		35,3	
- Media hora	19,0		22,1		26,3		27,8		22,4		14,7	
- Una hora	15,2		13,2		8,0		13,9		10,2		26,5	
- Una hora y media	7,1		10,5		5,8		8,3		8,2		5,9	
- Dos o tres horas	3,8		1,6		4,4		11,1		6,1			
- Más de tres horas	3,3		1,6		0,7		1,4					
- No sabe o no recuerda	1,6		1,1		0,7		1,4		2,0			
- Media (minutos)	38,7		34,8		31,4		47,7		35,6		32,2	
<b>Juegos (Posible respuesta múltiple)</b>												
- Apuestas deportes	41,3		45,3		40,1		61,1		44,9		47,1	
- Lotería Primitiva	35,3		34,2		35,0		19,4		28,6		26,5	
- Bingo	21,7		20,0		19,0		25,6		12,2		26,5	
- Juegos de casino	13,6		16,3		17,5		20,8		10,2		26,5	
- Póquer rooms, torneos, ..	17,4		19,5		8,8		19,4		20,4		11,8	
- Slots, máquinas	12,5		12,6		10,9		11,1		2,0		11,8	
- Póquer cash, apostando cada mano	16,8		23,2		15,5		22,2		18,4		8,0	
- Lotería Nacional	14,7		12,6		17,5		18,1		8,2		5,9	
- ONCE	14,1		14,7		12,4		12,5		14,3		5,9	
- Apuestas hípicas, canódromos	15,2		15,8		8,0		12,5		10,2		5,5	
- Quiniela	7,6		5,8		4,4		5,6		4,1		0,0	
(n)	(184)		(190)		(137)		(72)		(49)		(34)	

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

En relación con el tiempo de juego *online* hay diferencias considerables. Las mujeres declaran jugar sensiblemente menos que los hombres, tanto los días laborables como los festivos. Los ocupados (de 35 a 44 años) juegan menos los días laborables (obviamente por su trabajo) y los mayores de 44 años los fines de semana, tal vez por ocupaciones familiares. Los entrevistados que puntúan bajo en la escala de impulsividad ante las compras y en la de riesgo de juego problemático (PGSI) destinan también mucho menos tiempo que la media en cada sesión.

En sentido inverso, destinan más tiempo por sesión los menores de 25 años (tanto los días laborables como los festivos), los inmigrantes, sobre todo, los días laborables y los entrevistados que puntúan alto en las dos escalas de impulsividad ante las compras y de riesgo ante el juego problemático (PGSI) (tabla 23).

Tabla 23 / **Patrones de juego online los días laborables y festivos (sectores sociales) (%)**

	Laborables	No laborables
Media (minutos)	31,4	32,2
<b>Sectores que menos tiempo emplean por sesión de juego online</b>		
- Mujeres	27,8	27,2
- Entre 35 y 44 años	25,2	*
- Mayores de 44 años	*	15,0
- Baja impulsividad ante las compras	26,9	*
- Sin problemas en trastornos ante el juego (esc. PGSI)	20,5	19,3
<b>Sectores que más tiempo emplean por sesión de juego online</b>		
- De 18 a 25 años	39,3	37,5
- Inmigrantes	54,4	*
- Status social medio	*	42,8
- Alto de riesgo de trastornos por juego problemático (PGSI)	46,2	41,5
- Muy alta impulsividad ante las compras	67,5	*

(\*) No hay diferencias significativas respecto a la media.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Todo es relativo. Si se comparan estos tiempos con la media destinada a las redes sociales entre sus usuarios, se observa que prácticamente es poco más de la mitad: algo más de media hora frente a casi una hora (54')<sup>1</sup>. Lo que es evidente es que las actividades canalizadas a través de Internet ocupan cada vez más tiempo, porque se han convertido en parte integrante de la vida.

### 3.5. Confianza en las webs de juego

El juego *online* mantiene a lo largo del tiempo la extraña característica de que en sus clientes anida una persistente desconfianza hacia sus proveedores. La confianza que inspiran las webs conocidas o las que frecuentan se mueve en medias de 5,9 y 6,2, respectivamente, es decir, muy moderada. Sorprende que descienda en relación con los registros de años anteriores. Tal vez se deba, en parte, al recelo inicial de los jugadores que se dan de alta. También se mantiene un elevado desconocimiento de si las webs operan desde España o desde fuera. En todo caso, parece claro que los datos sugieren que es una actividad cuyas empresas estuvieran cubiertas por una capa de penumbra (tabla 24).

### 3.6. Medios de pago

Se mantiene la tónica de que no hay diferencia entre los medios de pago utilizados por los inscritos en las webs de juego *online* y los que se utilizan en el comercio electrónico en general<sup>2</sup>, muy estables, aunque cambien lentamente. Los más utilizados son la tarjeta de crédito de los sistemas de pago españoles (60,6%), y los medios de pago *online* (47,8%). Con fracciones minoritarias de las transacciones están las tarjetas prepago, en torno al 10%, con ligera tendencia al alza, algo menos las transferencias bancarias (6,9%) y las tarjetas de crédito no españolas (7,7%).

1/ Fuente: Estimación propia a partir de AIMC (2018): *Navegantes en la Red*.

2/ Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2018): *Navegantes en la Red*, Madrid.

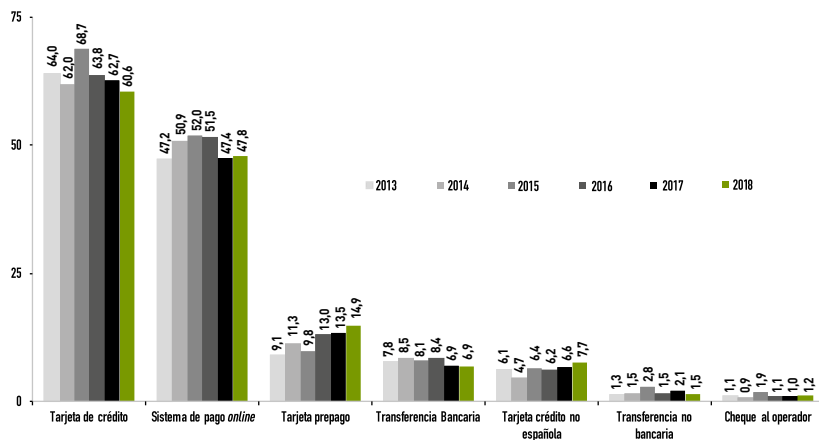
Tabla 24 / **Confianza en las webs de juego online (%)**

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Webs de juego y apuestas que conoce</b>					
Me fío mucho	10,5	10,4	6,7	8,9	7,7
Me fío bastante	46,2	45,4	41,9	42,1	39,1
Me fío regular	26,0	30,9	38,3	36,1	40,3
Me fío poco	7,1	11,1	9,9	11,1	10,4
No me fío nada	3,4	2,1	3,2	1,5	3,0
Media (escala 0 a 10)	6,3	6,3	6,0	6,1	5,9
	(468)	(469)	(616)	(606)	(404)
<b>Webs de juego y apuestas con las que juega</b>					
Me fío mucho	12,8	13,6	10,2	10,6	10,4
Me fío bastante	49,6	47,1	45,8	48,8	42,8
Me fío regular	29,5	29,2	35,4	31	35,6
Me fío poco	5,6	7,5	6	8,1	8,7
No me fío nada	2,6	2,6	2,6	1,5	2,5
Media (escala 0 a 10)	6,6	6,5	6,4	6,5	6,2
	(468)	(469)	(616)	(606)	(404)
<b>Conocimiento de la sede del operador con el que juega más frecuentemente</b>					
Está en España	43,8	59,1	42,5	41,3	40,1
Está fuera de España	12,2	11,3	12,5	14,9	11,4
Unos en España y otros fuera	15,6	14,1	16,4	17,2	18,6
No lo sé	27,4	15,6	28,6	26,6	30,0
	(468)	(469)	(616)	(606)	(404)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Dentro de estos datos se observan ciertas evoluciones, comunes al conjunto de medios de pago por Internet: el paulatino descenso de las tarjetas de crédito convencionales, mientras aumentan las prepago (tal vez para controlar mejor los gastos) y el incremento y posterior estabilización de los medios de pago online (gráfico 24).

Gráfico 24 / **Medios utilizados para pagar en las webs de juego (%)**



Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

## 4. Los discursos sobre el juego

### 4.1. El discurso de la aversión al juego

Como en la edición anterior, se ha intentado analizar las raíces de la aversión al juego a partir de las opiniones de los entrevistados que no juegan. Se ha tomado como base la población que no ha jugado ningún juego de sala durante el año (no ha ido a casinos, bingos, salones, jugado en máquinas tragamonedas en hostelería ni ha apostado) y las preguntas sobre el tema aplicadas en el último informe anual de la British Gambling Commission<sup>3</sup>, con la diferencia de que en nuestro cuestionario se ha formulado como una escala y en el británico como una opción dicotómica (sí-no).

El cuestionario se divide en dos partes: opiniones sobre la relación entre el juego y la sociedad y sobre los jugadores:

- Sobre la relación juego-sociedad hay dos aspectos que son claramente mayoritarios: que el juego es peligroso para la vida familiar y que hay demasiadas oportunidades para jugar. Alrededor del 80% de las respuestas de estos entrevistados están muy o bastante de acuerdo con estas ideas. Los datos son muy parecidos a los obtenidos en el Reino Unido (71% y 80%, respectivamente)<sup>4</sup>.

También está extendida la idea de que el juego es una mala costumbre, el 60,8% está de acuerdo con ella, y como consecuencia: el juego debería ser desaconsejado (59,8%). En el estudio británico los porcentajes fueron similares.

El acuerdo se extiende a la idea general de que el juego no es bueno para la sociedad (70,8% de acuerdo) y que alegra la vida (54% está en desacuerdo). En suma, el juego es una actividad impregnada de una imagen social rechazable, tanto en España como en otros países.

Las opiniones están equilibradas sobre la idea de que la sociedad iría mejor si el juego estuviera prohibido (26,7% a favor y 42,7% en contra de la idea, con un 30,6% en un acuerdo parcial).

- La imagen social de los jugadores es negativa. Se admite mayoritariamente que la gente tiene derecho a jugar cuando quiera (50,4% de acuerdo), pero quien juega es visto como alguien poco fiable y dominado por sus impulsos (la idea de que la mayor parte de quienes juegan lo hacen con responsabilidad y conocen sus límites es compartida sólo por el 18,6% de los entrevistados que no juegan en salas, mientras el 53,9% opina lo contrario) (tabla 25). En suma, se puede decir que entre quienes no juegan en sala (reducen su experiencia de juego a los públicos) dominan el arquetipo negativo del jugador alimentado por experiencias o las ficciones negativas que nutren el cine y la literatura.

3/ Gambling Commission (2018): *Gambling participation in 2017: behaviour, awareness and attitudes. Annual Report*, February 2018, pág. 49.

4/ *Ib idem*.

Tabla 25 / Opiniones sobre el juego entre quienes no han visitado ninguna sala de juego (%)

Texto de la pregunta: "En qué medida está acuerdo con estas ideas sobre el juego ...?"

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada	Media 0 - 10 (*)
<b>Opiniones sobre el juego y la sociedad</b>						
El juego es peligroso para la vida familiar	56,8	28,1	9,8	3,2	2,1	8,4
Hay demasiadas oportunidades para jugar en cualquier parte	51,4	27,2	10,4	4,1	6,9	7,8
El juego es una mala costumbre	35,5	25,3	24,1	8,5	6,6	6,9
El juego debería ser desaconsejado, desincentivado	36,7	23,1	24,7	7,5	8,0	6,8
La sociedad iría mejor si el juego estuviera prohibido en todas partes	14,4	12,3	30,6	21,2	21,5	4,4
Jugar alegra la vida	7,9	10,7	27,4	29,8	24,2	3,7
Globalmente el juego es bueno para la sociedad	1,3	3,3	24,6	25,0	45,8	2,2
<b>Opiniones sobre los jugadores</b>						
La gente debe tener derecho a jugar cuando quiera	24,4	26,0	29,3	10,6	9,7	6,1
La gente que juega me parece poco fiable	14,4	12,9	34,5	19,8	18,4	4,6
La mayor parte de la gente que juega lo hace con responsabilidad, conoce sus límites	7,9		27,4	29,8	24,1	3,7

(n) = 667

(\*) La escala semántica se transformó en aritmética imputando los valores 10; 7,5; 5; 2,5; y 0.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Estas opiniones están sesgadas socialmente, sin llegar a invertirse en ningún sector social. Las mujeres tienen peor opinión del juego y de quienes juegan que los hombres, y las opiniones se hacen más negativas según avanza la edad, lo que sugiere que esta visión negativa del juego está asociada a formas de socialización antiguas en las que la religión y ciertas visiones morales tenían más peso que actualmente. La opinión sobre el juego es bastante más laxa entre los inmigrantes que entre los españoles. Hasta ahí se puede decir que los resultados guardan relación con lo previsible.

Hay una estrecha correlación entre las opiniones acerca del juego y la propensión a las compras impulsivas o compulsivas: cuanto mayor inclinación a este tipo de compras más comprensión hacia el juego y los jugadores. Esta afinidad es elevada en la valoración de la peligrosidad del juego para la vida familiar, descargar al juego de la sombra de que sea una mala costumbre, de que la sociedad iría mejor si el juego estuviera prohibido en todas partes o que jugar alegra la vida y que, globalmente, el juego es bueno para la sociedad. Estas últimas ideas se polarizan en función de las actitudes sobre compras compulsivas. La imagen de los jugadores también varía mucho en función de esta variable. La idea de que son personas fiables aumenta según estos entrevistados (que no han jugado en salas) se muestran más sensibles a las compras compulsivas. A la inversa, la idea de que todo el mundo tiene derecho a jugar cuando quiera, aumenta en paralelo a la impulsividad con la que se compra en general (tabla 26). En otro epígrafe de este informe se describe el funcionamiento de la escala para medir la propensión a este tipo de compras.



Tabla 26 / **Opiniones sobre el juego entre quienes no han visitado ninguna sala de juego, según inclinación a las compras** (Media de 0 a 10)

Texto de la pregunta: "En qué medida está acuerdo con estas ideas sobre el juego ...?"

	Inclinación a las compras impulsivas/compulsivas					Media 0 - 10
	Baja	Media Baja	Media	Media Alta	Alta	
<b>Opiniones sobre el juego y la sociedad</b>						
El juego es peligroso para la vida familiar	8,6	8,5	8,0	7,7	7,5	8,4
Hay demasiadas oportunidades para jugar en cualquier parte	7,5	8,0	7,9	7,7	8,7	7,8
El juego es una mala costumbre	7,3	6,9	6,1	7,0	4,0	6,9
El juego debería ser desaconsejado, desincentivado	6,9	7,0	6,5	6,9	7,5	6,8
La sociedad iría mejor si el juego estuviera prohibido en todas partes	5,2	4,2	3,9	4,2	1,3	4,4
Jugar alegra la vida	1,5	2,0	2,7	3,0	6,0	3,7
Globalmente el juego es bueno para la sociedad	2,0	2,0	2,4	3,3	6,0	2,2
<b>Opiniones sobre los jugadores</b>						
La gente debe tener derecho a jugar cuando quiera	5,9	6,0	6,3	6,7	8,7	6,1
La gente que juega me parece poco fiable	5,1	4,4	4,5	4,4	4,0	4,6
La mayor parte de la gente que juega lo hace con responsabilidad, conoce sus límites	3,6	3,7	3,8	4,0	3,7	3,7

(n) = 667

(\*) La escala semántica se transformo en aritmética imputando los valores 10; 7,5; 5; 2,5; y 0.

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

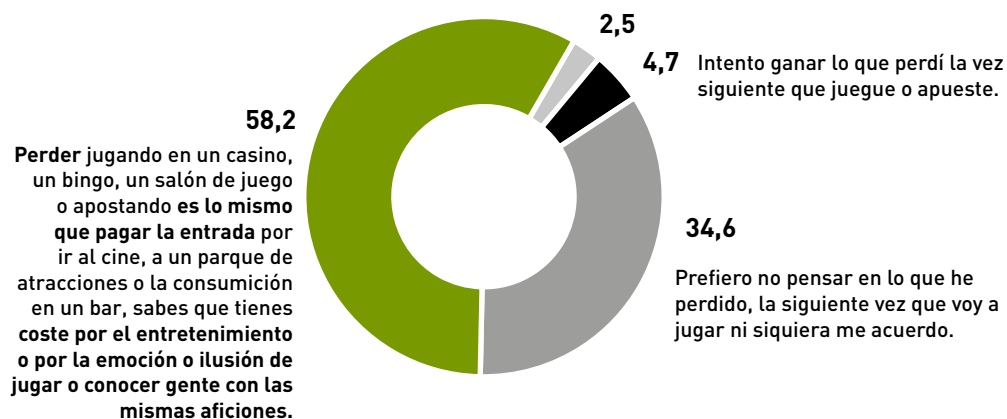
#### 4.2. Las actitudes ante las pérdidas en el juego

El efervescente discurso de aversión al juego descrito tiene como una de sus piedras angulares las debilidades de los jugadores, a los que se contempla como personas poco fiables y con bajo control sobre su afición. El resorte de este discurso viene a ser la visión de los jugadores como personas que no resisten la tentación de jugar y soportarían mal perder, desencadenando una sucesión de intentos de recuperar las pérdidas que les llevaría a caer en un vicio –en la edición del año pasado de este estudio se observó la extensión de la visión del juego como vicio–.

A contracorriente de ese discurso, los clientes de las salas de juego el año pasado muestran un comportamiento muy racional. Naturalmente, pueden ganar o perder. Lo habitual es perder. En tal caso, la inmensa mayoría racionaliza este resultado: se trata del precio por un rato de entretenimiento y disfrutar de unas instalaciones, algo así como la entrada a un espectáculo (58%). Para otros, algo que no gravita sobre sus decisiones de juego la siguiente vez que jueguen (34,6%). Ambos componen la inmensa mayoría (92,6%) de quienes han ido alguna vez a una sala de juego durante 2017.

A la inversa, sólo el 4,7% de los clientes de salas de juego o apuestas juega para intentar ganar lo que perdió la anterior vez. Esto equivale al 0,75% de la población entre 18 y 75 años (gráfico 25).

Gráfico 25 / Actitudes ante las pérdidas de los clientes de juegos en sala y apuestas (%)



(n) = 134

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Estas actitudes no responden a variables sociológicas convencionales (sexo, edad, status social, etc.), se trata de factores idiosincrásicos. El mayor empeño de recuperar las pérdidas se detecta entre los jugadores cotidianos (los que juegan todos los días o varias veces a la semana) (12,8%) (también entre los esporádicos, que juegan una vez al mes o con menos frecuencia, pero esto parece ser un “espejismo” de la muestra) (tabla 27). La sensibilidad a las compras impulsivas o compulsivas aparece como variable importante. A una mayor capacidad de planificación de las compras (niveles bajos de esta escala) corresponde una actitud de considerar las pérdidas de juego como la entrada a un espectáculo convencional y a la inversa, la menor capacidad de planificación de las compras, o sea, el comportamiento impulsivo más elevado, conduce a una actitud de olvido o “no pensar” en las pérdidas anteriores cuando se juega. La máxima racionalización la hacen quienes muestran menor impulsividad ante las compras: asimilan las eventuales pérdidas al precio del espectáculo o el tiempo de disfrute de una actividad gratificante para ellos (tabla 28).

Tabla 27 / Actitudes ante las pérdidas y las ganancias (según frecuencia subjetiva de juego) (%)

Texto de la pregunta: Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder en un casino, bingo, salón de juego, apostando o echando monedas en una máquina?

	Total	Tipo de jugador			
		Cotidiano	Semanal	Esporádico	Infrecuente
Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	4,7	12,8	1,4	11,7	0,0
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	34,6	49,0	22,8	48,6	31,1
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar, conocer gente con las mismas aficiones, etc.	58,2	38,2	75,8	39,7	63,4
NS/NC	2,5	0,0	0,0	0,0	5,5
(n)	(134)	(21)	(34)	(26)	(46)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX (2018)*, Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 28 / **Actitudes ante las pérdidas y las ganancias**  
(Sensibilidad a las compras impulsivas/compulsivas)

Base: han jugado en casinos, bingo, salones, apuestas o máquinas de hostelería el último año.

Texto de la pregunta: Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder en un casino, bingo, salón de juego, apostando o echando monedas en una máquina?

	Total	Sensibilidad a las compras impulsivas/compulsivas				
		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	4,7	0,0	2,2	10,2	3,5	0,0
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	34,6	66,7	47,1	29,1	35,8	12,1
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar, conocer gente con las mismas aficiones, etc.	58,2	33,3	50,7	60,6	54,4	82,9
NS/NC	2,5	0,0	0,0	0,1	6,3	5,0
(n)	(134)	(3)	(34)	(41)	(42)	(14)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Es lógico que la actitudes ante las pérdidas estén relacionadas con las tipologías que se deducen de las escalas de sensibilidad ante el juego: PGSI y DSM-IV (tablas 29 y 30, respectivamente). En ellas se observa que la pulsión por recuperar lo perdido correlaciona estrechamente con los niveles de riesgo ante el juego detectados en los entrevistados en ambas escalas. Entre los jugadores de alto riesgo está muy presente esta idea, que se modera según se distancia el riesgo ante el juego.

Tabla 29 / **Actitudes ante las pérdidas y las ganancias** (según la escala PGSI) (%)

Base: han jugado en casinos, bingo, salones, apuestas o máquinas de hostelería el último año.

Texto de la pregunta: Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder en un casino, bingo, salón de juego, apostando o echando monedas en una máquina?

	Total	Tipo de jugador			
		Problemático moderado	Riesgo moderado	Bajo riesgo	Sin problema
Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	4,7	50,0	11,1	3,6	1,7
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	34,6	50,0	11,1	39,3	34,6
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar, conocer gente con las mismas aficiones, etc.	58,2		77,8	57,1	60,6
NS/NC	2,5	0,0	0,0	0,0	4,1
(n)	(134)	(4)	(7)	(14)	(109)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 30 / **Actitudes ante las pérdidas y las ganancias** (según la escala DSM-IV) (%)

Base: han jugado en casinos, bingo, salones, apuestas o máquinas de hostelería el último año.

Texto de la pregunta: Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder en un casino, bingo, salón de juego, apostando o echando monedas en una máquina?

	Total	Tipo de jugador			
		Problemático	Riesgo moderado	Bajo riesgo	Sin problema
Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	4,7	33,3	10,0	1,4	1,2
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	34,6	50,0	50,0	41,1	26,9
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar, conocer gente con las mismas aficiones, etc.	58,2	16,7	40,0	57,5	67,5
NS/NC	2,5	0,0	0,0	0,0	4,4
(n)	(134)	(6)	(16)	(33)	(79)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

## 5. El juego y las compras compulsivas o impulsivas

¿Qué relación hay o puede haber entre la impulsividad en las compras y el juego? Como ya es habitual en estos informes anuales se incluyó en el cuestionario una serie de preguntas para conocer la relación del juego con diversos aspectos de la vida, el año pasado la felicidad, el anterior las relaciones sociales y la percepción de capital social de los individuos. En esta ocasión se optó por las compras impulsivas/compulsivas.

Como siempre en una encuesta, el problema es convertir un concepto genérico en una escala aplicable en las preguntas de un cuestionario y medible a partir de las respuestas de los entrevistados. El concepto de las compras impulsivas o compulsivas es complejo y no está del todo aquilatado. Algunos autores lo han considerado como el reverso tenebroso del comportamiento del consumidor (Brown, 1995; Wansink, 1994) de manera no muy diferente al enfoque que algunos académicos analizan determinados comportamientos en el juego (Gómez Yáñez, 2017, 222). En los primeros trabajos sobre el tema, se asimiló este impulso a la ausencia de un plan previo a través del que el consumidor actuase con racionalidad, aproximándose al comportamiento definido como *homo economicus*, que no cedería a sus caprichos y operaría en función de un estricto cálculo coste/beneficio. Se sabe que esto no es así. Pero, teóricamente, se racionalizó que la ausencia de un plan que dirija su comportamiento abriría la oportunidad a situaciones en las que el consumidor se encontraría con una repentina, fuerte y persistente necesidad de comprar algo de forma inmediata. Tal impulso, irresistible, produce un efecto emocional placentero que se desencadena cuando hay una reducción de la percepción de las consecuencias (negativas) de tal compra (Rook, 1987, 191). El impulso lo desencadena el deseo repentino y espontáneo que produce la emoción que suscita el objeto, al coincidir con la oportunidad de comprar, lo que provoca una fantasía alrededor del objeto deseado y el hedonismo de liberarse de cualquier restricción, eliminando momentáneamente la evaluación de las consecuencias de la compra/gasto. Algo así como una ecuación:

**Impulso = (deseo irresistible + oportunidad de compra) – evaluación de los costes/consecuencias de la compra**

Ecuación en la que los dos términos iniciales alcanzan una intensidad altísima y el tercero queda anulado total o parcialmente. Pasado el momento eufórico (deseo+oportunidad) la evaluación de los costes puede producir sentimientos de culpabilidad y malestar en el sujeto.

La compra compulsiva es, pues, una decisión rápida e imprevista que desencadena una experiencia emocional placentera e inmediata, a veces, ignorando la racionalidad y liberada del peso de la evaluación de sus costes o consecuencias. En síntesis, una falta de autocontrol que lleva al nacimiento de una intención de compra de un objeto que no estaba definida antes de verlo y tener la oportunidad de adquirirlo (Dickman, 1985; Eisenck y Eisenck, 1977; Weinberg y Gottwald, 1982). Más allá de la definición de impulso está la de la pulsión. La impulsividad podría ser un rasgo estable del carácter de un individuo. El deseo compulsivo sería un comportamiento momentáneo

nacido de la falta de reflexión, con efectos similares. Ambos, por tanto, tienen elementos en común. Lo compulsivo vendría a ser algo así como la compra frecuente de artículos innecesarios, pero que cubren la necesidad psíquica inmediata, produciendo un alivio emocional.

Las investigaciones apuntan al mayor materialismo de los individuos compulsivos, en parte derivado de alguna diferencia en su socialización. La evidencia empírica apunta a que los compradores compulsivos suelen proceder de familias problemáticas o inestables, en mayor medida que los compradores “normales” (Rindfleisch, Burroughs y Denton, 1997; Roberts, 1998; Scherhorn, 1990). La diferencia entre lo impulsivo y lo compulsivo es sutil. Lo impulsivo tendría como elementos característicos que opera a corto plazo y sobre una momentánea falta de control. Lo compulsivo se adentra en un comportamiento repetitivo, que causa problemas por aflicción ante la irreflexiva decisión tomada, pero que inicialmente sirve para aliviar estados emocionales negativos y que se alimenta de ensoñaciones sobre los resultados de la compra. La compra compulsiva estaría así asociada a disfunciones psicológicas (depresión, ansiedad, baja autoestima, etc.). Estas disfunciones han sido observadas también en los individuos con trastornos de comportamiento ante el juego, de ahí el interés por comparar ambos comportamientos.

Para medir la impulsividad ante las compras se han utilizado varias escalas. En España, el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) utilizó una en 1998<sup>5</sup>, cuya consistencia fue analizada por Sarabia y Schmidt (2004). Se componía de siete ítems y la gama de respuestas ofrecida a los entrevistados consistía en cuatro puntos sobre la frecuencia de ciertos comportamientos ante las compras. A cada entrevistado se le asigna una puntuación entre 0 –para las respuestas “nada”- y 3 –para las respuestas “mucho”- en cada pregunta, de manera que cada uno puede oscilar entre 0 y 21 puntos. Originalmente, Sarabia y Schmidt desglosaron la escala en tres segmentos (bajo: de 0 a 2; típico, de 3 a 10; alto, de 11 a 21). En este estudio se ha utilizado esta escala y estos segmentos, sin embargo, un primer análisis de nuestros datos puestos en relación con el juego, mostraron que era más operativo un desglose algo distinto, respetando los límites definidos por ellos:

Muy bajo 0 – 2 / Bajo 3 – 6 / Medio 7 – 10 / Alto 11 – 16 / Muy alto 17 – 21

La tabla 31 recoge las frecuencias de las respuestas de los entrevistados a las preguntas de la escala. Algo llamativo, que se producía también la encuesta del CIS de hace más de veinte años, es que no hay NS/NC, sólo cabe explicarlo a partir de la suposición de que los entrevistados tienen muy claras sus actitudes antes las compras, o las respuestas convenientes para estas preguntas. Recoge las respuestas del conjunto de la población comprendida entre 18 y 75 años y las obtenidas en la muestra de personas que han jugado *online* en los dos últimos meses. O sea, las respuestas de las dos muestras sobre las que se elabora este informe. La simple observación de los dos conjuntos de datos muestra unos niveles de impulsividad o compulsividad en las compras sustancialmente mayor entre quienes declaran haber jugado *online* en los dos últimos meses. Es muy llamativo que la mayor diferencia de respuestas se produzca en el ítem “a veces me he encontrado con que había gastado más de lo que realmente tenía”, con una fuerte desviación hacia quienes han jugado *online* en el plazo citado.

5/ CIS: Estudio 2287, *Los comportamientos económicos de los españoles: consumo y ahorro II*, Octubre 1998.

Tabla 31 / **Respuestas a la escala de impulsividad/compulsividad en las compras (%)**

Texto de la pregunta: Hace pocas semanas hemos estado en Navidad y Reyes, cuando se hacen muchas compras para la familia, amigos y para uno mismo. Pensando en las compras que hace usted para usted mismo o para su hogar le voy a leer una serie de cosas que se pueden pensar cuando se compra, ¿Dígame si le pasan ...?

Base: Población de 18 a 75 años (n=801)	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Quando compro, siempre estoy abierto a los cambios y a las nuevas ideas	13,2	29,5	39,3	18,0
Varió mucho los productos que compro porque pasado un tiempo me canso de comprar siempre lo mismo	6,6	10,1	42,5	40,8
A veces me he encontrado con que había gastado más de lo que realmente tenía	6,3	10,0	35,3	48,4
Disfruto comprando cosas que no tenía previstas	5,6	11,0	35,1	48,3
A veces, cuando tengo dinero en el bolsillo o en la tarjeta, compro cosas que no tenía pensado comprar y que, seguramente, no habría comprado de no haber tenido dinero	4,8	9,5	33,2	52,5
Quando veo algo me gusta realmente, sería capaz de comprarlo a cualquier precio	3,9	10,3	31,1	54,7
De vez en cuando me gusta comprar o llevar cosas que sé que compra o lleva gente que piensa o vive como yo	2,4	7,2	38,0	52,4
Base: Población entre 18 y 75 años que ha jugado online en los dos últimos meses (n=404)	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Quando compro, siempre estoy abierto a los cambios y a las nuevas ideas	14,1	55,2	28,5	2,2
Varió mucho los productos que compro porque pasado un tiempo me canso de comprar siempre lo mismo	7,2	43,1	43,1	6,6
A veces me he encontrado con que había gastado más de lo que realmente tenía	27,2	38,9	25,2	8,7
Disfruto comprando cosas que no tenía previstas	9,4	43,8	37,1	9,7
A veces, cuando tengo dinero en el bolsillo o en la tarjeta, compro cosas que no tenía pensado comprar y que, seguramente, no habría comprado de no haber tenido dinero	11,6	33,2	42,1	13,1
Quando veo algo me gusta realmente, sería capaz de comprarlo a cualquier precio	5,0	39,4	38,6	17,0
De vez en cuando me gusta comprar o llevar cosas que sé que compra o lleva gente que piensa o vive como yo	10,4	43,6	38,4	7,6

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Los niveles de sensibilidad están asociados a algunas variables sociológicas, aunque de forma débil, excepto el juego *online*. Las mujeres son más sensibles a las compras de este tipo, por tanto, tienen una mayor presencia en los niveles “alto” y, sobre todo, “muy alto”. Todos los casos en este nivel hallados en la muestra son mujeres (tabla 32). Este comportamiento desciende con la edad, haciéndose bastante infrecuente a partir de los 55 años. Entre los menores de 35 años superan el 20% los que se pueden ubicar en los niveles “alto” o “muy alto”. Dicho de otra manera, los jóvenes parecen bastante vulnerables a las compras compulsivas. Es menos directa la influencia del status social, aunque tendencialmente se aprecia un incremento de la impulsividad en las compras paralelo al status social, lo que podría explicarse por la holgura económica de los hogares de status sociales alto o medio alto, que puede permitirles ciertos caprichos no premeditados. No obstante, claramente son las personas que han jugado *online* en los dos últimos meses los que muestran mayores niveles de impulsividad en las compras.

Tabla 32 / Perfil sociológico de los niveles de sensibilidad ante las compras (%)

	Niveles de sensibilidad ante las compras impulsivas/compulsivas				
	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
<b>Total</b>	25,5	38,7	23,3	12,0	0,5
<b>Sexo</b>					
Hombres	26,2	39,2	24,2	10,4	0,0
Mujeres	24,7	38,3	22,4	13,6	1,0
<b>Edad</b>					
De 18 a 24 años	3,2	20,3	38,0	37,2	1,2
De 25 a 34 años	6,7	38,1	31,9	22,7	0,6
De 35 a 44 años	19,8	45,3	24,7	9,5	1,0
De 45 a 54 años	29,8	36,1	23,4	10,2	0,4
De 55 a 64 años	34,7	47,3	15,3	2,6	0,0
De 65 a 75 años	54,4	34,7	10,0	0,9	0,0
<b>Status social</b>					
Alto	14,7	40,1	26,0	19,1	0,0
Medio Alto	24,1	43,7	21,7	10,1	0,4
Medio	22,9	41,0	10,1	15,2	0,7
Medio Bajo	29,2	34,4	25,5	10,2	0,7
Bajo	38,5	24,6	30,6	6,2	0,0
<b>Origen</b>					
Españoles	26,3	39,3	22,2	11,6	0,5
Inmigrantes	5,7	20,7	40,4	33,2	0,0
<b>Han jugado online en los dos últimos meses (*)</b>	0,7	16,1	35,4	44,1	3,7

(\*) Datos procedentes de la encuesta online (n=404).

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

La tabla 33 muestra la información anterior a la inversa, es decir, la distribución de cada uno de los segmentos por sexo, edad y status social.

La eventual relación directa de esta variable con el juego se recoge de dos maneras. En primer lugar, como muestra la tabla 34, la participación en juegos -comprar loterías o juegos de la ONCE o asistir a salas de juego- crece en paralelo con la impulsividad o compulsividad en las compras, hasta el nivel “alto”. Un indicador tosco que sintetiza esta relación puede ser la media del porcentaje de juegos en los que participó el año pasado en cada nivel de sensibilidad a las compras impulsivas/compulsivas: desde 14,5 en el nivel “muy bajo” hasta 23,5 en el nivel “alto”. La relación es lineal así que hay que suponer una vinculación entre los resortes emocionales y/o psíquicos que impulsan el consumo impulsivo o compulsivo y los que impulsan a adquirir participaciones en sorteos a acudir a salas de juego. Como si la decisión de jugar estuviera movida, en parte de los jugadores, por los factores citados de no planificación y búsqueda de satisfacciones inmediatas o fantasías asociadas al objeto comprado, en este caso, el juego o la ilusión del premio. Esto resulta más llamativo si se tiene en cuenta la composición mayoritariamente femenina de los niveles “alto” y “muy alto” en el índice.



Tabla 33 / Perfil sociológico de los niveles de impulsividad ante las compras (%)

	Niveles de sensibilidad ante las compras impulsivas/compulsivas				
	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
<b>Total</b>	25,5	36,7	23,3	12,0	0,5
<b>Sexo</b>					
Hombres	51,2	50,3	51,6	42,8	0,0
Mujeres	48,8	49,7	48,4	57,2	100
<b>Edad</b>					
De 18 a 24 años	1,2	4,8	15,1	28,6	20,0
De 25 a 34 años	4,2	16,0	22,2	30,7	20,0
De 35 a 44 años	17,4	26,4	24,0	17,9	40,0
De 45 a 54 años	24,7	19,8	21,6	18,0	20,0
De 55 a 64 años	23,0	20,6	11,1	3,7	0,0
De 65 a 75 años	29,6	12,4	5,9	1,1	0,0
<b>Status social</b>					
Alto		8,0	8,6	12,2	0,0
Medio Alto	27,6	32,9	27,2	24,5	20,0
Medio	25,4	29,9	24,4	35,8	40,0
Medio Bajo	32,1	24,8	30,6	23,8	40,0
Bajo	10,5	4,4	9,2	3,6	0,0
(n)	(204)	(310)	(187)	(96)	(4)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Vistas las cosas de otra manera, la asociación entre esta escala de impulsividad en las compras y los niveles de implicación en el juego que se deducen de las escalas PGSI y DSM-IV es débil (tabla 35) (PGSI:  $X^2=56,95$ ,  $\Phi=0,071$ ; DSM-IV:  $X^2=57,51$ ,  $\Phi=0,072$ ). Aunque hay un solapamiento entre quienes pueden situarse en niveles de “juego problemático” o “riesgo moderado” y quienes se sitúan en el nivel “alto” de compras impulsivas/compulsivas; sin embargo, el patrón de distribución del riesgo ante el juego cruzado por los niveles de sensibilidad a las mismas se mantienen bastante estables, en todos los cortes, por tanto, sólo hay una relación débil entre ambas variables.

La conclusión global es que hay una vinculación superficial entre el juego y la impulsividad ante las compras, de manera que a mayor nivel de impulsividad mayor atracción a participar en los juegos, esencialmente como una forma de ilusión. Ahora bien, esta relación se rompe a niveles más profundos. La observación de las variables sociológicas que dominan uno y otro comportamiento sugiere que, en sus niveles más problemáticos, el juego incide sobre los hombres y las compras compulsivas sobre las mujeres. En ambos casos recae, fundamentalmente, sobre los menores de 35 años.

Tabla 34 / **Práctica de juegos de azar según niveles de impulsividad ante las compras (%)**

	Niveles de sensibilidad ante las compras impulsivas/compulsivas					
	Total	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Lotería Nacional	70,2	68,3	76,5	68,8	57,1	60,0
Lotería del Niño	41,6	43,5	41,9	41,2	36,9	40,0
Lotería nacional: sorteos semanales	12,8	13,5	12,7	10,7	16,6	0,0
Euromillones, loterías primitivas	39,6	42,0	36,3	41,4	41,0	20,0
Cupones y juegos de la ONCE	25,1	2,4	22,9	28,8	30,3	40,0
Ha ido a algún salón de juegos	8,4	3,4	5,2	9,1	27,6	20,0
Ha ido a jugar a un bingo	7,1	1,7	4,8	11,2	16,7	40,0
Juegos de casino o ir a un casino	6,8	1,7	6,3	8,7	14,7	20,0
Quiniela	6,4	4,5	4,4	9,9	10,1	0,0
Maquinas tragamonedas de bares o salones	5,9	0,8	4,7	7,6	17,6	0,0
Cupones de organizaciones de discapacitados (OID, etc.)	5,6	5,0	3,9	5,5	12,7	0,0
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas	4,5	1,6	2,4	5,0	18,0	0,0
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa	1,9	0,0	1,6	2,6	5,7	0,0
Media		14,5	17,2	19,3	23,5	18,5
(n)	(801)	(204)	(310)	(187)	(96)	(4)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 35 / **Perfil sociológico de los niveles de sensibilidad ante las compras**  
Base: Población de 18 a 75 años (n= 801) (%)

	Niveles de sensibilidad ante las compras impulsivas/compulsivas					
	Total	Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
<b>PGSI</b>						
Juego problemático	0,9	0,0	0,0	1,8	3,8	0,0
Riesgo moderado	1,3	0,0	0,3	2,5	5,3	0,0
Bajo riesgo	2,4	1,5	1,5	2,9	6,4	0,0
Sin problema de juego	79,3	78,9	82,6	72,7	82,0	80,0
No jugador	16,2	19,6	15,6	20,1	2,5	20,0
<b>DSM- IV (Continuous Scoring)</b>						
Alto riesgo	1,0	0,0	0,3	1,8	4,6	0,0
Riesgo moderado	3,2	1,5	2,2	3,7	9,7	0,0
Bajo riesgo	7,3	4,5	6,0	9,2	15,0	0,0
Sin problema de juego	72,2	74,4	75,9	65,2	68,2	80,0
No jugador	16,2	19,6	15,6	20,1	2,5	20,0
(n)	(801)	(204)	(310)	(187)	(96)	(4)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

## 6. El juego problemático

### 6.1. Enfoque del problema

Como en ediciones anteriores, se incluyó en el cuestionario la batería de preguntas destinada a detectar incidencias del juego problemático utilizadas internacionalmente en los últimos años (PGSI y DSM-IV). Por la importancia mediática y, por tanto, la atención que la sociedad presta a esta cuestión repetimos una vez más la información y antecedentes, contenidos y aplicación de estos sistemas de detección.

La adicción al juego fue reconocida como un desorden mental en la tercera edición del *Diagnostic and Statistical Manual* (DSM III) de la Asociación Americana de Psiquiatría, en 1980. El núcleo de esta definición es la pérdida de control del individuo sobre sí mismo y su conducta respecto al juego, no la frecuencia o las cantidades que juegue. Gráficamente, el juego problemático se puede definir como el final de una pendiente en la que el individuo pierde progresivamente el control sobre sus actos. Operativamente, se pueden distinguir niveles que comienzan en el punto 0 de indiferencia u hostilidad ante el juego hasta la pérdida de control que requiere atención clínica. Aunque la definición sugiere una progresión, el proceso no es irreversible ni irremediable, simplemente hay niveles, y el sujeto podría retroceder en ellos.

En esta escala los grados se distinguen cualitativamente y las distinciones son relativamente arbitrarias. El gráfico representa esta idea.



### 6.2. Los instrumentos de medición

El problema operativo de discriminar entre las personas que juegan por entretenimiento de quienes han desarrollado un problema que puede llegar a requerir atención clínica, es diseñar y aplicar instrumentos de medida que permitan discriminarlos. En la investigación clínica se utilizan test que diagnostican individuo a individuo. En la investigación sociológica el problema se plantea de diferente manera: determinar qué fracción de la población puede estimarse en cada punto del continuum “normalidad”-“juego problemático”.

En 1994, la Asociación Americana de Psiquiatría desarrolló un cuestionario (denominado convencionalmente DSM-IV) que desglosaba distintos indicadores sobre pérdida de control ante el juego. Consiste en diez preguntas dicotómicas (Sí/No), que más tarde se convirtieron en una escala (de Likert) de cuatro puntos sobre la frecuencia con la que el entrevistado se encontraba con un problema vinculado al juego (casi siempre, con frecuencia, alguna vez, nunca). Este cuestionario ha

dado lugar a varias explotaciones estadísticas convencionales para situar a los entrevistados en el continuum antes descrito. Las dos que se utilizarán en este estudio serán:

- La explotación dicotómica (Sí/No) que sitúa a los entrevistados en tres niveles: “sin problema” (ninguna respuesta positiva), “riesgo moderado” (una o dos respuestas positivas) y “juego problemático” (tres o más respuestas sí). Esta explotación se utilizará para la muestra online, por ser más ágil -y suponemos que más precisa- para un cuestionario autoadministrado en un PC o móvil.
- La explotación “continuous scoring”, que asigna la siguiente escala de puntos:
  - 0 para las respuestas “nunca”
  - 1 para “alguna vez”
  - 2 para “con frecuencia”
  - 3 para “casi siempre”.

Esta escala sitúa a cada entrevistado en un punto entre 0 y 30. La clasificación de los casos depende de su puntuación:

0	“sin problema”
1 – 2	“bajo riesgo”
3 – 7	“riesgo moderado”
8 y más	“jugador problemático”.

Las versiones del DSM-IV están diseñadas desde la psiquiatría, su aplicación práctica a grandes muestras sociológicas produce a veces resultados extraños. Por tanto, se buscaron alternativas que desembocaron en un nuevo cuestionario que se ha ido imponiendo en la práctica, el PGSI (Program Gambling Severity Index), desarrollado inicialmente por el Canadian Centre of Substance Abuse (en su primera versión se denominó CPGI). El PGSI consiste en nueve ítems en los que pide a los entrevistados que se sitúen en una escala, a cada respuesta se le asigna una puntuación, de 0 a 3, desde 0 a la respuesta “nunca” hasta 3 a “casi siempre”. La suma de respuestas sitúa a cada entrevistado en un punto entre 0 y 27 (9 preguntas por una puntuación máxima de 3). La suma de puntos clasifica en cuatro tipologías: desde “sin problema de juego” hasta “jugador problemático”.

Los cuestionarios DSM-IV y PGSI, estructurados como escalas de Likert de cuatro respuestas, se han utilizado aquí como base para determinar los niveles de implicación en el juego en la población española comprendida entre 18 y 75 años. La utilización de dos sistemas es frecuente, con la consecuencia de que den resultados ligeramente diferentes, algo que hay que asumir como inevitable en este terreno de investigación<sup>6</sup>.

La incidencia del juego problemático se limitó a los doce últimos meses, localizando esta variable a partir de las respuestas de los entrevistados a los juegos a los en que habían participado en ese periodo.

---

6/ Se procedió así en Wardle, H; Moody, A; Spence, S; Orford, J; Volberg, R; Jotangia, D; Griffiths, M; Hussey, D; Dobbie, F (2010): *British gambling prevalence survey*, National Centre for Social Research. El estudio británico sobre este tema es una referencia. Se ha mantenido este criterio en las ediciones posteriores, hasta 2017.

### 6.3. El juego problemático en la población entre 18 y 75 años

#### 6.3.1. Datos globales

Los niveles de juego problemático entre la población, de 18 a 75 años, observados en España desde 2015 son estables (tabla 36), aunque hay una tendencia al incremento tal vez motivada por la mejora de la situación económica que ha permitido a algunos aficionados destinar más recursos a esta forma de ocio:

- En el nivel de “alto riesgo” de juego problemático se sitúa el 0,5% de la población, según la metodología PGSI, que se eleva al 0,7% en la DSM-IV-CS.
- Los dos criterios coinciden en mostrar una elevada tasa de inmigrantes entre los sujetos clasificados en el nivel de “juego problemático”: el 25% (un individuo en la muestra) en el PGSI y el 33% (dos individuos en la muestra) en el DSM-IV. Este dato no se había presentado en ediciones anteriores. Por tanto, la tasa entre la población española se podría reducir a 0,4% y 0,6%, respectivamente, según la metodología empleada. Sin ánimo de recalcular el dato, lo relevante es que parece haber aparecido un foco de problema entre la población inmigrante más joven.
- El 100% de los clasificados en este nivel tiene menos de 35 años, se pueden asignar a la clase media o baja y, el 100% son hombres (excepto un caso de mujer en la metodología DSM-IV).
- Con el marco anterior, conviene resaltar las precauciones con que deben tomarse estos datos. Primero, porque una encuesta sólo puede detectar los umbrales del problema en una población determinada. La angustia y desorden de comportamiento que caracterizan una adicción sólo pueden diagnosticarse individual y clínicamente. Un cuestionario aplicado a una muestra sociológica sólo puede iluminar la superficie del problema. Segundo, los datos sobre pacientes en tratamiento sugieren que el límite máximo de personas con adicción al juego no excede de 20.000 en España. La ausencia de estadísticas oficiales sobre la población en tratamiento en casi todas las comunidades autónomas induce a pensar en las acotadas dimensiones cuantitativas de este problema (Gómez Yáñez, 2017, 228).
- En el nivel de “riesgo moderado” se sitúan entre el 1,1% (PGSI) y el 3,1% (DSM-IV-CS). Dada la dimensión de las muestras hay que considerar estas oscilaciones como normales, atribuibles a los márgenes de error estadístico y a las variantes que introducen las dos metodologías. En todo caso, ambas sugieren un incremento de este nivel, sobre todo con el sistema DSM-IV.
- En el nivel de “bajo riesgo” ambas metodologías muestran un descenso respecto a años anteriores (2,2% y 6,9%, respectivamente), lo que hace suponer que algunos individuos que en años anteriores se situaban en este nivel han pasado a los niveles de mayor implicación.

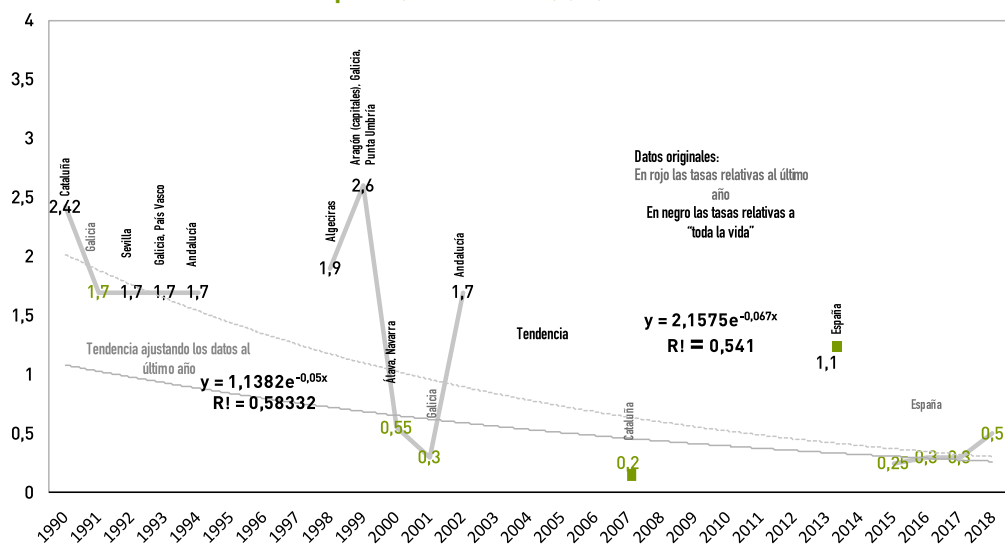
Tabla 36 / **Incidencia del juego problemático en la población residente en España (18- 75 años) [%]**

	Metodología de estimación							
	PGSI				DSM - IV (Continuous Scoring)			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
<b>No jugadores</b>	18,1	16,5	14,6	14,8	18,1	16,5	14,6	14,8
<b>Sin problema</b>	78,5	80,5	80,8	81,4	68,1	73,7	73,5	74,5
<b>Bajo Riesgo</b>	2,6	2,4	3,4	2,2	10,2	6,9	10,8	6,9
<b>Riesgo moderado</b>	0,7	0,3	0,9	1,1	3,2	2,8	0,9	3,1
<b>Jugador problemático</b>	0,1	0,3	0,3	0,5	0,4	0,1	0,3	0,7
(n)	(1.002)	(1.012)	(1.002)	(801)	(1.002)	(1.012)	(1.002)	(801)

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Vistas las cosas desde una perspectiva más amplia, los datos de comienzos de 2018 encajan en la serie que se viene definiendo en la última década y media, ya sea en estudios nacionales o autonómicos. La conclusión global es que en España el “alto riesgo” de juego problemático ha descendido regularmente, situándose en niveles inferiores al 0,5%, así lo confirman nuestros estudios anuales, los de la DGOJ y SELAE y los realizados en algunas comunidades como Cataluña. El gráfico 26 refleja esta evolución descendente (sus fuentes se recogen en Gómez Yáñez, 2017).

**Gráfico 26 / Evolución de la incidencia del juego problemático en la población adulta residente en España (1990 – 2018) (%)**



Nota: Estudios de ámbito nacional, autonómico, provincial o local. (Tasa de juego problemático. Medias de los estudios realizados durante el año). Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez Yáñez, J. A. (2017).

Hay que reiterar la conclusión de los últimos años, España no tiene un problema social con el juego problemático, con independencia de que sea un grave problema individual para los afectados, que requiere atención pública y el compromiso del sector empresarial. Aunque el incremento ahora registrado debe alertar sobre una posible evolución negativa. Su limitada dimensión cuantitativa, que roza los límites de la enfermedad rara, obliga a plantear políticas públicas muy enfocadas a los sectores de riesgo, ya que las de alcance global e indiscriminado serían ineficaces e ineficientes, y sus resultados serían insuficientes para los recursos destinados. Se requieren políticas de precisión dirigidas a sectores muy concretos vulnerables ante el juego.

Las tablas 37 y 38 muestran el perfil sociológico de los distintos niveles de sensibilidad ante el juego con los dos cuestionarios. Las conclusiones son convergentes y coinciden con las de los años anteriores. El juego problemático en España afecta a una población muy limitada, mayoritariamente masculina, menor de 35 años, aunque haya algunos casos entre los 35 y los 44, y de todos los estratos

sociales. Reconocen que juegan diariamente o varias veces a la semana o con frecuencias cercanas. Como luego se verá con más detalle, la incidencia del juego por Internet entre ellos es elevada.

La incidencia entre las mujeres es sensiblemente menor, algo que se produce sistemáticamente en todos los países, pero su presencia empieza a ser relevante en los niveles de riesgo moderado. El elemento novedoso hallado este año es la presencia de inmigrantes jóvenes en el nivel de “juego problemático”.

También es novedoso (al menos, no conocemos antecedentes de otros estudios en que se comparen ambos trastornos) que al verificar los resultados de las escalas de sensibilidad al juego problemático y a las compras compulsivas/impulsivas se observa una bifurcación en los sectores más sensibles: los hombres son más sensibles al juego y las mujeres a las compras. Dos trastornos de comportamiento que, aparentemente, obedecen a antecedentes y resortes muy similares, se bifurcan en el género de los más vulnerables.

### 6.3.2. Comparación internacional

Los datos adquieren sentido por comparación, por tanto, ¿en qué posición se sitúa España respecto a otros países? Es uno de los que muestran una incidencia más baja en Europa, al nivel de Alemania (0,4%), Finlandia (0,6%), Francia (0,5%), Gran Bretaña (0,8%, con un leve incremento en el último año), Noruega (0,2%) o Suecia (0,3%). Fuera de Europa está a un nivel similar a Australia, Estados Unidos (0,6%), Nueva Zelanda (0,7%). Está ligeramente por debajo de Argentina (0,8%), Canadá (0,8%), Italia (0,8%), Suiza (0,8%) y, desde luego, varios países asiáticos (tabla 39).

### 6.3.3. La consistencia entre las distintas metodologías

Las respuestas obtenidas para los cuestionarios se recogen en las tablas 40 y 41. La tabla 42 muestra la consistencia de las dos clasificaciones entre sí ( $X^2=94,2$  y  $\Phi=0,904$ ). Esta es la cuarta ocasión en que se replican estas metodologías, en todas ellas la consistencia de los resultados es muy elevada.

## 6.4. El juego problemático en Internet

Para analizar la incidencia del juego problemático en Internet se utilizó la misma metodología que en el juego presencial, los cuestionarios PGSI y DSM-IV aplicados sobre una muestra, en este caso, de 462 individuos en 2015, 616 en 2016, 606 en 2017 y 404 en 2018, con la comentada salvedad de utilizar el sistema de estimación dicotómico para este último.

Hay que hacer algunas precisiones previas. La primera y fundamental es que los datos que se van a exponer se refieren a una muestra de jugadores *online*, no a una muestra representativa de la población, por tanto, los datos no son directamente comparables con los obtenidos en la encuesta dirigida a la población en general. Como es lógico, los jugadores *online* tienen que mostrar, por el hecho de jugar, una mayor implicación ante el juego que una población que incluye a colectivos de no jugadores o a jugadores intermitentes. Esta delimitación es básica para situar los datos en su precisa perspectiva.

Tabla 37 / Perfil sociológico por tipologías de jugadores, según el modelo PGSI (%)

	Problemáticos				Riesgo moderado			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
<b>Total</b>	0,1	0,3	0,3	0,5	0,7	0,3	0,9	1,1
<b>Hombres</b>	0,2	0,4	0,6	1,0	1,0	0,6	1,6	1,5
<b>Mujeres</b>	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,0	0,4	0,7
<b>De 18 a 24 años</b>	1,1	1,2	0,6	1,3	2,3	2,4	4,8	5,3
<b>De 25 a 34 años</b>	0,0	1,1	1,4	2,5	0,6	0,0	2,4	0,8
<b>De 35 a 44 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,4	0,7	1,1
<b>De 45 a 54 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,5	0,6
<b>De 55 a 64 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,7
<b>De 65 a 75 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0
<b>Status alto</b>	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	1,5
<b>Status medio alto</b>	0,0	0,9	0,0	0,0	0,5	0,9	0,9	0,0
<b>Status medio medio</b>	0,2	0,0	0,8	0,9	1,1	0,4	1,4	1,8
<b>Status medio bajo</b>	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4	0,0	0,0	1,4
<b>Status bajo</b>	0,0	0,3	0,4	2,3	0,0	0,3	2,1	2,3
<b>Cotidianos</b>	2,1	0,0	2,8	6,4	0,0	0,0	3,8	6,4
<b>Semanales</b>	0,0	1,0	0,3	0,0	1,4	0,5	0,9	0,7
<b>Esporádicos</b>	0,0	0,0	0,3	1,0	1,6	0,8	1,7	2,9
<b>Infrecuentes</b>	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,0	0,6	0,6
<b>Se consideran "no jugadores"</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
<b>Personas que viven en hogares con retrasos en:</b>								
- Pago de hipotecas	0,0	0,0	0,0	5,6	0,0	0,0	4,2	5,6
- Pago de compras	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	4,2	5,6
- Pago de servicios/suministros	0,0	0,0	0,0	5,6	0,0	0,0	3,2	5,6

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.



Bajo riesgo				Sin problema				No jugadores				(n)			
2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
1,1	2,4	3,4	2,2	78,4	80,5	80,9	81,4	18,1	16,5	14,6	14,8	(1.002)	(1.012)	(1.002)	(801)
1,5	3,0	6,1	3,5	76,5	79,7	79,0	77,1	18,3	16,3	12,9	13,2	(503)	(503)	(497)	(395)
0,7	1,8	1,9	1,1	80,4	81,3	81,5	81,4	17,8	16,7	16,2	16,3	(499)	(509)	(505)	(406)
5,3	3,6	12,6	6,8	49,5	65,1	63,9	56,6	42,5	27,7	18,1	30,3	(87)	(83)	(83)	(76)
0,8	3,8	5,2	4,9	76,2	74,6	64,9	77,0	21,4	20,5	26,1	14,8	(168)	(185)	(165)	(122)
1,1	2,0	3,3	1,1	79,9	82,7	82,4	81,8	15,7	14,9	13,3	15,9	(274)	(249)	(233)	(176)
0,6	2,0	2,7	1,1	82,0	86,1	85,9	87,6	15,2	11,9	10,9	10,7	(217)	(202)	(220)	(177)
0,7	3,1	3,7	1,4	83,2	88,2	84,9	83,5	15,2	8,7	11,4	14,4	(132)	(127)	(176)	(139)
0,0	0,6	1,7	0,9	87,1	78,9	88,7	90,1	9,7	20,5	9,6	9,0	(124)	(166)	(125)	(111)
1,5	1,9	2,7	0,0	80,6	87,0	85,7	87,9	18,3	10,5	11,4	10,6	(93)	(162)	(220)	(66)
0,0	3,7	4,0	3,6	79,4	80,6	85,4	83,8	15,5	13,9	9,7	12,6	(194)	(108)	(124)	(253)
1,8	1,4	4,7	0,9	77,9	82,5	80,9	81,6	19,1	15,7	12,3	14,8	(472)	(280)	(268)	(223)
1,4	3,7	3,3	2,8	78,6	74,3	82,1	78,1	17,5	22,0	14,6	17,2	(229)	(109)	(137)	(215)
2,3	2,5	4,9	2,3	64,3	77,9	70,4	72,7	28,6	19,0	22,2	20,5	(14)	(353)	(252)	(44)
6,4	7,7	11,9	4,3	91,6	92,3	81,5	83,0	0,0	0,0	0,0	0,0	(48)	(39)	(50)	(47)
0,7	3,7	4,7	3,3	92,5	94,8	94,1	96,1	0,0	0,0	0,0	0,0	(213)	(191)	(214)	(153)
2,9	3,2	8,7	5,8	96,0	96,0	89,3	90,3	0,0	0,0	0,0	0,0	(125)	(126)	(129)	(103)
0,6	2,3	1,8	1,4	97,5	97,5	97,5	96,7	0,0	0,0	0,0	1,4	(410)	(435)	(397)	(360)
0,0	0,0	0,0	0,0	12,1	24,0	31,1	18,1	87,9	75,5	68,9	81,9	(206)	(221)	(212)	(138)
11,1	5,9	0,9	0,0	66,7	64,7	71,2	66,7	22,2	29,4	23,7	22,2	(27)	(17)	(38)	(18)
8,3	0,0	7,7	0,0	75,0	92,3	68,1	66,7	16,7	7,7	20,0	16,7	(12)	(13)	(55)	(18)
15,6	7,7	2,6	2,8	71,9	80,8	70,9	72,2	12,5	11,5	23,6	13,9	(32)	(26)	(20)	(36)

Tabla 38 / **Perfil sociológico por tipologías de jugadores, según el modelo DSM-IV**  
*(Continuous Scoring) (%)*

	Problemáticos				Riesgo moderado			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
<b>Total</b>	0,4	0,1	0,3	0,7	3,2	2,8	0,9	3,1
<b>Hombres</b>	0,6	0,2	0,6	1,3	4,2	3,8	1,0	3,8
<b>Mujeres</b>	0,2	0,0	0,0	0,2	2,2	1,8	0,8	2,5
<b>De 18 a 24 años</b>	4,6	1,2	0,0	1,3	3,4	3,6	3,6	7,9
<b>De 25 a 34 años</b>	0,0	0,0	1,2	2,5	3,6	3,2	0,0	4,1
<b>De 35 a 44 años</b>	0,0	0,0		0,6	5,1	3,6	1,3	4,5
<b>De 45 a 54 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	2,0	0,9	1,7
<b>De 55 a 64 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,7	3,0	2,4	0,0	1,4
<b>De 65 a 75 años</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,8	1,6	0,9
<b>Status alto</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	5,4	1,9	0,9	1,5
<b>Status medio alto</b>	0,0	0,9	0,0	0,0	3,1	1,9	0,8	3,2
<b>Status medio medio</b>	0,8	0,0	0,7	1,8	3,0	3,6	1,1	2,2
<b>Status medio bajo</b>	0,0	0,0	0,0	0,5	3,1	3,7	0,0	4,2
<b>Status bajo</b>	0,0	0,0	0,4	2,3	0,0	2,5	1,2	4,5
<b>Cotidianos</b>	2,1	0,0	4,0	8,5	4,2	12,8	0,0	10,6
<b>Semanales</b>	0,5	0,5	0,5	0,7	7,5	4,2	1,9	5,9
<b>Esporádicos</b>	0,8	0,0	0,0	1,0	7,2	4,0	3,1	6,8
<b>Infrecuentes</b>	0,2	0,0	0,0	0,0	1,0	2,1	0,5	1,1
<b>Se consideran “no jugadores”</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,0	0,0
<b>Personas que viven en hogares con retrasos en:</b>								
- Pago de hipotecas	3,7	0,0	0,0	5,6	0,0	5,9	2,6	16,7
- Pago de compras	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	16,7
- Pago de servicios/suministros	3,1	0,0	0,0	5,6	6,3	3,8	1,8	8,3

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Bajo riesgo				Sin problema				No jugadores				(n)			
2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
10,2	6,9	10,8	6,9	68,1	73,7	73,5	74,5	18,1	16,5	14,6	14,8	(1.002)	(1.012)	(1.002)	(801)
10,7	7,4	14,7	7,6	66,2	72,3	70,8	74,2	18,3	16,3	12,9	13,2	(503)	(503)	(497)	(395)
9,6	6,5	6,9	6,2	70,1	75,0	76,1	74,9	17,8	16,7	16,2	16,3	(499)	(509)	(505)	(406)
11,5	7,2	16,9	7,9	37,9	60,3	61,4	52,6	42,5	27,7	18,1	30,3	(87)	(83)	(83)	(76)
15,5	10,8	11,5	9,8	59,5	65,5	61,2	68,9	21,4	20,5	26,1	14,8	(168)	(185)	(165)	(122)
8,8	4,8	11,6	5,1	70,4	76,7	73,4	73,9	15,7	14,9	13,3	15,9	(274)	(249)	(233)	(176)
8,3	6,9	12,7	8,5	75,1	79,2	75,5	79,1	15,2	11,9	10,9	10,7	(217)	(202)	(220)	(177)
9,8	9,4	8,0	5,8	72,0	79,5	80,6	77,7	15,2	8,7	11,4	14,4	(132)	(127)	(176)	(139)
8,9	3,6	5,6	4,5	79,8	74,1	83,2	85,6	9,7	20,5	9,6	9,0	(124)	(166)	(125)	(111)
7,5	7,4	7,3	10,6	68,8	80,2	80,4	77,3	18,3	10,5	11,4	10,6	(93)	(162)	(220)	(66)
10,3	6,5	13,7	6,7	71,1	76,8	75,8	77,5	15,5	13,9	9,7	12,6	(194)	(108)	(124)	(253)
9,1	6,8	13,1	7,2	68,0	73,9	72,8	74,0	19,1	15,7	12,3	14,8	(472)	(280)	(268)	(223)
12,2	10,1	10,9	5,1	67,2	64,2	74,5	73,0	17,5	22,0	14,6	17,2	(229)	(109)	(137)	(215)
28,6	5,9	9,9	9,1	42,9	72,5	66,3	63,6	28,5	19,1	22,2	20,5	(14)	(353)	(252)	(44)
12,5	15,4	20,0	6,4	81,2	71,8	76,0	74,5	0,0	0,0	0,0	0,0	(48)	(39)	(50)	(47)
13,6	13,6	19,2	15,0	78,4	81,7	78,4	78,4	0,0	0,0	0,0	0,0	(213)	(191)	(214)	(153)
18,4	10,3	20,9	10,7	73,6	85,7	76,0	81,6	0,0	0,0	0,0	0,0	(125)	(126)	(129)	(103)
10,0	4,8	7,6	4,7	88,8	93,1	91,9	92,8	0,0	0,0	0,0	1,4	(410)	(435)	(397)	(360)
1,5	1,8	0,0	0,7	10,2	22,2	31,1	17,4	87,8	75,5	68,9	81,9	(206)	(221)	(212)	(138)
7,4	0,0	2,6	16,7	66,7	64,7	68,4	38,9	22,2	29,4	26,4	22,2	(27)	(17)	(38)	(18)
0,0	7,7	20,0	11,1	83,3	84,6	60,0	44,4	16,7	7,7	20,0	16,7	(12)	(13)	(55)	(18)
9,4	15,4	14,6	11,1	68,7	69,3	60,0	61,1	12,5	11,5	23,6	13,9	(32)	(26)	(20)	(36)

Tabla 39 / Tasas de juego problemático entre la población adulta. Estudios internacionales recientes

Pais	Estado / Comunidad	Año	Tipo de entrevista	Muestra (n)	(% pobl. afectada)	Sistema estimación	Población	Ámbito temporal
Alemania		2015	Telefónica	11.501	0,4	SOCS	16 - 70	Último año
Argentina	Buenos Aires, Á. M.	2015	Personal	1.000	0,8 / 1,2 / 1,0	PGSI/DSM-IV/SOGS	> 18	Último año
Australia								
	ACT (Au. Cap. Terr)	2009	Telefónica	5.500	0,5	CPGI	> 18	Último año
	New South Wales	2010	Telefónica	10.000	0,8	PGSI	> 18	Último año
	Queensland	2011-12	Telefónica	15.000	0,5	CPGI	> 18	Último año
	South Australia	2012	Telefónica	9.508	0,6	PGSI	> 18	Último año
	Victoria	2012	Telefónica	12.474	0,9	PGSI	> 18	Último año
Brasil		2010		3.007	1,0	DSM-IV		Último año
Canadá		2007	Telefónica	8.496	0,8 / 0,9 / 1,0	CPGI/DSM-IV/SOGS	> 18	Último año
Corea del Sur		2011		4000 - 4000	1,0	CPGI	> 19	Último año
España		2018	Telefónica	801	0,5	PGSI/DSM-IV	18 - 75	Último año
		2017	Telefónica	1.002	0,3	PGSI/DSM-IV	18 - 75	Último año
		2016	Telefónica	1.012	0,1 / 0,3	PGSI/DSM-IV	18 - 75	Último año
		2015	Personal - Mall Int.	7.121	0,3	NODS	> 18	Último año
		2015	Telefónica	1.002	0,1 / 0,4	PGSI/DSM-IV	18 - 75	Último año
		2013	Personal - Mall Int.	3.000	1,1	NODS	> 18	Toda la vida
Estados Unidos		2008	Telefónica	3.435	0,6	DSM-IV	> 18	Último año
Finlandia		2012	Telefónica	4.484	0,6	PGSI	15 - 74	Último año
Francia		2014	Telefónica	15.636	0,5	CPGI	18 - 75	Último año
Gran Bretaña		2018	Telefónica	4.000	0,8	PGSI/DSM-IV	> 16	Último año
	Gales	2015	Personal	4.048	1,1	PGSI/DSM-IV	> 16	Último año
	Irlanda del Norte	2010	Personal	1.032	2,2	CPGI	> 16	Último año
Hong Kong (China)		2011	Telefónica	2.024	1,4	DSM-IV	15 - 64	Sin referencia temporal
Hungría		2007	Personal. Autoadm.	2.710	1,4	SOCS	18 - 64	Toda la vida
Islandia		2007	Telefónica	3.009	1,6	CPGI	18 - 70	Último año
Italia		2016	Telefónica	2.000	0,8	PGSI - DSM-IV	18 - 74	Último año
Macao (China)		2003	Telefónica	1.121	4,3		15 - 64	Último año
Noruega		2010	Postal	4.636	2,1 (0,2)	CPGI	15 - 70	Último año
Nueva Zelanda		2012	Personal	6.251	0,7	PGSI	> 18	Último año
Singapur		2011	Personal	3.315	1,4		> 18	Último año
Sudáfrica		2008	Personal	3.000	3,0	CPGI	> 18	Último año
Suecia		2009	Telefónica-Postal	9.917	0,3 / 0,8	CPGI/SOGS	16 - 84	Último año
Suiza		2007		4.497	0,8	NODS	> 14	Último año

Fuentes: Actualización a partir de Gómez Yáñez, J.A. (2017). Las referencias a las fuentes están en la bibliografía. Para Italia: Fundazione Bruno Visentini (2017). Para Gran Bretaña: Gambling Commission (2018).

Tabla 40 / **Respuestas a los ítems del cuestionario PGSI (% horizontales)**

	Casi siempre		Con frecuencia		Alguna vez		Nunca		No jugador	
	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018
<b>En los últimos doce meses:</b>										
¿Ha vuelto para intentar ganar el dinero que perdió?	0,1	0,2	0,2	0,4	1,6	2,2	81,7	82,4	16,4	14,8
¿Ha jugado o apostado más dinero del que se podía permitir perder?	0,1	0,1	0,0	0,0	1,0	2,2	82,4	82,9	16,4	14,8
¿Ha habido gente que le ha criticado lo que juega, o le ha dicho que tiene un problema con el juego, con independencia de que usted piense que es verdad o no?	0,0	0,4	0,0	0,1	0,8	1,1	82,8	83,6	16,4	14,8
¿Ha sentido que el juego le ha provocado problemas económicos a usted o a su familia?	0,1	0,0	0,0	0,3	0,4	0,8	83,1	84,1	16,4	14,8
¿Se ha sentido culpable sobre la forma en que juega y lo que sucede cuando juega?	0,1	0,8	0,2	0,1	0,5	0,9	82,8	83,4	16,4	14,8
¿Ha necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción?	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6	83,0	84,6	16,4	14,8
¿Ha sentido que usted podía tener un problema con el juego?	0,1	0,1	0,0	0,4	0,2	0,5	83,2	84,2	16,4	14,8
¿Ha tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar?	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	1,2	83,3	84,0	16,4	14,8
¿Ha sentido que el juego le ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad?	0,0	0,3	0,0	0,0	0,3	0,8	83,2	84,1	16,4	14,8

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 41 / Respuestas a los ítems del cuestionario DSM-IV (CS) (% horizontales)

	Cada vez que pierdo		La mayor parte de las veces		Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierdo		Nunca		No jugador	
	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018
Cuando usted juega, ¿con qué frecuencia vuelve a jugar para ganar lo que perdió otro día?	0,7	0,4	0,9	1,4	5,7	6,7	76,3	76,7	16,4	14,8
	Con frecuencia		Algunas veces		Ocasionalmente		Nunca		No jugador	
¿Con cuanta frecuencia se ha encontrado usted mismo pensando sobre el juego, es decir, volviendo sobre partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugará o pensando formas para tener dinero para jugar?	0,4	0,3	1,4	1,2	2,9	4,2	78,9	79,5	16,4	14,8
¿Tiene necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que desea conseguir jugando?	0,0	0,4	0,3	0,2	0,7	1,6	82,6	83,0	16,4	14,8
¿Se siente usted irritable cuando intenta dejar de jugar?	0,1	0,3	0,7	0,1	0,2	0,9	82,7	83,9	16,4	14,8
¿Ha jugado para escapar de sus problemas o cuando está deprimido, ansioso o mal consigo mismo?	0,0	0,3	0,4	0,1	0,9	1,5	82,2	83,3	16,4	14,8
¿Ha mentido a su familia o a otros para esconder el tiempo que dedica a jugar?	0,0	0,3	0,1	0,0	0,4	0,3	83,1	84,6	16,4	14,8
¿Ha intentado controlar o recortar lo que juega o dejar de jugar?	0,2	0,5	0,7	0,7	1,1	2,5	81,5	81,5	16,4	14,8
¿Ha cometido una falta o un delito para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,7	83,5	84,5	16,4	14,8
¿Se ha arriesgado a perder relaciones importantes, trabajo u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3	83,4	84,9	16,4	14,8
¿Ha pedido dinero a otros para ayudarle con una situación financiera desesperada provocada por el juego?	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5	83,4	84,4	16,4	14,8

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Otra precisión previa. Como se analizó en el capítulo III sobre juego *online*, el conjunto de sus usuarios es difuso: no están claros sus límites y sus integrantes participan en él de forma muy distinta, con niveles de implicación muy diferentes. La mera definición del marco muestral (la cantidad de integrantes de la población que representa la muestra) es compleja. Para acceder al cuestionario se estableció el filtro de que los entrevistados que accedieran a la encuesta hubieran jugado alguna vez *online* en los dos meses anteriores. Por tanto, parece razonable definir la población de referencia como la media de los jugadores activos que accedieron a jugar en noviembre y diciembre de 2017, es decir, 672.000 individuos. Esto se podría concretar en que este es el universo al que se circunscribe la muestra. El diseño de la muestra se recogió en la tabla 19, en la que se comprobaba el elevado ajuste al perfil de los jugadores en términos de sexo y edad.

Tomando como referencia los datos de 2015 a 2018 se puede decir que están en zona de juego problemático entre el 2,7% y el 19,6% de los jugadores *online*. Esta variabilidad se debe a las oscilaciones que parecen ser características de las encuestas *online* con estas escalas. En las encuestas por Internet los entrevistados tienden a “clickear” muy rápido, y a marcar las respuestas intermedias altas de las escalas. Esto es un problema para analizar correctamente los datos.

Tabla 42 / **Consistencia de las clasificaciones PGSI y DSM-IV (CS) (%)**

	PGSI					Total DSM-IV (CS)
	No jugador	Sin problema	Bajo Riesgo	Riesgo Moderado	Jugador Problemático	
<b>No jugador</b>	14,8					14,8
<b>Sin problema</b>		74,2	0,3	0,1		74,6
<b>Bajo Riesgo</b>		5,6	1,2			6,8
<b>Riesgo Moderado</b>		1,5	0,7	0,9		3,1
<b>Alto riesgo</b>		0,1		0,1	0,5	0,7
<b>Total PGSI</b>	14,8	81,4	2,2	1,1	0,5	100

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Por otro lado, hay divergencias en los resultados de la aplicación de las dos escalas: sistemáticamente el PGSI muestra tasas más elevadas que el DSM-IV en su formato dicotómico. De hecho, el PGSI señala también una leve tendencia al alza, mientras el segundo se muestra más estable.

La tabla 43 desglosa los resultados de las dos metodologías y su elevación a datos sobre la población. Conviene insistir en que se trata de datos de encuestas y, por tanto, no pueden asimilarse a datos clínicos, son simplemente una aproximación estadística.

En el conjunto de los jugadores *online* estos porcentajes son reseñables. Ahora bien, en el conjunto de la población española deben ser relativizados, vienen a mostrar que se encuentran en niveles de juego problemático entre el 0,1% y el 0,4%, lo que coincide con las estimaciones para la población general. Se puede deducir, por tanto, que en este momento, el principal foco de juego problemático es el juego *online*, que puede operar combinado con juegos presenciales, ya sean de gestión pública o privada.

Tabla 43 / **Incidencia del juego problemático en la población residente en España [18 - 75 años] [%]**

	Metodología de estimación							
	PGSI				DSM-IV (Dicotómico)			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
<b>SOBRE QUIENES HAN JUGADO ONLINE EN LOS DOS MESES ANTERIORES AL TRABAJO DE CAMPO (NOVIEMBRE-DICIEMBRE DEL AÑO ANTERIOR)</b>								
Nivel de sensibilidad ante el juego:								
Sin problema	30,1	31,3	33,5	30,4	73,8	75,6	77,6	81,7
Jugador de bajo riesgo	30,1	33,9	33,3	33,9				
Jugador de riesgo moderado	21,5	20,3	15,8	16,1	19,0	19,2	16,0	15,6
Jugador problemático	18,3	14,4	17,3	19,6	7,4	5,2	6,4	2,7
(n)	(461)	(616)	(606)	(404)	(461)	(616)	(606)	(404)
<b>PORCENTAJE SOBRE LA POBLACIÓN ENTRE 18 Y 75 AÑOS RESIDENTE EN ESPAÑA</b>								
	PGSI				DSM-IV (Dicotómico)			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
Nivel de sensibilidad ante el juego:								
Sin problema	0,4	0,5	0,6	0,6	0,9	1,1	1,4	1,6
Jugador de bajo riesgo	0,4	0,5	0,6	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Jugador de riesgo moderado	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
Jugador problemático	0,2	0,2	0,3	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>INCIDENCIA DEL JUEGO PROBLEMÁTICO ONLINE SOBRE EL CONJUNTO DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA ENTRE 18 Y 75 AÑOS (CIFRAS ABSOLUTAS)</b>								
Residentes de 18 a 75 años	34.287.794	34.298.141	34.196.119	34.133.635	34.287.794	34.298.141	34.196.119	34.133.635
Personas que han jugado online en noviembre y diciembre del año anterior al trabajo de campo (Universo de la muestra)	425.000	515.000	610.000	672.000	425.000	515.000	610.000	672.000
Niveles de juego problemático:								
Sin problema	127.925	161.195	204.350	204.288	313.650	389.340	473.360	549.024
Jugador de bajo riesgo	127.925	174.585	203.130	227.808	0	0	0	0
Jugador de riesgo moderado	91.375	104.545	96.380	108.192	80.750	98.880	97.600	104.832
Jugador problemático	77.775	74.160	105.530	131.712	31.450	26.780	39.040	18.144

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Las tablas 44 y 45 recogen las respuestas a los distintos ítems de los dos modelos. Un aspecto muy llamativo es la estabilidad de las respuestas mediando un año entre ellas y con individuos distintos, lo que sugiere que las conductas y actitudes de los jugadores *online* son bastante estables, algo razonable en un colectivo muy reducido.

Algo también destacable de los jugadores *online* es que su mayor o menor sensibilidad al riesgo de juego problemático es inespecífica, no hay niveles fácilmente distinguibles, salvo la frecuencia en el juego. Las distinciones más características en el conjunto de la población se difuminan en Internet. En realidad, esto viene a confirmar que lo que más se parece a un jugador *online* es otro jugador *online*, algo característico de los universos reducidos definidos por una variable muy marcada. A lo largo de los años se detectan algunas tendencias:



- El juego problemático por Internet es ligeramente mayor entre los hombres que entre las mujeres.
- La frecuencia de juego es un indicador discriminante: a mayor frecuencia de juego percibida subjetivamente por el entrevistado mayor incidencia en nivel de juego problemático o de riesgo moderado.
- El riesgo de juego problemático *online* es mayor según el status social: a mayor status social más elevado es el riesgo.
- La principal variable determinante son los 45, edad a partir de la que el juego problemático desciende, aunque 2018 marca una excepción en esa reglas que se había mantenido hasta ahora (tabla 46).

Tabla 44 / **Respuestas a los ítems del modelo PGSI entre los jugadores *online* (%)**

PGSI	Casi siempre		Con frecuencia		Alguna vez		Nunca	
	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018
¿Ha vuelto para intentar ganar el dinero que perdió?	4,7	2,7	11,7	9,2	43,0	49,3	40,6	38,8
¿Se ha sentido culpable sobre la forma en que juega y lo que sucede cuando juega?	2,4	3,5	6,6	6,2	21,0	21,8	69,9	68,5
¿Ha habido gente que le ha criticado lo que juega, o le ha dicho que tiene un problema con el juego, con independencia de que usted piense que es verdad o no?	3,4	1,2	5,7	5,2	19,4	22,5	71,6	71,1
¿Ha pensado que podía tener un problema con el juego?	3,3	2,0	5,4	4,0	17,2	21,5	74,1	72,5
¿Ha necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción?	2,0	1,0	6,3	7,7	19,1	18,1	72,6	73,2
¿Ha sentido que el juego le ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad?	2,5	0,7	5,7	6,7	15,4	19,8	76,4	72,8
¿Ha jugado o apostado más dinero del que se podía permitir perder?	4,0	1,7	5,5	3,5	14,2	18,6	76,3	76,2
¿Ha tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar?	2,2	1,5	5,2	4,2	11,3	14,9	81,3	79,4
¿Ha sentido que el juego le ha provocado problemas económicos a usted o a su familia?	2,1	1,0	4,5	5,2	11,1	13,6	82,4	80,2

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 45 / **Respuestas a los ítems del modelo DSM-IV (Dicotómico) entre jugadores online (%)**

DSM-IV (Dicotómico)	Cada vez que pierdo		La mayor parte de las veces que pierdo		Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierdo		Nunca	
	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018	2015 / 17	2018
Quando usted juega, ¿con que frecuencia vuelve a jugar para ganar lo que perdió otro día?	6,4	1,5	23,0	15,1	44,8	56,7	25,8	26,7
	<b>Con frecuencia</b>		<b>Algunas veces</b>		<b>Ocasionalmente</b>		<b>Nunca</b>	
¿Con cuanta frecuencia se ha encontrado usted mismo pensando sobre juego, es decir, volviendo sobre partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugará o pensando formas para tener dinero para jugar?	10,1	4,7	35,7	23,3	31,1	50,0	23,2	22
¿Tiene necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que desea conseguir jugando?	3,9	2,5	21,3	18,8	23,5	28,7	51,3	50
¿Se siente usted irritable cuando intenta dejar de jugar?	4,7	2,2	14,8	14,4	16,4	21,3	64,1	62,1
¿Ha jugado para escapar de sus problemas o cuando usted está deprimido, ansioso o mal consigo mismo?	4,9	3,5	15,9	15,1	16,1	19,0	63,2	62,4
¿Ha mentido a su familia o a otros para esconder el tiempo que dedica a jugar?	3,9	5,0	12,0	8,0	12,1	14,8	71,9	72,2
¿Ha intentado controlar, recortar lo que juega o dejar de jugar?	9,3	6,9	18,1	19,6	22,3	27,7	50,4	45,8
¿Ha cometido una falta o un delito para para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?	2,2	1,0	6,5	7,2	5,6	8,9	85,6	82,9
¿Se ha arriesgado a perder relaciones importantes, trabajo u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?	2,5	1,7	7,8	7,4	7,1	8,2	82,6	82,7
¿Ha pedido dinero a otros para ayudarle con una situación financiera desesperada provocada por el juego?	2,7	2,0	7,0	8,2	6,4	8,2	83,9	81,6

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

Tabla 46 / Perfil sociológico de las tipologías PGSI de los jugadores online (%)

	Jugadores problemáticos				Riesgo moderado				Bajo riesgo				Sin problema			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
<b>Total</b>	18,3	14,4	17,3	17,3	21,5	20,3	15,8	15,8	30,1	33,9	33,3	33,3	30,1	31,3	33,5	15,8
<b>Hombres</b>	17,6	15,0	18,1	18,1	20,7	20,3	15,9	15,9	32,4	33,3	32,7	32,7	29,3	31,4	33,3	15,9
<b>Mujeres</b>	20,7	11,4	13,6	13,6	24,3	20,3	15,4	15,4	22,5	37,5	36,8	36,8	32,4	30,7	34,6	15,4
<b>De 18 a 24 años</b>	18,2	13,0	16,8	16,8	29,1	26,1	15,1	15,1	41,8	36,4	34,6	34,6	10,9	24,5	33,5	15,1
<b>De 25 a 34 años</b>	21,8	15,9	18,8	18,8	17,3	21,2	13,9	13,9	30,8	31,7	34,7	34,7	30,1	31,3	32,7	13,9
<b>De 35 a 44 años</b>	16,7	17,8	17,8	17,8	23,9	12,3	16,3	16,3	24,4	32,2	32,6	32,6	35,0	37,7	33,3	16,3
<b>45 y más</b>	15,4	7,7	14,4	14,4	19,2	19,2	21,1	21,1	33,3	37,2	28,9	28,9	32,1	35,9	35,6	21,1
<b>Status alto</b>	16,5	17,0	25,3	25,3	17,7	25,0	10,7	10,7	29,1	27,3	28,0	28,0	36,7	30,7	36	10,7
<b>Status medio alto</b>	19,0	13,7	18,2	18,2	23,4	18,4	14,7	14,7	27,3	35,2	32,6	32,6	30,3	32,8	34,5	14,7
<b>Status medio medio</b>	15,7	12,8	15,4	15,4	19,8	18,9	19,5	19,5	35,5	33,8	37,9	37,9	28,9	34,5	27,2	19,5
<b>Status medio bajo y bajo</b>	20,8	10,5	11,1	11,1	29,2	24,6	18,1	18,1	37,5	38,6	29,1	29,1	12,5	26,3	41,7	18,1
<b>Cotidianos</b>	28,7	25,0	30,2	30,2	28,2	27,2	25,3	25,3	25,4	28,3	25,8	25,8	17,7	19,4	18,7	25,3
<b>Semanales</b>	16,2	18,1	19,3	19,3	16,9	17,4	14,3	14,3	30,0	36,9	34,3	34,3	36,9	27,5	32,1	14,3
<b>Esporádicos</b>	12,2	9,2	10,6	10,6	15,3	20,6	13,6	13,6	39,8	34,0	37,1	37,1	32,7	36,2	38,6	13,6
<b>Infrecuentes</b>	1,7	2,7	4,1	4,1	21,7	14,4	7,4	7,4	28,3	37,7	40,2	40,2	48,3	45,2	48,4	7,4

Fuente: *Percepción social sobre el juego de azar en España IX* (2018), Instituto de Política y Gobernanza-Universidad Carlos III.

## BIBLIOGRAFÍA

Brown, S. (1995). *Psychoshopper: a comparative literacy analysis of the "dark side"*, *European Advances in Consumer Research*, 2. En <http://www.acrweb.org>

Dickman, S. (1985). *Impulsivity and perception: individual differences in the processing of local and global dimension of stimuli*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 586-597.

Eysenck, S.; Eysenck, H. (1977). *The place of impulsiveness in a dimensional system of personality description*, *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 16, 57-68.

Fondazione Bruno Vissentini (2017). *La percezione sociale del gioco d'azzardo in Italia, Raporto 2017*.

Gambling Commission (2018): *Gambling participation in 2017: behaviour, awareness and attitudes. Annual Report*, February 2018, pág. 49.

Gómez Yáñez, J. A. (2017). La transformación del juego problemático en España, *Revista Española de Sociología*, 26.1 (<http://dx.doi.org/fes/res.2017.1>) (ISSN: 1578-2824).189-199.

Sarabia, F.J.; Schmidt, T. (2004). *Un análisis del comportamiento de impulsividad del consumidor y propuesta de una escala para medir el comportamiento impulsivo*, *ESIC-Market*, 04, 169-193.

Rindfleisch, A.; Burroughs, J.E.; Denton, F. (1997). *Family structure, materialism and compulsive consumption*, *Journal of Consumer Research*, 23 (4), 312-325.

Sherhorn, G. (1990). *The addictive trait in buying behaviour*, *Journal of Consumer Policy*, 13 (1), 33-51.

Roberts, J.A. (1998). Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences and implications for public policy, *The Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295-319.

Rook, D.W. (1987). *The buying impulse*, *Journal of Consumer Research*, 14,

Wansick, B. (1994). *The dark side of consumer behavior: empirical examination of impulsive compulsive consumption*, *Advances in Consumer Research*, 21, En <http://www.acrweb.org>

Wardle, H; Moody, A; Spence, S; Orford, J; Volberg, R; Jotangia, D; Griffiths, M; Hussey, D; Dobbie, F (2010): *British gambling prevalence survey*, *National Centre for Social Research*.

Weinberg, P., Gottwald, W. (1982). *Impulsive consumer buying as a result of emotions*, *Journal of Business Research*, 10, 43-57.

# **ANEXOS**



# Recogida de información

## Juego presencial y dimensión del juego *online*

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

Muestra representativa de la población residente en España:

- Universo Residentes en España de 18 a 75 años.
- Dimensión de la muestra 801 individuos.
- Margen de error  $\pm 3,5 \%$ .
- Cuestionario 17 minutos.
- Aplicación Telefónica.
- Muestreo Proporcional a la población, por zonas geográficas y hábitat.
- Cuotas Edad, sexo y actividad.
- Fecha de realización 24 febrero / 15 marzo de 2018.
- Red de campo IMOP Insights.

## Características del Juego *online*

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

- Universo Personas que hayan jugado algún juego al azar por Internet en los dos últimos meses arriesgando dinero.
- Muestreo Cuotas de edad y sexo.
- Dimensión de la muestra 404 individuos.
- Margen de error  $\pm 5\%$ .
- Cuestionario 12 minutos.
- Aplicación Autoadministrado en web / hogar.

Envío de un link a la población interesada:

- Fechas de realización 20 febrero / 8 de marzo de 2018.
- Red de Campo NetQuest.

# Cuestionarios

## ACTITUDES Y COMPORTAMIENTO SOBRE JUEGO 2018

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

	P. 1. Presencial
Lotería de Navidad, la que se sortea el 22 de diciembre	1
Lotería del Niño, la que se sortea el 6 de enero	2
Los sorteos semanales de Lotería Nacional, de los jueves o los sábados	3
La Grossa, la Lotería de Cataluña, en Navidad o en Sant Jordi (SOLO EN CATALUÑA)	4
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva	5
Los cupones y otros juegos de la ONCE	6
Los cupones de organizaciones de discapacitados, como la OID, que dan premios con el sorteo de la ONCE	7
Quiniela	8
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, no en casinos ni por internet	9
Ha ido a jugar a algún casino, ya sea a jugar juegos de casino, póquer o máquinas	10
Ha ido a algún bingo, para jugar o para entretenerse	11
Echa dinero a las máquinas tragamonedas de bares o cafeterías	13
Ha ido a jugar a algún salón de juego, un establecimiento en el que hay máquinas para jugar a distintos juegos echando monedas y que dan premio	14
Apuesta a resultados de deportes en locales de apuestas o en salones de juego	15
Juega por televisión, por la noche, a juegos de casino, como ruletas, póquer, etc.	17
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99

## JUEGO POR INTERNET

**3.1.** Durante el año pasado, ¿compró boletos de alguna lotería Nacional, primitiva o de la ONCE o de la Quiniela por internet?

Sí	1	Hacer P. 3.3.
No	2	

**3.3.** SI EN 3.1. Cód. 1:

¿Compró por Internet boletos para alguno de los siguientes sorteos? (SUGERIDA)

	Boletos <i>online</i>
Lotería de Navidad o Nacional	1
La Grossa, la Lotería de Cataluña (SOLO EN CATALUÑA)	2
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva	3
Los cupones y otros juegos de la ONCE	4
Quiniela	5
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99



A TODOS

**3.2** Durante el año pasado, ¿accedió a jugar por Internet, arriesgando dinero, a alguna web para jugar al póker, al bingo, a algún juego de casino o apuestas deportivas? (Entrevistador: apuestas deportivas se refiere a BWIN, BET365, etc. no vale La Quiniela)

Sí	1	Hacer P. 3.4./3.5.
No	2	

SI EN P.3.2 cód. 1

**3.4.** Y, en el año pasado, ¿jugó usted por Internet a alguno de los siguientes juegos? (SUGERIDA)

P. 3.1. Juegos Internet

Póquer	1
Juegos de casino: ruleta, Black Jack, etc.	2
Hizo apuestas sobre deportes	3
Máquinas de juego por Internet	4
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99

**3.5.** ¿Se ha registrado en alguna web de juego on line, por Internet en algún momento?, es decir, ¿se ha apuntado a jugar en alguna web para tener una cuenta en ella y poder jugar? (Entrevistador: nos referimos a juegos online de poker, juegos de casino como ruleta, black jack, etc., apuestas deportivas tipo BWIN, BET365 y maquinas de juego por internet. Se excluye la web de Primitiva, Euromillones, Lotería Nacional y de la ONCE)

Sí	1	Ir a P3.6
No	2	Ir a P4

SI P 3.5 CÓD. 1

**3.6.** ¿Recuerda si la página o páginas web en la que usted está apuntado termina en .es; .com; .net; .org, .eu., u otras terminaciones?, ¿En cuál? (POSIBLE RESPUESTA MÚLTIPLE)

.es	1
.com	2
.net	3
.org	4
.eu	5
Otras terminaciones (especificar)	6

TODOS

**4.** Pensando en general, ¿con qué frecuencia suele usted jugar a cualquier tipo de juego de azar con premio, es decir, a cualquiera de los juegos que hemos ido mencionando? (LEER)

Todos los días	1
Varias veces a la semana	2
Una vez a la semana	3
Una vez cada dos o tres semanas	4
Una vez al mes	5
Alguna vez al año	6
Sólo en reuniones familiares o de amigos	7
Nunca (NO LEER)	8

SI P 4 CÓD. 8

5. ¿Cuándo dejó de jugar a juegos de azar arriesgando dinero? (LEER)

Nunca ha jugado	1
Hace menos de un año	2
Hace entre uno y dos años	3
Hace entre dos y cinco años	4
Hace más de cinco años	5
Ns/Nc (NO LEER)	6

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

6.1. ¿Con qué frecuencia visita bares, cafeterías o restaurantes o establecimientos similares de hostelería? (LEER)

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez, con menos frecuencia	6	
Nunca (NO LEER)	7	PASAR A P. 7.1. si corresponde

SI EN P 6.1. CÓDS. 1 A 6

6.2. ¿Recuerda si en alguno de estos bares, restaurantes o cafeterías que ha visitado recientemente había máquinas de juego, es decir, máquinas en las que se echan monedas y, de vez en cuando, salen premios?

Si	1	PASAR A 6.3.
No	2	PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores

SI EN P 6.2. CÓD. 1.

6.3. ¿Ha echado monedas en alguna ocasión a estas máquinas, aunque fuera para probar suerte echando la vuelta de alguna consumición o para pasar un rato?

Si	1	HACER 6.4.
No	2	PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores

SI EN 6.3. Cód. 1

6.4. ¿Ha echado alguna moneda a estas máquinas tragamonedas en el último año?

Si	1	HACER BLOQUE MÁQUINAS HOSTELERÍA P.20.
No	2	PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 11. BINGOS

7.1. ¿Recuerda haber visto cerca de donde usted vive, trabaja o estudia, o en alguna calle o centro comercial, algún bingo?

Si	1	Pasar a 7.2.
No	2	Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores

SI EN 7.1. CÓD. 1.

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

- |    |   |  |
|----|---|--|
| Si | 1 | Pasar a 7.3.                                 |
| No | 2 | Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores |

SI EN 7.2. CÓD. 1.

**7.3.** ¿En el último año ha ido a algún bingo?

- |    |   |  |
|----|---|--|
| Si | 1 | HACER BLOQUE BINGO P. 19.                    |
| No | 2 | Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores |

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

**8.1.** ¿Recuerda haber visto cerca de donde usted vive, trabaja o estudia, o en alguna calle o centro comercial algún salón de juegos, es decir, un establecimiento en el que se juega en máquinas recreativas con premio o en el que se puede apostar? (Entrevistador: las maquinas recreativas con premio se refiere a máquinas tragamonedas)

- |    |   |  |
|----|---|--|
| Si | 1 |  |
| No | 2 | Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores |

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

- |    |   |  |
|----|---|--|
| Si | 1 |  |
| No | 2 | Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores |

SI EN 8.2. CÓD. 1.

**8.3.** ¿En el último año ha ido a algún salón de juego?

- |    |   |  |
|----|---|--|
| Si | 1 | HACER BLOQUE SALONES DE JUEGO P. 21.         |
| No | 2 | Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores |

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 10 CASINOS

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

- |    |   |   |
|----|---|---|
| Si | 1 |   |
| No | 2 | PASAR A P. 10.1. si corresponde o posteriores |

SI EN 9.1. CÓD. 1.

**9.2.** ¿En el último año ha ido a algún casino?

- |    |   |   |
|----|---|---|
| Si | 1 | HACER BLOQUE CASINO P. 18.                    |
| No | 2 | PASAR A P. 10.1. si corresponde o posteriores |

FILTROS PARA LAS PREGUNTAS 10 A 24, INCLUSIVE (juegos)

A LOS ENTREVISTADOS QUE ENTREN EN ESTAS PREGUNTAS A TRAVÉS DE P. 1. O EN LAS PREGUNTAS DE REPESCA

P. 6.3. cód. 1 (máquinas tragamonedas en hostelería)

P. 7.3. cód. 1 (bingo)

P. 8.3. cód. 1 (salones de juego)

P. 9.2. cód. 1 (casino)

SE LES PREGUNTARÁ COMO MÁXIMO POR TRES JUEGOS. SE SEGUIRÁ ESTE ORDEN PARA SELECCIONAR LOS JUEGOS, SEGÚN LAS RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS. SI EL ENTREVISTADO HA JUGADO A TRES DE LOS JUEGOS QUE APARECEN EN LA TABLA SE PREGUNTARÁ SÓLO POR ESOS TRES.

SI HA JUGADO A MÁS DE TRES JUEGOS DE LOS QUE APARECEN EN LA TABLA, SE SELECCIONAN ALEATORIAMENTE A TRES DE LOS QUE JUEGA.

	Origen	Destino
Máquinas tragamonedas en hostelería	P. 1 cód. 13 + P. 6.4. cód. 1.	P. 20
Salones de juego	P. 1 cód. 14 + P. 8.3. cód. 1.	P. 21
Apuestas Deportivas	P. 1 cód. 15	P. 22
Bingos	P. 1 cód. 11 + P. 7.3. cód. 1	P. 19
Casinos	P. 1 cód. 10 + P. 9.2. cód. 1	P. 18
La Grossa	P. 1 cód. 4 + P. 24 cód. 6	P. 12
Cupones OLD	P. 1 cód. 7	P. 15

SI EL ENTREVISTADO HA JUGADO A MENOS DE TRES JUEGOS DE LOS QUE APARECEN EN LA TABLA ANTERIOR, SE PREGUNTAN SIEMPRE LOS JUEGOS QUE JUEGA DE LOS QUE APARECEN EN LA TABLA Y SE COMPLETA HASTA TRES ALEATORIAMENTE CON LOS QUE APARECEN A CONTINUACIÓN.

SI NO HA JUGADO A NINGUNO DE LOS QUE APARECEN EN LA TABLA ANTERIOR, SE PREGUNTA COMO MÁXIMO POR TRES DE LOS QUE APARECEN A CONTINUACIÓN, SI JUEGA A MAS DE TRES, SE SELECCIONAN ALEATORIAMENTE.

	Origen	Destino
Lotería de Navidad	P. 1 cód. 1	P10.1
Sorteos semanales de lotería nacional	P. 1 cód. 3	P11.1
Euromillones, Loterías primitivas	P. 1 cód. 5	P13.1
ONCE	P. 1 cód. 6	P14.1
La Quiniela	P. 1 cód. 8	P16.1
Juego con amigos	P. 1 cód. 9	P17.1
Juega por televisión	P. 1 cód. 17	P23.1

LOTERÍA DE NAVIDAD. SI EN P.1. CÓD. 1

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

- Décimos o participaciones en papel	1	Pasar a 10.3
- Por Internet	2	Pasar a 10.2
- Compró de las dos maneras	3	Pasar a 10.2
- No compró	4	Pasar a 11.1
- NS/NC. No recuerda (NO LEER)	5	Pasar a 11.1

SI EN 10.01 CÓD. 2 O 3

**10.2.** Al comprarlas por Internet, ¿las compró directamente en la web de Loterías del Estado o en la web de alguna Administración de Loterías? (LEER. POSIBLE RESPUESTA DOBLE).

En la web de Loterías del Estado	1
En la web de un Administración de Loterías	2
NS/NC (NO LEER)	3

SI EN 10.01 CÓD. 1 O 3

**10.3.** ¿De qué tipo eran los décimos o participaciones, en papel, que jugaba? es decir... (LEER)

... décimos en una Administración de Lotería de un vendedor autorizado, con un décimo de Lotería Oficial	1
O compró participaciones de las que hacen colegios, sindicatos, clubes deportivos, asociaciones, etc., que normalmente tienen un recargo sobre la cantidad que juega, es decir, en un impreso de la asociación que compra la lotería y la vende para financiarse	2
Llevó décimos o participaciones de los dos tipos	3
NS/NC (NO LEER)	4

TODOS LOS QUE HACEN ESTE PUNTO DE LOTERÍA DE NAVIDAD

**10.4.** Dígame sobre estas opiniones que existen sobre la Lotería de Navidad, con cuáles está de acuerdo y con cuales en desacuerdo... (LEER)

	Acuerdo	Desacuerdo
Es un sorteo con grandes premios por lo que merece la pena tentar la suerte	1	2
Es una costumbre	1	2
Le gusta jugar a la Lotería, o juega normalmente a la Lotería	1	2
Juega porque se lo ofrecen en bares, la empresa, comercios, etc. y no quiere decir que no por si toca	1	2
Juega porque piensa que si la ofrecen conviene comprarla no vaya a ser que toque	1	2
Juega porque ya que se la ofrecen piensa que lo mismo les toca a sus conocidos y a usted no, por tanto, prefiere comprarla	1	2
Juega porque la Lotería de Navidad es como el comienzo de las navidades	1	2
Juega porque es una forma de llevarse bien con las personas que nos rodean	1	2
Juega porque aunque sólo tocase la pedrea vendría bien para tapar algún agujero económico	1	2
Realmente preferiría no comprar lotería de Navidad para no perder dinero	1	2

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

Sí	1
No	2
NS/NC (NO LEER)	3

SI JUEGA LOTERÍA NACIONAL. SORTEOS SEMANALES. EN P. 1. CÓD. 3

**11.1.** Antes me comentó que había jugado en el último año a los sorteos semanales de la Lotería Nacional, de los jueves o los sábados, ¿Con qué frecuencia juega a los sorteos semanales de la Lotería Nacional, la de décimos, no la Primitiva? (LEER)

- Los dos sorteos semanales	1
- Una vez a la semana, el sorteo del sábado o el del jueves	2
- Una vez cada dos o tres semanas	3
- Una vez al mes	4
- Alguna vez al año	5
- Nunca (NO LEER)	99

Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 11.1. CÓDS. 1 A 5

**11.2.** ¿Cuándo jugó por última vez a un sorteo semanal de Lotería Nacional? (LEER)

Hace una semana o menos	1
Hace dos semanas	2
Hace tres semanas o un mes	3
Hace entre uno y dos meses	4
Hace entre dos y seis meses	5
Hace entre seis meses y un año	6
Hace más de un año	7
No juega nunca (NO LEER)	8

**LOTERÍA DE CATALUÑA / LA GROSSA**

SI EN P.1. CÓD. 4 TAMBIÉN SI RETORNA DE P. 24, cód. 6.

**12.1.** Antes me comentó que había jugado a la Grossa de Cataluña, de los siguientes motivos, cuál cree que influyó más en que usted jugara a la Grossa, la lotería de Cataluña (LEER)

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

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

SI EN P.1. CÓD. 5

**13.1.** ¿Con qué frecuencia juega a Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva? (LEER)

Todos los días	1
Varias veces a la semana	2
Una vez a la semana	3

Una vez cada dos o tres semanas	4
Una vez al mes	5
Alguna vez al año	6
Nunca (NO LEER)	99 Pasar a siguiente bloque aleatorio

## SI EN P 13.1. CÓDS. 1 A 6

**13.2.** ¿Cuándo jugó por última vez a un sorteo de Loterías Primitivas, es decir, de Primitiva, Euromillones, El Gordo de la Primitiva o el Bonoloto? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

**ONCE**

## SI EN P.1. CÓD. 6

**14.1** ¿Con qué frecuencia juega a los cupones o a otros juegos de la ONCE? (LEER)

Todos los días	1
Varias veces a la semana	2
Una vez a la semana	3
Una vez cada dos o tres semanas	4
Una vez al mes	5
Alguna vez al año	6
Nunca (NO LEER)	8 Pasar al siguiente bloque aleatorio

## SI EN P 14.1. CÓDS. 1 A 6

**14.2.** ¿Cuándo jugó por última vez a un sorteo la ONCE o compró alguna de sus rascas? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

## OID

SI EN P.1. CÓD. 7

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

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Nunca (NO LEER)	8	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 15.1. CÓDS. 1 A 6

**15.2.** ¿Cuándo jugó por última vez a un sorteo la OID u otra de estas loterías que dan premio con los números de la ONCE? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

## QUINIELA

SI EN P.1. CÓD. 8

**16.1.** ¿Con qué frecuencia juega a la quiniela? (LEER)

Todos las semanas	1	
Una vez cada dos o tres semanas	2	
Una vez al mes	3	
Alguna vez al año	4	
Nunca (NO LEER)	5	Pasar al siguiente bloque aleatorio



SI EN P 16.1. CÓDS. 1 A 4

**16.02.** ¿Cuándo jugó por última vez a la Quiniela? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

### **PÓQUER CON AMIGOS, EN BARES O TIMBAS INFORMALES, PERO NO EN CASINOS**

SI EN P.1. CÓD. 9

**17.1.** ¿Con qué frecuencia juega al póquer con amigos o conocidos en bares o timbas apostando dinero, no en casinos ni por internet? (Entrevistador: se trata de timbas fuera de casinos o internet) (LEER)

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Nunca (NO LEER)	8	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 17.1. CÓDS. 1 A 6

**17.2.** ¿Cuándo jugó por última vez al póquer en bares o timbas con amigos o conocidos, apostando dinero? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

**CASINOS**

SI EN P. 1. CÓD. 10, Y/O EN P. 9.2. CÓD. 1.

**18.1.** ¿Con qué frecuencia suele ir a casinos a jugar a juegos de casino (ruleta, black Jack, etc.), póquer o máquinas? (LEER)

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Nunca (NO LEER)	8	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 18.1. CÓDS. 1 A 6

**18.2.** ¿Cuándo fue por última vez a un casino? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

SI EN P 18.2. CÓD. 1 A 8

**18.3.** ¿A qué juega cuando va a un casino: póquer, juegos de mesa como Black jack o ruletas o a máquinas con premio? (RESPUESTA MÚLTIPLE) (LEER)

	Sí	No
Póquer	1	1
Juegos de mesa (Black Jack o Ruletas)	2	2
Máquinas de juego	3	3
NS/NC (NO LEER)	4	

**BINGO**

SI EN P.1. CÓD. 11 o EN P. 7.3. CÓD. 1.

**19.1.** Antes me comentó que jugaba al bingo o que había ido al bingo alguna vez en el último año, ¿me puede decir, con qué frecuencia juega al bingo o va al bingo? (LEER)

Todos los días	1
Varias veces a la semana	2
Una vez a la semana	3

Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Sólo con familiares o amigos	7	
Nunca (NO LEER)	8	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 19.1. CÓDS. 1 A 7

**19.2.** ¿Cuándo fue por última vez a un bingo? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No va nunca (NO LEER)	10

SI EN 19.2. Cód. 1 a 8 (excluye 9 y 10)

**19.3.** Como usted sabe, en los bingos se puede jugar al bingo, pero también a otras cosas, ¿me puede decir a qué jugó la última vez que fue? (preguntar) (LEER)

	Si	NO
¿Al bingo?	1	2
¿Máquinas de juego?	1	2
¿Ruleta?	1	2
¿Apuestas sobre deportes?	1	2
NS/NC (NO LEER)	4	4

## MÁQUINAS TRAGAMONEDAS EN HOSTELERÍA

P. 1. CÓD. 13 O P. 6.4. CÓD. 1

TABULACIÓN. GENERAR UNA PREGUNTA FICTICIA:

Juega máquinas tragamonedas en bares:

Sí, procedente de respuesta directa (P. 1, cód. 13)

Sí, procedente de repesca de bares (P. 6.4. cód. 1)

No juega a máquinas

Las dos primeras forman la base de P. 20.1.

**20.1** Antes me comentó que en el último año había probado suerte o había jugado echando alguna moneda a las máquinas con premios en bares, cafeterías o restaurantes ¿Con qué frecuencia lo hace? (LEER)

- Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Casi nunca	7	
Nunca (NO LEER)	8	Pasará al siguiente bloque aleatorio

SI EN P20.1. CÓDS. 1 A 7

**20.2.** ¿Cuándo fue la última vez que echó una moneda a una máquina tragamonedas en un bar o restaurante? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

## SALONES DE JUEGO

P. 1. CÓD. 14 o P. 8.3. COD. 1

**21.1** Antes me comentó que en el último año había entrado alguna vez a jugar en un salón de juegos con máquinas recreativas con premio, ruletas, etc., ¿Con qué frecuencia va a un salón de juegos a jugar o a distraerse? (LEER)

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Casi nunca	7	
Nunca (NO LEER)	8	Pasará al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 21.1. CÓDS. 1 A 7

**21.2.** ¿Cuándo fue por última vez a un salón de juego? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

SI EN P 18.2. CÓD. 1 A 8

**21.3.** A qué juega cuando va a un salón de juego: ¿máquinas, ruletas o apuestas deportivas? (RESPUESTA MÚLTIPLE) (LEER)

	Si	NO
Máquinas	1	1
Ruletas	2	2
Apuestas deportivas	3	3
NS/NC (NO LEER)	4	4

A TODOS LOS QUE PASAN AL BLOQUE DE SALONES DE JUEGO

**21.4.** Cuándo va a un salón de juego, ¿va sólo o va con otras personas?

Sólo	1
Con otras personas	2
NS/NC (NO LEER)	3

## APUESTAS DEPORTIVAS

SI EN P.1. CÓD. 15

DP: EN TODAS LAS COMUNIDADES EXCEPTO ANDALUCÍA

**22.1.** ¿Con qué frecuencia hace apuestas sobre resultados de deportes en locales de apuestas? (LEER)

Todos los días	1	
Varias veces a la semana	2	
Una vez a la semana	3	
Una vez cada dos o tres semanas	4	
Una vez al mes	5	
Alguna vez al año	6	
Nunca (NO LEER)	7	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SI EN P 22.1. CÓDS. 1 A 6

**22.2.** ¿Cuándo fue por última vez a un local de apuestas a ver algún deporte, tomar algo o a apostar? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

## JUEGOS EN TELEVISIÓN

SI EN P.1. CÓD. 17

**23.1** ¿Con qué frecuencia juega por televisión a juegos de casino, arriesgando dinero, o a concursos de preguntas o respuestas? (LEER)

Todos los días	1
Varias veces a la semana	2
Una vez a la semana	3
Una vez cada dos o tres semanas	4
Una vez al mes	5
Alguna vez al año	6
Sólo en reuniones familiares o de amigos	7
Nunca (NO LEER)	8

**23.2.** ¿Cuándo fue la última vez que vio un juego de azar por la noche en televisión, una ruleta, póquer u otro tipo de juego? (LEER)

Ayer	1
Hace dos o tres días	2
Hace una semana o menos	3
Hace dos semanas	4
Hace tres semanas o un mes	5
-Hace entre uno y dos meses	6
Hace entre dos y seis meses	7
Hace entre seis meses y un año	8
Hace más de un año	9
No juega nunca (NO LEER)	10

## CATALUÑA TODOS, MENOS P. 1., CÓD. 4

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

Porque no le gusta la Lotería o no la compra nunca	1	
Porque cree que la Lotería de Navidad tiene premios más importantes o hay más posibilidades de ganar con ella	2	
Porque no se la ofrecieron	3	
Porque cree que la Lotería Navidad es la tradicional y por tanto jugó a esa	4	
NS/NC	5	
Si jugó a La Grossa	6	PASAR A 12.01 SIEMPRE QUE SE MARCA ESTA OPCIÓN SE PREGUNTA P12.1 AUNQUE YA HAYA RESPONDIDO SOBRE 3 JUEGOS

## TODOS

**25.** Hace pocas semanas hemos estado en Navidad y Reyes, cuando se hacen muchas compras para la familia, amigos o para uno mismo. Pensando en las compras que hace para usted mismo o para su hogar, le voy a leer una serie de cosas que se pueden pensar cuando se compra, dígame si le pasan mucho, bastante, poco o nada...

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
A veces me he encontrado con que había gastado más de lo que realmente tenía	3	2	1	0
Varió muchos los productos que compro porque pasado un tiempo me canso de comprar siempre lo mismo	3	2	1	0
Disfruto comprando cosas que no tenía previstas	3	2	1	0
Cuando compro, siempre estoy abierto a los cambios y a las nuevas ideas	3	2	1	0
De vez en cuando me gusta comprar o llevar cosas que sé que compra o lleva la gente que piensa o vive como yo	3	2	1	0
A veces, cuando tengo dinero en el bolsillo o en la tarjeta, compro cosas que no tenía pensado comprar y que seguramente, no habría comprado de no haber tenido dinero	3	2	1	0
Cuando algo me gusta realmente sería capaz de comprarlo a cualquier precio	3	2	1	0

TODOS LOS QUE HAYAN JUGADO ALGÚN JUEGO (APROX. 80% MUESTRA)  
EXCEPTO CÓD. 99 EN P. 1, Y P. 3.3/P3.4 TAMBIÉN SE INCLUYEN LOS QUE HAYAN SIDO REPESCADOS PARA CASINOS, MÁQUINAS, SALONES Y BINGOS. SÓLO SE EXCLUYEN A LOS QUE NO HAYAN JUGADO A NADA

**26.** A continuación le voy a hacer algunas preguntas sobre el juego en general. Dígame en los últimos doce meses:

(LEER)

DSM	Cada vez que pierde	La mayor parte de las veces que pierde	Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierde	Nunca	Se niega/ Nc (NO LEER)
Cuando usted juega, ¿con que frecuencia vuelve a jugar para ganar lo que perdió otro día?	1	2	3	4	5
¿Con cuanta frecuencia se ha encontrado usted mismo pensando sobre juego, es decir, volviendo sobre partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugará o pensando formas para tener dinero para jugar?	1	2	3	4	5
¿Tiene necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que desea conseguir jugando?	1	2	3	4	5
¿Se siente usted irritable cuando intenta dejar de jugar?	1	2	3	4	5
¿Ha jugado para escapar de sus problemas o cuando usted está deprimido, ansioso o mal consigo mismo?	1	2	3	4	5
¿Ha mentido a su familia o a otros para esconder el tiempo que dedica a jugar?	1	2	3	4	5
¿Ha intentado controlar, recortar lo que juega o dejar de jugar?	1	2	3	4	5
¿Ha cometido una falta o un delito para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?	1	2	3	4	5
¿Se ha arriesgado a perder relaciones importantes, trabajo u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?	1	2	3	4	5
¿Ha pedido dinero a otros para ayudarle con una situación financiera desesperada provocada por el juego?	1	2	3	4	5

**27.** En los últimos doce meses, con qué frecuencia:

(LEER)

PGSI	Casi siempre	La mayor parte de las veces	Alguna vez	Nunca	Se niega (NO LEER)
Ha jugado o apostado más dinero del que se podía permitir perder	1	2	3	4	5
Ha necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción	1	2	3	4	5
Ha vuelto para intentar ganar el dinero que perdió	1	2	3	4	5
Ha tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar	1	2	3	4	5
Ha sentido que usted podía tener un problema con el juego	1	2	3	4	5
Ha sentido que el juego le ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad	1	2	3	4	5



Ha habido gente que le ha criticado lo que juega, o le ha dicho que tiene un problema con el juego, con independencia de que usted piense que es verdad o no	1	2	3	4	5
Ha sentido que el juego le ha provocado problemas económicos a usted o a su familia	1	2	3	4	5
Se ha sentido culpable sobre la forma en que juega y lo que sucede cuando juega	1	2	3	4	5

**P. 28. BASE:**

**TODOS LOS QUE HAN JUGADO EN SALAS DE JUEGO**

Máquinas tragamonedas	P. 1. Cód. 13 + P. 6.4. cód. 1
Salones de juego	P. 1. Cód. 14 + P. 8.3. cód. 1
Apuestas deportivas	P. 1. Cód. 15
Bingos	P. 1. Cód. 11 + P. 7.3. cód. 1
Casinos	P. 1. Cód. 10 + P. 9.2. cód. 1

**28.** Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder jugando en un casino, en un bingo, en un salón de juego o echando monedas en una máquina tragamonedas en un bar o restaurante... (LEER)

Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	1
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	2
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar o conocer gente con las mismas aficiones	3

**TODOS LOS QUE NO JUEGAN EN SALA (EL INVERSO A LA ANTERIOR: NO HA JUGADO A MAQUINAS TRAGAMONEDAS, NI EN SALONES DE JUEGO, NI A APUESTAS DEPORTIVAS, NI EN BINGOS, NI EN CASINOS)**

**29.** Le voy a leer ahora una serie de ideas sobre el juego, me puede decir hasta qué punto está de acuerdo con ellas, mucho, bastante, regular, poco o nada

	Mucho	Bastante	Regular	Poco	Nada
Hay demasiadas oportunidades para jugar en cualquier parte	5	4	3	2	1
El juego es peligroso para la vida familiar	5	4	3	2	1
La gente debe tener el derecho a jugar cuando quiera	5	4	3	2	1
El juego debería ser desaconsejado, desincentivado	5	4	3	2	1
La mayor parte de la gente que juega lo hace con responsabilidad, conoce sus límites	5	4	3	2	1
Jugar alegra la vida	5	4	3	2	1
La sociedad iría mejor si el juego estuviera prohibido en todas partes	5	4	3	2	1
Globalmente, el juego es bueno para la sociedad	5	4	3	2	1
El juego es una mala costumbre	5	4	3	2	1
La gente que juega me parece poco fiable	5	4	3	2	1

TODOS

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

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

SI	1	18.1b ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc (NO LEER)	3

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

SI	1	28.2B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc (NO LEER)	3

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

SI	1	28.3B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc (NO LEER)	3

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

SI	1
NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3

**30.5** En relación con el total de ingresos netos mensuales de su hogar, ¿cómo suelen llegar a fin de mes? (**LEER**)

Con mucha dificultad	1
Con dificultad	2
Con cierta dificultad	3
Con cierta facilidad	4
Con facilidad	5
Con mucha facilidad, sin problemas	6
Ns/Nc (NO LEER)	99

**31.** ¿Qué personas además de Vd. viven en su hogar? (**LEER**)

1. Cónyuge/Pareja
2. Hijo/s menores de 10 años
3. Hijo/s de 10 a 15 años
4. Hijos de 16 a 18 años
5. Hijos mayores de 18 años
6. Vive solo
7. Otros

**32. ¿Cómo se define usted en materia religiosa? (LEER)**

Católico practicante, va todos o casi todos los domingos a misa	1
Católico no practicante	2
Creyente en otra religión	3
NO creyente	4
Ateo o agnóstico	5
Ns/Nc (NO LEER)	99

**DATOS DE CLASIFICACIÓN****C2. ¿Es usted el sustentador principal o persona que más ingresos aporta al hogar?**

1. Sí
2. No

**C.4. ¿Cuál es su situación laboral?**

1. Trabaja actualmente
2. Retirado/Pensionista/Incapacitado
3. Parado habiendo trabajado antes
4. Parado en busca primer empleo
5. Estudiante (no trabaja)
6. Sus labores (no trabaja)

**C.5. ¿Está/estuvo trabajando por cuenta propia o ajena?**

- 1 Cuenta propia C.6A.
- 2 Cuenta ajena C.6B.

**C.6A. En concreto, ¿cuál es su profesión? (Cuenta propia)**

1. Miembro cooperativa agraria/no agraria
2. Propietario agrícola sin empleados
3. Empresario agrario (1 a 5 empleados)
4. Empresario agrario (6 y más empleados)
5. Empresario/comerciante sin empleados
6. Empresario/comerciante (1 a 5 empleados)
7. Empresario/comerciante (6 y más empleados)
8. Profesional liberal (médico/abogado)
9. Trabajador manual (albañil/fontanero)

**C.6B. En concreto, ¿cuál es su profesión? (Cuenta ajena)**

1. Director/directivo (25 y más empleados)
2. Director empresa (menos de 25 empleados)
3. Mando superior (empresa privada/administración/jefe)
4. Mando intermedio (empresa privada/administración/oficial)
5. Capataces/encargados/suboficiales ejército
6. Agentes comerciales/representantes
7. Administrativos
8. Obrero especializado/Nº Guardia Civil/Policia
9. Vendedores/dependientes
10. Obreros sin especializar (Peón)
11. Empleados subalternos (Conserje, etc.)
12. Otro personal no cualificado (Servicio doméstico)
13. Jornaleros del campo

**C.7. ¿Qué estudios tiene vd.?**

1. No sabe leer (analfabeto)
2. Sabe leer y escribir (2 o 3 años al colegio)
3. ESO sin acabar/EGB sin acabar/CEP sin examen/4 o 5 años al colegio
4. ESO finalizado/EGB finalizado/Bachiller Elemental/CEP con examen/6 o más años al colegio
5. Bachiller(LOGSE) / BUP/COU /FP /Bachiller Superior
6. Diplomatura/Escuela Universitaria/Ingeniería técnica
7. Licenciatura/Escuela técnica superior/Doctorado
8. Grado (Universitario, nunca módulos)
9. Grado + Master

**SÓLO SI NO ES EL SUSTENTADOR PRINCIPAL**

**C.8. ¿Cuál es la situación laboral del sustentador principal (la persona que aporta más ingresos al hogar)?**

1. Trabaja actualmente
2. Retirado/Pensionista/Incapacitado
3. Parado habiendo trabajado antes
4. Parado en busca primer empleo
5. Estudiante (no trabaja)
6. Sus labores (no trabaja)

**C.9. ¿Está/estuvo trabajando por cuenta propia o ajena?**

1. Cuenta propia C.9A.
2. Cuenta ajena C.9B.

**C.9A. En concreto, ¿Cuál es la profesión del sustentador principal? (Cuenta propia)**

1. Miembro cooperativa agraria/no agraria
2. Propietario agrícola sin empleados
3. Empresario agrario (1 a 5 empleados)
4. Empresario agrario (6 y más empleados)
5. Empresario/comerciante sin empleados
6. Empresario/comerciante (1 a 5 empleados)
7. Empresario/comerciante (6 y más empleados)
8. Profesional liberal (médico/abogado)
9. Trabajador manual (albañil/fontanero)

**C.9B. En concreto, ¿Cuál es la profesión del sustentador principal? (Cuenta ajena)**

1. Director/directivo (25 y más empleados)
2. Director empresa (menos de 25 empleados)
3. Mando superior (empresa privada/administración/jefe)
4. Mando intermedio (empresa privada/administración/oficial)
5. Capataces/encargados/suboficiales ejército
6. Agentes comerciales/representantes
7. Administrativos
8. Obrero especializado/Nº Guardia Civil/Policia
9. Vendedores/dependientes
10. Obreros sin especializar (Peón)
11. Empleados subalternos (Conserje, etc.)
12. Otro personal no cualificado (Servicio doméstico)
13. Jornaleros del campo

**C.10. ¿QUÉ ESTUDIOS TIENE EL SUSTENTADOR PRINCIPAL?**

1. No sabe leer (analfabeto)
2. Sabe leer y escribir (2 o 3 años al colegio)
3. ESO sin acabar/EGB sin acabar/CEP sin examen/4 o 5 años al colegio
4. ESO finalizado/EGB finalizado/Bachiller Elemental/CEP con examen/6 o más años al colegio
5. Bachiller(LOGSE) / BUP/COU /FP /Bachiller Superior
6. Diplomatura/Escuela Universitaria/Ingeniería técnica
7. Licenciatura/Escuela técnica superior/Doctorado
8. Grado (Universitario, nunca módulos)
9. Grado + Master

**C.10A ¿CUÁL ES SU NACIONALIDAD?**

1. Española
2. Española y otra
3. Otra

## ENCUESTA SOBRE EL JUEGO *ONLINE* EN ESPAÑA 2018 (IX)

En primer lugar, puedes decirme tu edad (ATENCIÓN: LOS ENTREVISTADOS DEBEN TENER 16 AÑOS O MÁS)

A. ¿Cuál es tu sexo?:

B. ¿Cuál es tu nacionalidad?

Pasar a P. C.

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

C. Puedes indicar en que zona geográfica está tu país de origen:

D. ¿Cuál es tu Comunidad de Residencia?

E. ¿En qué localidad vives?

### CUESTIONARIO

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

SI	1
NO	2 no válido

2. **A.** De los siguientes juegos, ¿cuáles has jugado en Internet en los dos últimos meses, arriesgando dinero, es decir, apostando o poniendo dinero en cada mano o partida?

2B **Y** de los siguientes juegos, ¿De cuáles has comprado boletos o participaciones por Internet para jugar, en los dos últimos meses?

	P. 2 A		P. 2 B	
	SI	NO	SI	NO
Póquer rooms o torneos de póquer, pagando la entrada	1	11		
Póquer, apostando en cada mano	2	12		
Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.	3	13		
Apuestas sobre carreras de caballos o en canódromos	4	14		
Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	5	15		
Bingo	6	16		
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	7	17		
Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)			8	18
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto			9	19
Cupones u otros juegos de la ONCE			10	20
Quiniela			11	21
SI NO HA JUGADO NINGUNO NO VÁLIDO	99		99	

**3.** Y de estos, ¿cuáles has jugado en los dos últimos meses EN PERSONA, es decir, comprando billetes, cupones o yendo a apostar a locales como casinos, bingos o salones de juego, con amigos en casa, o en otro lugar?

	P. 3	
	SI	NO
Has ido a algún casino a jugar al póquer	1	2
Has jugado al póquer en alguna reunión en bares o en timbas, apostando dinero	1	2
Has apostado sobre deportes (fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.) en un local de apuestas	1	2
Has ido a algún casino a jugar a juegos de casino: black jack, ruleta, etc.	1	2
Has ido a un bingo	1	2
Has ido a un salón de juegos a jugar con máquinas que dan premios	1	2
Has jugado a máquinas en bares o restaurantes	1	2
Has comprado Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)	1	2
Has comprado Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	1	2
Has comprado cupones u otros juegos de la ONCE	1	2
Jugado a la quiniela	1	2

**4.** ¿Con qué frecuencia sueles jugar online a cualquier tipo de juego de azar con premios, es decir, arriesgando dinero?

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

**5.** Pensando en el día de ayer...

**5.1.** ¿Era un día normal o un día festivo?

- Un día laborable 1
- Un día festivo 2

**5.2.** ¿Jugaste ayer a algún juego por Internet, o compraste alguna participación de lotería, primitivas o cupones de la ONCE?

- Sí 1
  - No 2
- Pasar a p. 6.

**5.3.** ¿Cuánto tiempo dedicaste a jugar por Internet arriesgando dinero o a comprar alguna participación de Lotería, ONCE, primitivas o la Quiniela?

- Unos minutos, menos de un cuarto de hora 1
- Un cuarto de hora 2
- Media hora 3
- Una hora 4
- Una hora y media 5
- Dos o tres horas 6
- Más de tres horas 7
- No lo sé 8

**5.4. ¿A qué juegos o juegos jugaste ayer?**

Póquer rooms o torneos de poker, pagando la entrada	1
Póquer, apostando en cada mano	2
Apuestas sobre deportes: fútbol, baloncesto, automovilismo, motos, etc.	3
Apuestas sobre carreras de caballos o en canódromos	4
Juegos de casino: black jack, ruletas, etc.	5
Bingo	6
Máquinas slot, similares a rodillos giratorios o tragamonedas	7
Lotería Nacional (Navidad, el Niño u otros sorteos)	8
Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto	9
Cupones u otros juegos de la ONCE	10
Quiniela	11
Ayer no jugué	99

**TODOS**

**6. ¿Cómo pagas tus apuestas para jugar por Internet, a través de qué medio de pago por Internet pone el dinero para apostar?**

- Tarjeta de crédito o débito (4B, Master Card, Visa, 6000)	1
- Otra tarjeta de crédito o débito (American Express, etc.)	2
- Sistemas de pago on line (Paypal, ...)	3
- Tarjeta prepago (Paysafe card, etc.)	4
- Transferencia bancaria	5
- Transferencia no bancaria (Western Union, etc.)	6
- Cheque enviado al operador	7

**7. ¿Estás registrado en alguna web de juego por Internet, es decir, en alguna web de las que le permiten acceder a servicios o aplicaciones para poder jugar arriesgando dinero? (POSIBLE RESPUESTA MÚLTIPLE SI ESTÁ REGISTRADO EN VARIAS)**

- Sí	1	
- No	2	Pasar a P. 11

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

**PENDIENTE DE CERRAR EL LISTADO.**

- 888casino.es	1
- Bet365.es (apuestas)	2
- Bet365.es (casino)	3
- Betathome	4
- Botemania	5
- Bwin.es	6
- Cirsas.es	7
- Codere.es	8
- Interapuestas.es	9
- Interwetten.com	10
- LB Apuestas (LadBrokes Apuestas)	11
- Loterías y apuestas del Estado / Lotería Nacional	12
- Loto 6/49	13
- Luckia.es	14
- Miapuesta.es	15
- ONCE.es	16
- Sportium.es	17
- Partypoker.es	18
- Powerstars.es	19



- suertia.es	20
- Tómbola.es	21
- Yobingo.es	22
- Ventura24.es	23
- Williamhill.es	24
- otros (abrir una ventana: Especificar. Pasar listado con las que aparezcan)	

**9.** Por favor, para asegurarnos de la web, ¿puedes señalar cuáles son sus terminaciones?

- .com	1
- .es	2
- .fr	3
- .net	4
- .nl	5
- .org	6
- .cat	7
- .eu	8
Otras ¿puedes escribirla?	9

**10.** LA PREGUNTA 11 SE DESPLIEGA EN FUNCIÓN DE LAS RESPUESTAS EN P.2 A y B. LA IDEA ES QUE SE HACE LA BATERÍA DE PREGUNTAS PARA LOS JUEGOS QUE SE JUEGAN ON LINE, PARA EVITAR EL CANSANCIO DEL ENTREVISTADO SE PREGUNTARÁ POR TRES COMO MÁXIMO. SE SELECCIONARÁN SEGÚN EL ORDEN DE LOS CÓDIGOS DE P2, DE MANERA QUE SI RESPONDE A CUATRO JUEGOS, POR

SI P.2. Cód. 1: Póquer rooms o torneos de poker, pagando la entrada 11.1.1. ¿Con qué frecuencia juegas por Internet al póquer en póquer rooms o torneos pagando la entrada?

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

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

**11.2.1.** ¿Con qué frecuencia juegas por Internet al póquer, apostando en cada mano?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SI P.2. Cód. 6: Bingo.

**11.6.1.** ¿Con qué frecuencia juegas al bingo por Internet?

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

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

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

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

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

**11.8.1.** ¿Con qué frecuencia compras Lotería Nacional por Internet, ya sea Lotería de Navidad, del Niño o sorteos semanales?

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

Pasar a 11.9, si corresp.

**11.8.2.** La última vez que compraste Lotería, ¿a través de qué web la compraste?

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

## SI P.2. Cód. 9: Lotería Primitiva, Euromillones, Gordo Primitiva, Bonoloto

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

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

## SI P.2. Cód. 10: Cupones u otros juegos de la ONCE

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

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

## SI P.2. Cód. 11: Quiniela

**11.11.1.** ¿Con qué frecuencia juegas la Quiniela por Internet?

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

## TODOS

**12.** 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

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

- Está en España 1
- Está fuera de España 2
- Unos en España y otros fuera de España 3
- No lo sé 4

**14.** En general, te fías de las casas de apuestas o casinos que conoces en Internet, ¿mucho, bastante, regular, poco o nada?

- Me fío mucho 1
- Me fío bastante 2
- Me fío regular 3
- Me fío poco 4
- No me fío nada 5

**15.** Y de las casas de apuestas o casinos en las que apuestas o juegas habitualmente, ¿hasta qué punto te fías?

- Me fío mucho 1
- Me fío bastante 2
- Me fío regular 3
- Me fío poco 4
- No me fío 5

**16.** Pensando en las compras que hace para usted mismo o para su hogar, le voy a leer una serie de cosas que se pueden pensar cuando se compra, dígame si le pasan mucho, bastante, poco o nada ...

A continuación, verás una serie de afirmaciones sobre las compras que realizas para ti mismo o para tu hogar, en relación a cosas que puedes pensar cuando compras.

Señala hasta qué punto te pasan mucho, bastante, poco o nada

Invertimos el orden de la escala, pero manteniendo los códigos.  
De izquierda a derecha (de Nada a Poco)

¿Aleatorizar orden presentación de frases?

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
A veces me he encontrado con que había gastado más de lo que realmente tenía	3	2	1	0
Varió muchos los productos que compro porque pasado un tiempo me canso de comprar siempre lo mismo	3	2	1	0
Disfruto comprando cosas que no tenía previstas	3	2	1	0
Cuando compro, siempre estoy abierto a los cambios y a las nuevas ideas	3	2	1	0
De vez en cuando me gusta comprar o llevar cosas que sé que compra o lleva la gente que piensa o vive como yo.	3	2	1	0
A veces, cuando tengo dinero en el bolsillo en la tarjeta, compro cosas que no tenía pensado comprar y que seguramente, no habría comprado de no haber tenido dinero	3	2	1	0
Cuando algo me gusta realmente sería capaz de comprarlo a cualquier precio	3	2	1	0

TODOS

A la P. 18 la llamaremos DSM en el Plan de Tabulación, ahora no tiene importancia.

**17.** A continuación verás algunas preguntas sobre el juego en general:

**17.A.** Cuando juegas, ¿con qué frecuencia vuelves a jugar para ganar lo que perdiste otro día?

- |  |   |
|--|---|
| - Cada vez que pierdo                                      | 1 |
| - La parte de las veces que pierdo                         | 2 |
| - Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierdo | 3 |
| - Nunca  | 4 |

En el último año:

**17.B.** ¿Con qué frecuencia te has encontrado pensando en el juego, es decir, recordando partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugarás o pensando en formas para tener dinero para jugar?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.C.** ¿Tienes necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que deseas obtener jugando?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.D.** ¿Te sientes irritable cuando intentas dejar de jugar?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.E.** ¿Has jugado para escapar de tus problemas o cuando estás deprimido, ansioso o mal contigo mismo?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.F.** ¿Has mentido a tu familia u otras personas para esconder el tiempo que dedicas a jugar?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.G.** ¿Has intentado controlar, recortar lo que juegas o dejar de jugar?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.H.** ¿Has cometido una falta o un delito para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?

- |                  |   |
|------------------|---|
| - Con frecuencia | 1 |
| - Algunas veces  | 2 |
| - Ocasionalmente | 3 |
| - Nunca          | 4 |

**17.I.** ¿Te has arriesgado a perder relaciones importantes, trabajos u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?

- Con frecuencia 1
- Algunas veces 2
- Ocasionalmente 3
- Nunca 4

**17. J.** ¿Has pedido dinero a otros para salir de una situación financiera difícil provocada por el juego?

- Con frecuencia 1
- Algunas veces 2
- Ocasionalmente 3
- Nunca 4.

**18. A LA SERIE DE PREGUNTAS 18 LA LLAMAREMOS PGSI EN EL PLAN DE TABULACION, AHORA NO TIENE IMPORTANCIA.**

En los últimos doce meses ...

**18.A.** ¿Has jugado o apostado más dinero del que te podías permitir gastar?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.B.** ¿Has necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.C.** ¿Has vuelto a jugar para intentar ganar el dinero que perdiste?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.D.** ¿Has tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.E.** ¿Has pensando que puedes tener un problema con el juego?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.F.** ¿Has sentido que el juego te ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad?

- Casi siempre 1
- La mayor parte de las veces 2
- Alguna vez 3
- Nunca 4

**18.G.** ¿Te han criticado porque juegas o te han dicho que tienes un problema con el juego, con independencia de que tú pienses que es verdad o no?

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| - Casi siempre                | 1 |
| - La mayor parte de las veces | 2 |
| - Alguna vez                  | 3 |
| - Nunca                       | 4 |

**18.H.** ¿Has sentido que el juego te ha provocado problemas económicos, a ti o a tu familia?

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| - Casi siempre                | 1 |
| - La mayor parte de las veces | 2 |
| - Alguna vez                  | 3 |
| - Nunca                       | 4 |

**18.I.** ¿Te has sentido culpable por la forma en que juegas y lo que sucede cuando juegas?

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| - Casi siempre                | 1 |
| - La mayor parte de las veces | 2 |
| - Alguna vez                  | 3 |
| - Nunca                       | 4 |

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

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

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

**19B** ¿Tuviste algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?

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

**19c.** ¿Tuviste algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?

SI	1	19C2 ¿Tuviste algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc	3		Ns/Nc	3

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

SI	1
NO	2
Ns/Nc	3

SI ES MENOR DE 18 AÑOS (14, 15, 16, 17, 18 EN PREGUNTA EDAD)

**20.** Para inscribirte en una web de juego tienes que teclear el número de algún documento de identidad, ¿puedes indicar cuál utilizaste para inscribirte en las que te has apuntado?

- |  |   |             |
|--|---|-------------|
| - Mi DNI                                       | 1 | Hacer P. 21 |
| - Mi tarjeta de residencia                     | 2 | Hacer P. 21 |
| - El DNI de mi padre o madre                   | 3 |             |
| - El DNI de mi hermano/a                       | 4 |             |
| - El DNI de un amigo/a                         | 5 |             |
| - La tarjeta de residencia de mi padre o madre | 6 |             |
| - La tarjeta de residencia de mi hermano/a     | 7 |             |
| - La tarjeta de residencia de un amigo/a       | 8 |             |
| - Otro documento                               | 9 |             |

**21.** ¿Puedes repetir tu edad? (Anotar)

TODOS

PREGUNTAS OCUPACIÓN Y NIVEL DE ESTUDIOS. (las mismas que en el anterior estudio)

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



## OTROS TÍTULOS:



*Anuario del juego en España*  
2016/17, (2017) IPOLGOB-esj  
(Estudios sobre Juego), VV.AA.



*Percepción social sobre el  
juego de azar en España (VIII),*  
(2017) Monografías Política y  
Gestión, IPOLGOB, VV.AA.



*Percezione sociale del gioco  
d'azzardo in Italia 2017,* (2017),  
Fondazione Bruno Visentini, VV.AA.

# Percepción social sobre el juego de azar en España 2018 IX

Este Informe es un estudio sociológico, no estadístico. No trata de mostrar la exacta realidad del juego de azar en España sino de ofrecer, como el título indica, cual es la sensibilidad que la sociedad española tiene sobre esta materia. El matiz diferencial es muy importante desde el punto de vista político ya que, en este campo, muchas veces el Poder tiene que atender más a lo que la sociedad opina sobre una determinada cuestión que a la realidad concreta de la misma.

Se decidió utilizar un sistema de doble encuesta: una, sobre el juego en general (presencial y *online*) y otra, específicamente, sobre jugadores *online*; porque constituyendo una única realidad el juego de azar, los avatares administrativos han conducido a que exista una doble regulación cada vez más divergente (tributación diferente, tratamiento discriminatorio en materia de publicidad...), olvidando que el juego por internet no es un mercado, sino sólo un canal.

En esta edición, como ha ocurrido anteriormente, se incluye un capítulo algo especial, dedicado en esta ocasión al análisis de “El juego y las compras compulsivas o impulsivas”, cuyos resultados consideramos de utilidad para el conjunto de la industria y que abre nuevas vías de investigación de la realidad del juego.

Con el patrocinio de:

