



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Grado en Marketing e Investigación de Mercados

**EL AUGE DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE:  
LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR EN ESPAÑA  
EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS**

Trabajo de Fin de Grado presentado por **D<sup>a</sup>. Inmaculada Fernández López**, <inmaculada.fdez.lopez@gmail.com>, en el curso académico 2017/2018, en la convocatoria ordinaria de junio de 2018, siendo el tutor del mismo **D. Carlos Javier Rodríguez Rad**.

**V<sup>o</sup> B<sup>o</sup> del Tutor/a:**

**Alumno/a:**

**D. Carlos Javier Rodríguez Rad**

**D<sup>a</sup>. Inmaculada Fernández López**

mayo, 2018. Sevilla.

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

CURSO ACADÉMICO 2017/2018

**TÍTULO:**

EL AUJE DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE: LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR EN ESPAÑA  
EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

**AUTOR/A:**

Da. INMACULADA FERNÁNDEZ LÓPEZ

**TUTOR/A:**

D. CARLOS JAVIER RODRÍGUEZ RAD

**DEPARTAMENTO:**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
(MARKETING)

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:**

COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo analiza la evolución del sector del juego y las apuestas online en España en los últimos cinco años. La primera parte de este trabajo consiste en el desarrollo de cuestiones teóricas que nos permiten contextualizar ciertos aspectos del mercado del juego online: se ha definido qué es el juego online, cuáles han sido sus orígenes y cómo ha ido evolucionando hasta la actualidad, cuáles son aquellos juegos que se encuentran regulados en España y se ha elaborado una lista de los operadores web con licencia para ofrecer este servicio en dicho país.

A continuación, se han estudiado las distintas causas que han sido determinantes en el auge del sector del juego online en los últimos años.

Seguidamente, se ha analizado la evolución del sector detalladamente desde 2013, es decir en los últimos cinco años, para ver cómo ha ido cambiando el mercado en cuanto a las cantidades jugadas, los depósitos y las retiradas, las cifras de margen de juego, el número de jugadores y los gastos en publicidad, promoción y patrocinio.

Por último, se ha llevado a cabo un estudio de mercado con el objetivo de conocer el comportamiento de los jóvenes pertenecientes a la llamada *generación millennial* frente al mercado de las apuestas online. Se ha realizado un cuestionario que ha sido entregado a las personas nacidas entre 1984 y 1999, para determinar el porcentaje de personas que juegan, conocer las razones por las cuales no apuestan los no jugadores, estudiar la posible relación entre las características personales y socioeconómicas con el hecho de apostar, conocer la frecuencia de juego y las cantidades apostadas, averiguar si han aumentado dicha frecuencia y las cantidades jugadas, saber cuáles son los operadores más utilizados y conocer impresiones personales sobre varios aspectos relacionados con las apuestas online. Tras la recogida de los datos, se han aplicado una serie de métodos estadísticos a las variables analizadas para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

Para terminar, se ha llegado a una serie de conclusiones que nos muestran el crecimiento que ha experimentado el juego online en los últimos cinco años que, por el momento, parece no tener fin. Además, el estudio realizado nos muestra cómo las apuestas online forman parte de la vida de muchos jóvenes que apuestan habitualmente. Un crecimiento lícito siempre que cumpla la legislación vigente sobre regulación del juego y se abogue por un juego responsable que advierta a los consumidores el peligro que puede suponer el abuso del juego, pero que no siempre es así.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	5
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	6
<b>3. MARCO TEÓRICO</b> .....	7
3.1. QUÉ ES EL JUEGO ONLINE.....	7
3.2. ANTECEDENTES E HISTORIA DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE EN ESPAÑA.....	8
3.3. JUEGOS ONLINE REGULADOS.....	10
3.4. OPERADORES WEB CON LICENCIA.....	12
<b>4. CAUSAS DEL AUGE DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE</b> .....	15
<b>5. ANÁLISIS GLOBAL DEL MERCADO NACIONAL DEL JUEGO ONLINE</b> .....	17
5.1. CANTIDADES JUGADAS.....	18
5.2. DEPÓSITOS Y RETIRADAS.....	21
5.3. CIFRAS DE MARGEN DE JUEGO.....	23
5.4. NÚMERO DE JUGADORES.....	27
5.5. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO.....	28
<b>6. ESTUDIO</b> .....	31
6.1. METODOLOGÍA.....	33
6.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	37
<b>7. CONCLUSIONES Y VALORACIÓN PERSONAL</b> .....	43
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	46
<b>9. ANEXOS</b> .....	49
9.1. ANEXO I: PREGUNTAS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	49
9.2. ANEXO II: RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	53

## 1. INTRODUCCIÓN

Ponemos la televisión. Encendemos el ordenador. Vamos al estadio o a la cancha para animar a nuestro equipo o jugador favorito; fútbol, baloncesto, tenis y otros tantos deportes. Y ahí están: patrocinios y anuncios de casas de apuestas inundan una multitud de espacios publicitarios. Sólo en el fútbol, 15 de los 20 equipos que componen la primera división de la liga española cuentan actualmente con una casa de apuestas como uno de sus patrocinadores (Sammy, 2017). Codere Apuestas en el Real Madrid y Betfair en el F.C. Barcelona son un ejemplo de que ni los más poderosos son ajenos a esta oleada de patrocinadores. Una veda que en España la abrió el Real Betis ("¿Qué clubs de fútbol tienen como patrocinador a una casa de apuestas?", 2016) cuando la casa de apuestas inglesa Globet.com se convirtió en el patrocinador oficial del equipo en la temporada 2005-2006 ("Desde Expo 92 hasta UED Sports", 2015). Las casas de apuestas online son el tercer sector que más dinero invierte en patrocinio en el fútbol español, tan sólo por detrás de las marcas de equipaciones deportivas y cervezas y al mismo nivel que los refrescos, la banca y la automoción. Además, las casas de apuestas acaparan el 40% de los bloques publicitarios previos al partido y durante los descansos en cuanto a publicidad en televisión en torno a retransmisiones de espectáculos deportivos se refiere (Sammy, 2017).

Y entonces nos surgen varias preguntas: ¿cómo han llegado las empresas de este sector a convertirse en un patrocinador imprescindible en cualquier evento o de cualquier equipo deportivo?, ¿qué hay detrás de este éxito?, ¿realmente mueven tantas cantidades de dinero y a tantos jugadores?, ¿cómo nos afecta esta exposición?

Cuando nos adentramos en el mundo del juego online, comprobamos que las apuestas deportivas sólo son una parte del amplio sector del juego online y que existen varias modalidades de juego muy diferentes entre sí, con particularidades totalmente heterogéneas.

En nuestro entorno más cercano somos muchos los que conocemos a varias personas que juegan o apuestan online. Los hay quienes conocen a personas que han ganado cantidades importantes de dinero o lo han escuchado en noticias de los medios de comunicación e incluso existen personas que se dedican profesionalmente a ello. Pero también hemos escuchado noticias sobre la otra cara de la moneda: personas que han desarrollado una adicción al juego que las ha llevado a la ruina.

A partir de ese momento decidí investigar este complejo tema que nos atañe para realizar mi Trabajo de Fin de Grado, con el objetivo de darle respuesta a todos estos interrogantes y otros que se plantearán en los objetivos. Por ello, el primer paso será aclarar algunos aspectos teóricos, como qué es el juego online, cómo surgió y la evolución que ha sufrido desde entonces, cuáles son los juegos regulados en España y los operadores web con licencia para distribuirlos. También se estudiarán las causas que han provocado el aumento del juego y las apuestas online. Así mismo, se analizará la evolución del sector español del juego online desde varias perspectivas en los últimos cinco años. Para terminar, se llevará a cabo una investigación mediante la distribución de un cuestionario para conocer el comportamiento de la *generación millennial* frente al mercado de las apuestas online.

## **2. OBJETIVOS**

Este estudio de investigación tiene dos objetivos principales:

El primer objetivo de este trabajo consiste en el análisis exhaustivo del sector de las apuestas y el juego online en España y la evolución que ha experimentado dicho sector durante los últimos cinco años. Para darle respuesta a este objetivo es fundamental saber qué es el juego online, al igual que debemos tener claro cuáles son los juegos que están regulados en España y los operadores con licencia para actuar y, por tanto, formarán parte de nuestra investigación objeto de estudio. A continuación, deberemos conocer datos esenciales del mercado español del juego online y comprobar cómo han ido cambiando a lo largo de los años, como el número de jugadores que hacen uso de dichos servicios, las cifras de margen de juego, las cantidades jugadas, los gastos en publicidad, promoción y patrocinio y el número de depósitos y retiradas que se han registrado en dicho mercado. Estos datos los obtendremos de diferentes estudios del juego online realizados por la Dirección General de Ordenación del Juego, que "es el órgano del Ministerio de Hacienda y Función Pública que, bajo la dependencia de la Secretaria de Estado de Hacienda, ejerce las funciones de regulación, autorización, supervisión, control y, en su caso, sanción de las actividades de juego de ámbito estatal" (2018a).

El segundo objetivo principal es analizar el comportamiento y los hábitos de juego de la primera generación de nativos digitales, la llamada *generación millennial*, en relación a las apuestas online, que son la modalidad de juego que presentan las cantidades jugadas y las cifras de margen de juego más altas registradas en los últimos años (Dirección General de Ordenación del Juego, 2017). Las apuestas online se desarrollan en un entorno

completamente digital, por lo que es interesante ver cómo aquellos que han crecido en la época de revolución tecnológica y acceso masivo a Internet (Ferrer, 2010), se enfrentan al mundo de las apuestas online en aspectos que van desde la percepción del riesgo que conlleva apostar hasta las posibles influencias de su entorno más cercano, de las casas de apuestas a través de las estrategias de marketing y de la sociedad en general.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. QUÉ ES EL JUEGO ONLINE**

Antes de desarrollar este trabajo de investigación debemos hacernos una sencilla pregunta: ¿qué es el juego online? El término "juego online" comprende un gran número de juegos diferentes en línea. Estos juegos abarcan la prestación online de "servicios de apuestas deportivas (incluidas las apuestas hípcas), los juegos de casino, las apuestas con margen, los juegos en los medios de comunicación, los juegos promocionales, los juegos de azar administrados por organismos de beneficencia y organizaciones sin ánimo de lucro reconocidos en beneficio de sus obras, y los servicios de lotería" (Comisión Europea, 2011, p. 15).

Son aquellos ejercidos en canales electrónicos, telemáticos, informáticos e interactivos (Sánchez, 2016, p. 23) que se utilizan con distintas finalidades en el sector del juego y las apuestas online:

- ✚ Para ofrecer servicios de juego al público interesado.
- ✚ Para permitir a los consumidores jugar y apostar entre ellos.
- ✚ Como canal de distribución que autoriza la compra de billetes de lotería online (Comisión Europea, 2011, p. 15).

Así de esta forma, se considerarán servicios de juego online todas las formas de juegos que conlleven apuestas de valor monetario en algún tipo de juego de azar, incluidas loterías y apuestas, que se distribuyan a través de Internet y a petición de los destinatarios de los servicios (Castilla, Berdullas, de Vicente y Villamarín, 2013, p. 4).

### **3.2. ANTECEDENTES E HISTORIA DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE EN ESPAÑA**

El juego y las apuestas han sido una forma de ocio desde los primeros tiempos del hombre y han gozado de gran popularidad entre la población desde sus inicios. Debemos remontarnos hasta la Prehistoria para encontrar los primeros vestigios de actividades de entretenimiento. Es alrededor del año 3000 antes de Cristo cuando aparecen ciertos instrumentos de juego de los que tenemos constancia y que siguen utilizándose hoy en día, como los dados (Fontbona, 2008). El nacimiento de los Juegos Olímpicos en la Antigua Grecia auspiciaron la aparición de las primeras apuestas deportivas en disciplinas como la lucha y las carreras de animales y humanos. La llegada de los romanos a la Península Ibérica supuso la adopción por parte de los habitantes de este territorio de la cultura y las costumbres romanas, entre las que se encontraba la gran afición por las apuestas y el juego (Jiménez-Murcia, Fernández-Aranda, Granero y Menchón, 2013).

A medida que la historia fue avanzando y las sociedades iban prosperando, los juegos y las apuestas también fueron progresando. Es así como durante la Edad Media surgen nuevos juegos a los que se siguen jugando actualmente, como el ajedrez y las cartas. También en esta época nacen las Tahurerías, las precursoras de los casinos actuales, donde se registraban apuestas (Blasco, 1999, p. 94).

Las Cruzadas tuvieron un peso fundamental en la propagación de algunos juegos (Fontbona, 2008), al igual que la invención de la imprenta hizo que la producción de barajas se multiplicara y con ello las apuestas. Durante la época renacentista se produjo la modernización de juegos de cartas y surgieron las formas primitivas de juegos como el Blackjack y el Póquer (Hargrave, s.f.).

Como consecuencia del auge del juego se crearon ordenamientos que prohibían el juego y las apuestas en algunos países de Europa. En España, la primera regulación de la que tenemos constancia data del reinado de Alfonso X en el siglo XIII. A raíz de esta regulación se fueron sucediendo muchas otras a lo largo de los años hasta nuestros días, cuyo propósito era el control estricto de la práctica de los juegos de azar, puesto que consideraban que era algo nocivo tanto para quienes jugaban como para la sociedad en general (Cases, 2011, pp. 78-79).

En Europa las primeras loterías vieron la luz en el siglo XV como una manera de recaudar



impuestos. En España la primera lotería surge en el año 1763, cuando se creó la llamada Lotería Primitiva o Lotería de Números (Martínez, 2016), y en 1812 se celebró el primer sorteo de la Lotería Nacional o Lotería Moderna (Viana, s.f.).

En el siglo XVII Pascal creó la primera versión de la ruleta, que posteriormente en el siglo XIX los hermanos Blanc transformaron dando lugar a la versión que ha llegado hasta nuestros días y que en España se implantó en la década de los 70 del siglo XIX (Fontbona, 2008).

La historia del juego y las apuestas experimenta un cambio decisivo a raíz de la revolución industrial y los avances tecnológicos que trae consigo, lo que hizo que los juegos fueran más modernos y rentables para quienes los comercializaban (Fontbona, 2008).

Durante la dictadura de Primo de Rivera las leyes reguladoras del juego se endurecieron. Se inició una caza de brujas contra el juego y las apuestas y se cerraron numerosos casinos en España. Esta etapa de rigurosa prohibición continuó durante la Segunda República y la dictadura franquista. La Lotería nacional, las quinielas y algunas actividades con fines benéficos fueron las únicas modalidades que escaparon de las severas prohibiciones de estos años. La llegada de la Transición vino acompañada de una serie de medidas más liberales, como la reapertura de casinos, y se autorizaron bingos y máquinas recreativas (Cases, 2011).

A mediados de los años 90 comenzó el uso público de Internet y pronto se descubrió el potencial de la web para los juegos de azar y las apuestas. Es así como en 1995 aparece por primera vez el juego online. Dos empresas fueron pioneras en el sector del juego online: Microgaming fue la primera en desarrollar software de juego online y CryptoLogic perfeccionó los protocolos de comunicación cifrados que garantizaron las primeras transacciones de dinero de juego online. El primer caso de dinero apostado a través de Internet por el público fue la compra de billetes de lotería online de Liechtenstein en octubre de 1995. En enero de 1996 Intercasino se convirtió en el primer casino online en aceptar una apuesta. A finales de 1997 los sitios web que aceptaban apuestas eran más de 200, frente a los 15 que las aceptaban apenas un año antes. El número de operadores que ofrecían estos servicios no paró de crecer y en octubre de 2008 ya existían 2002 páginas web de juegos de azar online que eran propiedad de 520 empresas diferentes (Carbonell y Montiel, 2013, p. 26).

Las primeras casas de apuestas deportivas online abrieron sus puertas en España en el año 2008. A partir de este año, corredores de apuestas de gran fama como William Hill se

asociaron con empresas españolas para ofertar sus productos en España. Así, a partir de que esta nueva forma de jugar llegara a los hogares, se produjo una revolución en la manera de jugar y apostar y ya nadie tendría que salir de casa para hacerlo ("Las apuestas en España", 2016).

### **3.3. JUEGOS ONLINE REGULADOS**

A continuación se exponen los juegos que se encuentran regulados en España según la Dirección General de Ordenación del Juego (2018c). Estos juegos se clasifican en seis modalidades de juego online distintas detalladas a continuación según la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego:

#### **a) Apuestas**

Existen tres grandes tipos de apuestas según la organización y distribución de las cantidades apostadas:

##### Apuestas mutuas

Son aquellas que se basan en el acierto del pronóstico sobre el resultado de uno o varios acontecimientos deportivos o carreras de caballos, o sobre situaciones que tengan lugar en dichos acontecimientos o carreras y que hayan sido determinadas por la casa de apuestas. Un porcentaje de la suma de los importes apostados, previamente concretado en las reglas del juego, se reparte entre los acertantes de forma proporcional a la cantidad apostada. Las apuestas mutuas pueden ser de distintos tipos: apuestas deportivas mutuas y apuestas hípcas mutuas. Ejemplos: la quiniela, apuestas de Tote.

##### Apuestas de contrapartida

Son aquellas en las que el jugador apuesta contra la casa de apuestas y se basan en el acierto del pronóstico sobre el resultado de uno o varios acontecimientos, o sobre situaciones que tengan lugar en dichos acontecimientos y que hayan sido determinados por el operador del juego (ejemplos: set en partidos de tenis, goles en partidos de fútbol, ganador del premio Óscar al mejor actor de reparto, etc.). El premio es el resultado de multiplicar la cantidad apostada por el coeficiente que el operador haya acordado para un determinado pronóstico. Las apuestas de contrapartida pueden ser de distintos tipos: apuestas deportivas de contrapartida, apuestas hípcas de contrapartida y otras apuestas de contrapartida. Por tanto, los pronósticos serán realizados sobre distintos eventos

deportivos, carreras de caballos o hechos relacionados con los medios de comunicación, la economía, la sociedad, los espectáculos, la cultura u otros afines, según el tipo de apuesta.

#### 🎲 Apuestas cruzadas

Conocidas también como apuestas de intercambio, son aquellas en las que los operadores de juego actúan exclusivamente como meros intermediarios entre los jugadores que compiten entre ellos y como garante de los importes apostados. Las casas de apuestas se quedan un porcentaje de las operaciones realizadas. Las apuestas cruzadas pueden ser de distintos tipos: apuestas deportivas cruzadas, apuestas hípcas cruzadas y otras apuestas cruzadas.

### **b) Concursos**

Se basan en la obtención de un premio que se concede al participante que, de acuerdo con las reglas establecidas, resulte ganador, ya sea por azar, superación de ciertas pruebas de competición, conocimiento o habilidad y que se desarrolle íntegramente por Internet o ciertas plataformas tecnológicas interactivas. La participación se realiza directamente mediante un desembolso económico u otro procedimiento informático en el que exista una tarificación extra.

### **c) Póquer**

Se trata de un juego de cartas en el que varios participantes juegan entre sí con la finalidad de conseguir alguna de las combinaciones de cartas que, según las normas establecidas y en función de las combinaciones conseguidas por el resto de jugadores, resulte ganadora.

### **d) Casino**

Dentro de esta modalidad de juego se engloban cuatro tipos de juegos regulados:

#### 🎲 Black Jack

Es un juego de azar de cartas en el que los apostantes juegan contra la casa de apuestas y cuyo objetivo es conseguir veintidós puntos o aproximarse a ellos sin pasarse.

#### 🎲 Juegos complementarios

Son juegos de distinta naturaleza en los que, además de la obtención de un premio económico, es fundamental la diversión que aportan.

#### 🎰 Ruleta

Es un juego de azar en el que la posibilidad de resultar ganador depende de la coincidencia de la apuesta del jugador con el número, ubicación o color de la casilla en la que recaiga una bola que se lanza dentro de un disco horizontal giratorio dividido en casillas de igual tamaño numeradas.

#### 🎰 Punto y banca

Es un juego de azar de cartas en el que los apostantes juegan contra el operador y cuyo objetivo es conseguir nueve puntos o aproximarse a ellos sin pasarse y sea mayor al valor de la jugada de la banca. El operador ejerce como mediador entre los apostantes y asegurador de los importes jugados. Las casas de apuestas se quedan un porcentaje de las operaciones realizadas.

#### **e) Máquinas de azar**

Es un juego de azar que consiste en intentar obtener una combinación de signos en un determinado tiempo que, de acuerdo a las reglas establecidas, sea recompensada con ciertos premios.

#### **f) Bingo**

Es un juego de azar que consiste en formar alguna de las combinaciones numéricas de los cartones virtuales adquiridos por el jugador. Los números son extraídos mediante un sorteo en el que están presentes todos los números del juego. El operador es el encargado de determinar el porcentaje de la recaudación reservado a premios.

### **3.4. OPERADORES WEB CON LICENCIA**

Actualmente existen en España 52 operadores de juego con licencia, de los cuales 43 de ellos disponen de sitio web para jugar (Dirección General de Ordenación del Juego, 2018d).

Tabla 1: *Operadores web con licencia en España*

<b>Operador</b>	<b>Web</b>
888 Spain, PLC	www.888.es

	<a href="http://www.888casino.es">www.888casino.es</a> <a href="http://www.888poker.es">www.888poker.es</a> <a href="http://www.888sport.es">www.888sport.es</a>
Banegras Unión, SA	<a href="http://www.juegging.es">www.juegging.es</a>
Beatya Online Entertainment, PLC	<a href="http://www.starvegas.es">www.starvegas.es</a>
Betfair International, PLC	<a href="http://www.betfair.es">www.betfair.es</a>
Betway Spain, PLC	<a href="http://www.betway.es">www.betway.es</a>
Bingosoft, PLC	<a href="http://www.yobingo.es">www.yobingo.es</a>
Bluesblock, SA	<a href="http://www.bluesblock.es">www.bluesblock.es</a>
Casino Barcelona Interactivo, SA	<a href="http://www.casinobarcelona.es">www.casinobarcelona.es</a>
Cirsa Digital, SAU	<a href="http://www.sportium.es">www.sportium.es</a>
Codere Online, SAU	<a href="http://www.codere.es">www.codere.es</a> <a href="http://apuestas.codere.es">apuestas.codere.es</a> <a href="http://www.codereapuestas.es">www.codereapuestas.es</a>
Comar Inversiones, SA	<a href="http://www.ijuego.es">www.ijuego.es</a>
Digital Distribution Management Ibérica, SA	<a href="http://www.casino777.es">www.casino777.es</a>
Ebingo Online España, SA	<a href="http://ebingo.es">ebingo.es</a>
Ekasa Apuestas Online, SA	<a href="http://apuestas.retabet.es">apuestas.retabet.es</a>
Electraworks España, PLC	<a href="http://www.bwin.es">www.bwin.es</a> <a href="http://www.partypoker.es">www.partypoker.es</a>
Esgaming, SAU	<a href="http://www.casinogranmadridtv.es">www.casinogranmadridtv.es</a> <a href="http://www.casinogranmadridonline.es">www.casinogranmadridonline.es</a> <a href="http://www.casinogranmadrid.es">www.casinogranmadrid.es</a>
Euroapuestas Online, SAU	<a href="http://www.paston.es">www.paston.es</a>
Eurobox, SA	<a href="http://www.circus.es">www.circus.es</a>
Eurojuego Star, SA	<a href="http://www.eurojuego.es">www.eurojuego.es</a> <a href="http://www.eurojuegostar.es">www.eurojuegostar.es</a>
Gamesys Spain, PLC	<a href="http://www.botemania.es">www.botemania.es</a> <a href="http://www.canalbingo.es">www.canalbingo.es</a> <a href="http://m.canalbingo.es">m.canalbingo.es</a> <a href="http://m.botemania.es">m.botemania.es</a>
Golden Park Games, SA	<a href="http://www.goldenpark.es">www.goldenpark.es</a> <a href="http://www.todoslots.es">www.todoslots.es</a>

Hillside España Leisure, SA	www.bet365.es casino.bet365.es mobile.bet365.es poker.bet365.es slots.bet365.es
Hillside Spain New Media, PLC	www.bet365.es
Interwetten España, PLC	www.interwetten.es
Juego Online, EAD	www.titanbet.es poker.titanbet.es casino.titanbet.es www.dlp.titanbet.es
Luckia Games, SA	www.luckia.es
Marathonbet Spain, SA	www.mbet.es www.maratonbet.es www.marathonbet.es
Merkur Interactive Malta, PLC	www.merkurmagic.es
Paf-Consulting, ABP	www.paf.es
Plataforma de Apuestas Cruzadas, SA	www.carcaj.es
Première Megaplex, SA	www.premiercasino.es www.betsson.es
Rank Digital España, SA	www.enracha.es
Reel Spain, PLC	www.pokerstars.es www.betstars.es
Rfranco Digital, SAU	www.wanabet.es
SKS365 España, PLC	www.planetwin365.es
Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, SME, SA	www.loteriasyapuestas.es
Suertia Interactiva, SA	www.suertia.es
Tele Apostuak, SA	apuestas.kirolbet.es
Tómbola International, PLC	www.tombola.es
Unidad Editorial Juegos, SA	apuestas.marca.es marcaapuestas.es
Veramatic Online, SA	www.jokerbet.es
Vive La Suerte, SA	www.vivelasuerte.es

Fuente: Dirección General de Ordenación del Juego (2018d).

#### **4. CAUSAS DEL AUGE DEL JUEGO Y LAS APUESTAS ONLINE**

El incremento que ha experimentado en los últimos años el sector del juego y las apuestas online se debe a un conjunto amplio de factores. Dichas causas son:

- ✚ la propensión de los poderes públicos a liberalizar el sector de las apuestas y el juego siempre que sea de forma controlada;
- ✚ el aumento del gasto dedicado al ocio y al entretenimiento por parte de la población;
- ✚ el progresivo abandono de la idea que considera que el juego es una actividad inmoral y poco ética que se ha venido desarrollando desde la antigüedad, debido a la disminución de la influencia de las religiones en la vida actual, que eran quienes tradicionalmente tachaban a los juegos de estas acepciones;
- ✚ la publicidad de las casas de apuestas y el patrocinio de eventos y equipos deportivos han popularizado su integración en la sociedad (Palomar, 2011). La relación deporte, ídolos y éxito sociopersonal que ha desarrollado la publicidad de las casas de apuestas elude la imagen negativa ligada a las actividades que pueden crear adicción y subraya a este sector como el mundo de los triunfadores. A través de la publicidad y el patrocinio, las empresas proveedoras de juegos de azar online motivan e incitan al ejercicio de esta actividad (Ubieto, 2017);
- ✚ el imparable progreso tecnológico que ha dado lugar a la aparición de nuevas tecnologías y nuevas formas de juego y ha multiplicado la oferta de servicios en este sector (Palomar, 2011).

Esta última particularidad ha ejercido una influencia definitiva en el crecimiento del juego y las apuestas online, ya que el 83,4% de los hogares en España poseía conexión a Internet en 2017 según datos extraídos por el Instituto Nacional de Estadística (2017).

Tabla 2: *Equipamiento y uso de TIC en los hogares - Año 2017*

<b>Equipamiento y uso de TIC en los hogares - Año 2017</b>			
		<b>Valor</b>	<b>Variación</b>
Hogares con conexión a internet	1	83,4	1,5
Hogares con conexión de banda ancha	1	82,7	1,5
Personas que han usado Internet (últimos 3 meses)	2	84,6	4,0
Usuarios frecuentes de Internet (al menos una vez por semana en los últimos 3 meses)	2	80,0	3,5
Personas que han comprado por Internet (últimos 3 meses)	2	40,0	5,1

- Valor en porcentaje. Variación: diferencia respecto a la tasa del año anterior

1. Hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años de edad
2. Personas de 16 a 74 años de edad

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2017).

La aparición de Internet y su impacto en la vida de las personas han tenido una gran repercusión en el sector del juego y las apuestas. Dicho sector ha encontrado en Internet un importante medio para el desarrollo de las apuestas a distancia, especialmente en el caso de las apuestas deportivas (Palomar, 2011). El fácil acceso no sólo a Internet, sino también a las páginas web de los operadores de juego y el sencillo registro al que se someten los usuarios han sido otra pieza clave en el aumento del número de jugadores online (del Valle, 2017).

A diferencia de los juegos tradicionales, los juegos de azar online presentan particularidades propias. La capacidad de innovación del mercado de las apuestas y juego online, la fácil accesibilidad, la disponibilidad sin límites de tiempo ni horario y la posibilidad de apostar un amplio rango de cantidades de dinero confieren al sector un gran potencial de penetración en el mercado (Ubieto, 2017), de tal manera que los jugadores manifiestan una buena experiencia de juego y una gran comodidad física. Otra diferencia patente entre los juegos y apuestas online de aquellos que no lo son es que como estrategia publicitaria los juegos online suelen ofrecer premios extra de bienvenida a los nuevos jugadores que se registran por primera vez en los operadores web, como bonos, además de disponer de un importante



número de promociones puntuales para los usuarios ya registrados. Todas estas acciones diseñadas para atraer clientes han contribuido al crecimiento del mercado online de juegos y apuestas (Buil, Solé y García, 2015).

Otro motivo que ha influido en el crecimiento de las apuestas online ha sido la facilidad para obtener créditos instantáneos a través de Internet. Algunas de estas empresas actúan de manera poco ética, ya que no comprueban si el solicitante es mayor de edad ni solicitan ningún tipo de aval (del Valle, 2017).

Dentro del estudio de las causas del auge del juego online el sector de los jóvenes presenta, además de los factores anteriormente descritos, algunos rasgos distintivos. El fácil manejo de las nuevas tecnologías y el rápido aprendizaje del uso de dispositivos electrónicos han convertido a los jóvenes en el target perfecto de las casas de apuestas online. Encontramos también otras causas más personales que llevan a los jóvenes a introducirse en el mundo de las apuestas, como la necesidad de experimentar nuevas sensaciones y conocer nuevas realidades (Ubieto, 2017). Desde una perspectiva psicológica Internet ofrece mediante el juego una manera de desconectar de la realidad y evadirse de los problemas (Buil et al., 2015). Especialmente entre los jóvenes son factores claves la popularidad y visibilidad que les aporta ganar dinero y ser económicamente más independientes y autónomos, lo que les permite "ser alguien" y poder tener acceso a la compra y propiedad de diversos bienes. Es por esto que buscan en el juego online una fuente de ingresos "rápida y fácil" (Sarabia, Estévez y Herrero, 2014, p. 48). Los jóvenes son un público que por su falta de experiencia, inmadurez, credulidad y facilidad de persuasión resultan sustancialmente vulnerables frente a las acciones de marketing de las casas de apuestas.

## **5. ANÁLISIS GLOBAL DEL MERCADO NACIONAL DEL JUEGO ONLINE**

El juego online regulado en España está organizado en tres ramas:

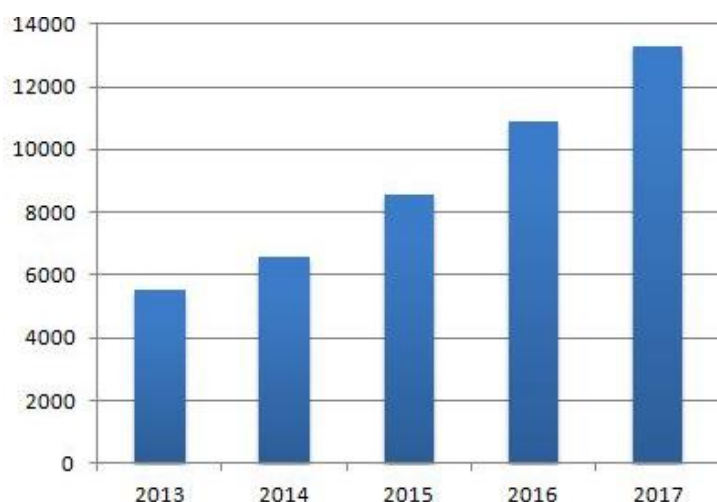
- ✚ el juego online estatal, regulado por la Ley 13/2011 y sujeto al control de la Dirección General de Ordenación del Juego,
- ✚ el juego online que se lleva a cabo o pueda llevarse a cabo en cada comunidad autónoma en el ejercicio de sus competencias,
- ✚ el juego online de entidades habilitadas para la venta de lotería (Dirección General de Ordenación del Juego, 2016).

Todos los datos analizados en este bloque han sido proporcionados por la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

## 5.1. CANTIDADES JUGADAS

Según la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), entidad adjunta al Ministerio de Hacienda que proporciona los últimos datos disponibles, en el año 2017 el mercado del juego de azar online movió más de 13.316 millones de euros, lo que significa que mantiene una dinámica creciente en relación a los años anteriores, habiendo experimentado un crecimiento en torno al 22,33% con respecto al año 2016 y un 140,7% con respecto a cinco años antes, en 2013, cuando la cantidad jugada fue de 5.532 millones de euros.

Gráfico 1: *Evolución anual de las cantidades jugadas*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Millones de euros.

En la siguiente tabla se muestra el crecimiento anual que han sufrido las cantidades jugadas en el mercado del juego online, de un período de tiempo de cinco años hasta el 2017.

Tabla 3: *Crecimiento anual de las cantidades jugadas*

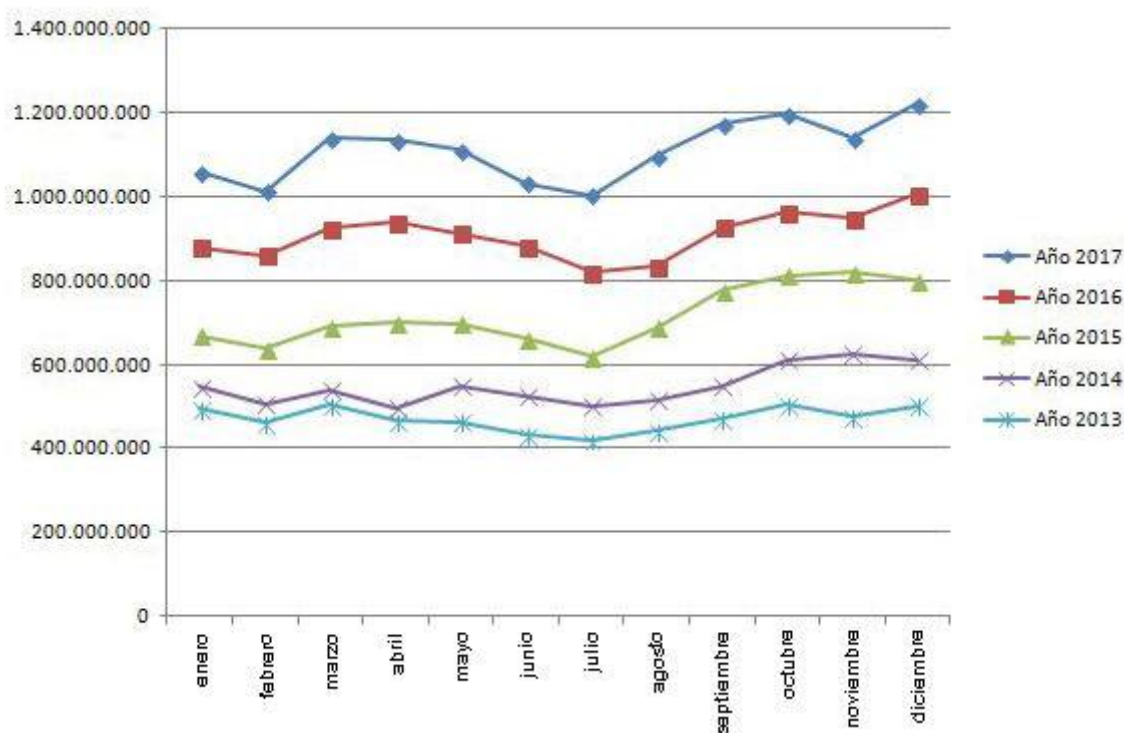
Años	Variación en %
2013-2014	18,60
2014-2015	30,50
2015-2016	27,14
2016-2017	22,33

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

Se trata de un fuerte crecimiento el que experimenta cada año las cantidades jugadas. El crecimiento alcanzó su punto máximo en el año 2015, cuando creció un 30,50% respecto al 2014, manteniéndose desde entonces un crecimiento positivo pero cada año más bajo.

El siguiente gráfico muestra la evolución mensual a lo largo de los últimos cinco años, los cuales muestran un comportamiento similar. Como pauta general que se repite año tras año, febrero y julio suelen ser los meses en los que menos dinero se ha jugado, mientras que octubre y diciembre registran las cantidades más altas jugadas.

Gráfico 2: *Evolución mensual de las cantidades jugadas*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

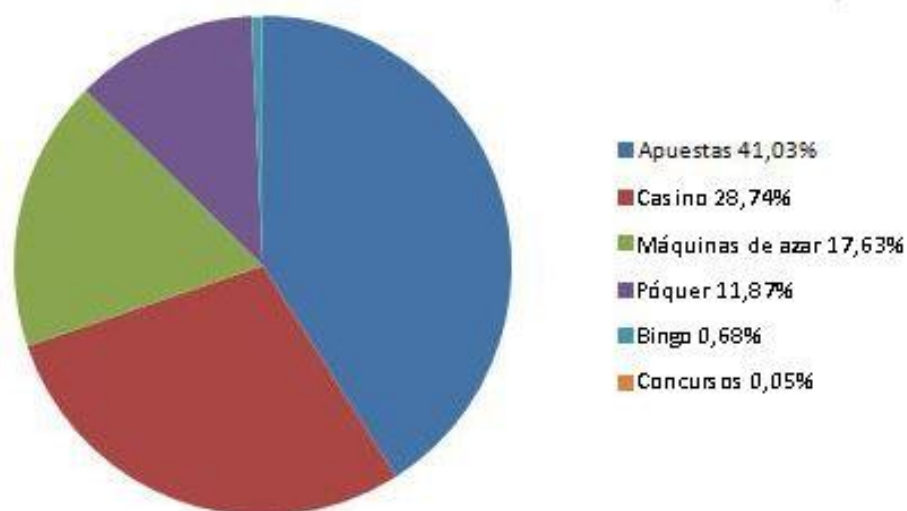
Respecto a las cantidades jugadas desglosadas por modalidad de juego, en el año 2017 las apuestas han sido las que presentan un mayor importe jugado, con más de 5.463 millones, representando el 41,03% del total jugado. La modalidad apuestas incluye las apuestas deportivas de contrapartida convencional, apuestas deportivas de contrapartida en directo, apuestas hípcas de contrapartida, otras apuestas de contrapartida, apuestas deportivas mutuas y apuestas deportivas cruzadas. En segunda posición se encuentra el casino (que incluye blackjack, juegos complementarios, ruleta y punto y banca), que representa el 28,74% del total jugado, y en tercera las máquinas de azar, con un 17,63%. En la siguiente tabla se desglosa por modalidad de juego el porcentaje que ocupan respecto al total:

Tabla 4: *Contribución a las cantidades jugadas en el juego online estatal por modalidad de juego*

<b>Modalidad de juego</b>	<b>Cantidad jugada 2017</b>	<b>Contribución en %</b>
Apuestas	5.463.613.757	41,03
Concursos	7.298.582	0,05
Póquer	1.580.261.948	11,87
Casino	3.827.652.827	28,74
Máquinas de azar	2.347.218.255	17,63
Bingo	90.132.109	0,68
<b>TOTAL</b>	<b>13.316.177.479</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

Gráfico 3: *Contribución a las cantidades jugadas en el juego online estatal por modalidad de juego*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

En cuanto a la mayor evolución experimentada respecto al año 2016 son las máquinas de azar el tipo de juego que ha crecido de manera más significativa, con un cantidad jugada en 2017 de 2.347 millones de euros frente a los 1.331 millones de euros del año 2016, lo que supone un incremento del 76,30% en un año. La única modalidad de juego en la que el crecimiento ha sido negativo han sido los concursos, con un decrecimiento del 12,56%

respecto al 2016. En la siguiente tabla se recogen las variaciones que han experimentado en 2017 los diferentes tipos de juego con respecto al año anterior:

Tabla 5: *Crecimiento anual de las cantidades jugadas por modalidad de juego*

<b>Modalidad de juego</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Variación en %</b>
Apuestas	5.110.264.283	5.463.613.757	6,91
Concursos	8.346.794	7.298.582	-12,56
Póquer	1.579.699.691	1.580.261.948	0,04
Casino	2.784.721.040	3.827.652.827	37,45
Máquinas de azar	1.331.356.691	2.347.218.255	76,30
Bingo	71.248.462	90.132.109	26,50

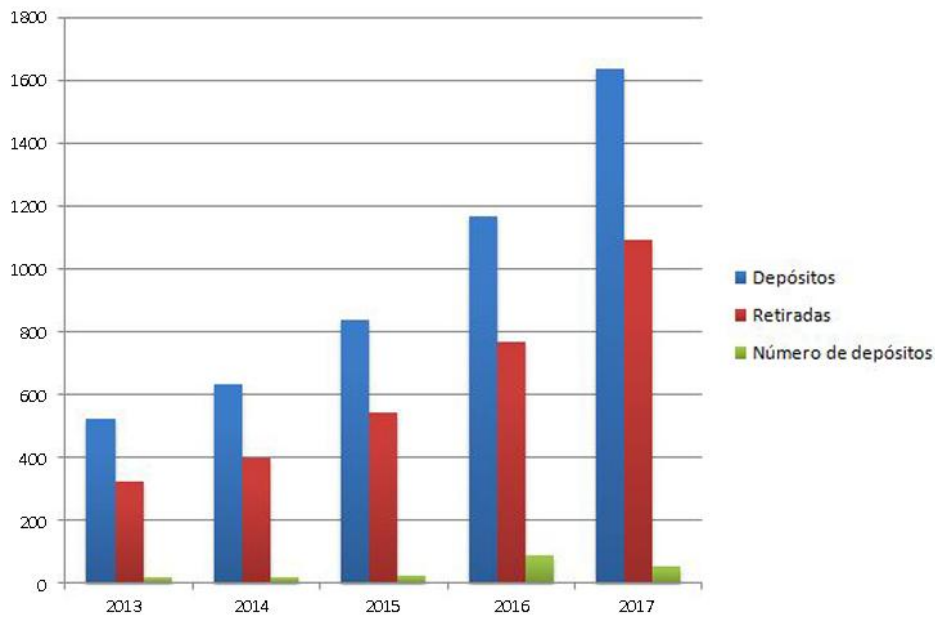
Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

## 5.2. DEPÓSITOS Y RETIRADAS

Según la Dirección General de Ordenación del Juego, los datos proporcionados respecto a depósitos y retiradas en 2017 son los siguientes:

- ✚ Se produjeron depósitos por importe de 1.640 millones de euros, frente a los 1.167 millones de euros que se depositaron en 2016, lo que significa que se ha producido un aumento del 40,55% respecto al año anterior y un 212,44% con respecto a cinco años antes en 2013, cuando los depósitos fueron de 525 millones de euros.
- ✚ Las retiradas de los depósitos en 2017 fueron de 1.094 millones de euros, frente a los 766 millones de euros de 2016, es decir, se ha producido en el último año un aumento del 42,72%. Si se comparan las cantidades retiradas en 2017 con las que se retiraron en 2013, se comprueba que se ha producido un aumento del 240,04% con respecto a ese año, cuando las retiradas fueron de 321 millones de euros.
- ✚ El número de depósitos realizados en 2017 fue de algo más de 52 millones de euros, frente a los 90 millones de depósitos realizados en 2016, lo que ha significado un descenso del 41,70%. En cambio, esta tendencia es positiva si comparamos los datos de 2017 con los de cinco años antes, cuando se produjeron 16 millones de depósitos, lo que concluye que ha habido un crecimiento del 222,54%.

Gráfico 4: Evolución anual de depósitos, retiradas y números de depósitos



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Millones de euros.

El siguiente gráfico muestra la evolución mensual a lo largo de los últimos cinco años de los depósitos y las retiradas, los cuales muestran un comportamiento similar año tras año. Como pauta general que se repite, julio es el mes en el que menos dinero se ha depositado y retirado, mientras que los tres últimos meses del año registran las cantidades más altas. Cabe resaltar el punto de inflexión que se produce en julio de 2017, cuando a partir de ese mes las cantidades tanto depositadas como retiradas crecen de manera significativa.

Gráfico 5: Evolución mensual de depósitos, retiradas y número de depósitos



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

En cuanto a la evolución mensual del número de depósitos cabe resaltar la gran diferencia que se produce en el primer semestre de 2016 con respecto a la evolución gradual de crecimiento que se produce el resto de meses. Mientras que en los primeros seis meses el número de depósitos realizados superaban los 12 millones de euros mensuales, a partir de julio el número de depósitos desciende significativamente hasta estar en torno a los dos millones de euros mensuales.

Como muestran estos datos, en 2017 el número de depósitos realizados fue menor que en 2016. Sin embargo, la cuantía de estos depósitos fue por término medio mayor en 2017 que en 2016, registrando una cantidad media de 31,18 euros frente a los 12,93 euros del 2016, lo que significa que aunque se apostaba menos veces, se depositaba más dinero cada vez que se apostaba. En la siguiente tabla se observa que el comportamiento producido en 2016 no sigue la norma que se ha ido produciendo el resto de años, cuando la cantidad apostada por término medio rondaba más de 30 euros.

Tabla 6: *Cantidad media apostada por depósito*

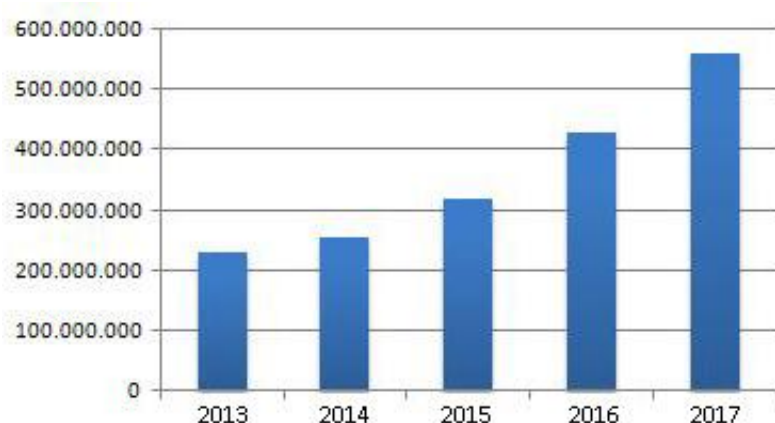
<b>Año</b>	<b>Cantidad media apostada por depósito</b>
2013	31,19
2014	33,77
2015	36,10
2016	12,93
2017	31,18

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

### **5.3. CIFRAS DE MARGEN DE JUEGO**

Según la Dirección General de Ordenación del Juego en el año 2017 observamos como su dimensión superó los 560 millones de euros de margen de juego, esto es ingresos menos los premios repartidos, lo que significa que mantiene una dinámica creciente en relación a los años anteriores, habiendo experimentado un crecimiento en torno al 30,55% con respecto al año 2016, cuando el margen de juego fue de 429 millones de euros, y un 144,25% con respecto a cinco años antes, en 2013, cuando la cifra fue de 229 millones de euros.

Gráfico 6: *Evolución anual del margen de juego*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

El margen de juego ha supuesto en 2017 un 4,21% de las cantidades jugadas, mientras que en 2016 fue del 3,94%, en 2015 del 3,73%, en 2014 del 3,88% y en 2013 del 4,15%.

En la siguiente tabla se muestra el crecimiento anual que ha sufrido el margen de juego en el sector del juego online, de un período de tiempo de cinco años hasta el 2017.

Tabla 7: *Crecimiento anual del margen de juego*

Años	Variación en %
2013-2014	10,26
2014-2015	25,35
2015-2016	35,36
2016-2017	30,55

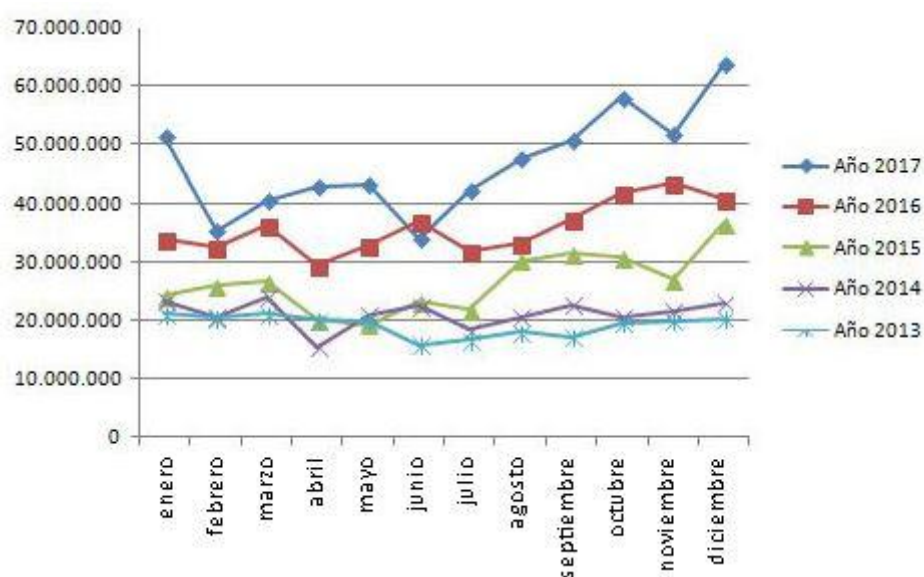
Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

Se trata de un fuerte crecimiento el que registra cada año el margen de juego. El crecimiento alcanzó su punto máximo en el año 2016, cuando creció un 35,36% respecto al 2015.

El siguiente gráfico muestra la evolución mensual a lo largo de los últimos cinco años. Se observa que no hay un patrón fijo que se repita cada año. Si bien en los primeros años los márgenes de juego venían a ser más regulares mes tras mes, en 2017 los márgenes mensuales de juego fueron muy dispares.



Gráfico 7: Evolución mensual del margen de juego



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

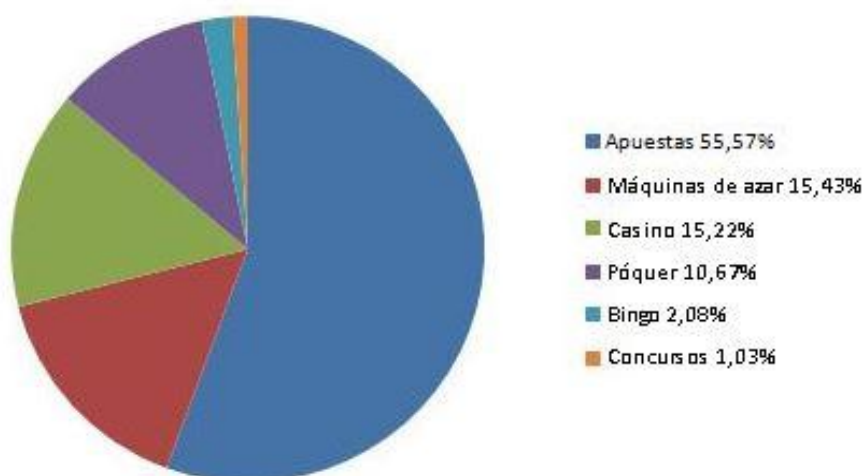
Respecto a las cifras de márgenes de juego desglosadas por modalidad de juego, en el año 2017 las apuestas han sido las que presentan un mayor margen de juego, con más de 311 millones de euros, representando el 55,57% del total. En segunda posición, muy alejadas de las apuestas, se encuentran las máquinas de azar, que representa el 15,43% del margen total, y en tercera los juegos de casino (que incluyen blackjack, juegos complementarios, ruleta y punto y banca), con un 15,22%. En la siguiente tabla se desglosa por modalidad de juego el porcentaje que ocupan respecto al total del margen de juego:

Tabla 8: Contribución al margen de juego en el juego online estatal por modalidad de juego

Modalidad de juego	Margen de juego 2017	Contribución en %
Apuestas	311.432.626	55,57
Concursos	5.775.656	1,03
Póquer	59.773.214	10,67
Casino	85.291.664	15,22
Máquinas de azar	86.484.462	15,43
Bingo	11.664.226	2,08
<b>TOTAL</b>	<b>560.421.847</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

Gráfico 8: *Contribución al margen de juego en el juego online estatal por modalidad de juego*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

En cuanto a la mayor evolución experimentada respecto al año 2016 son las máquinas de azar la modalidad de juego cuyo margen ha crecido de manera más significativa, con un incremento del 66,84% en un año. Los concursos han sido la única modalidad de juego cuyo margen ha tenido un crecimiento negativo respecto a 2016, con un 16,33% menos en 2017. En la siguiente tabla se recogen las variaciones que han registrado en 2017 las diferentes modalidades de juego con respecto al año anterior:

Tabla 9: *Crecimiento anual del margen de juego por modalidad de juego*

Modalidad de juego	Año 2016	Año 2017	Variación en %
Apuestas	238.114.303	311.432.626	30,79
Concursos	6.902.989	5.775.656	-16,33
Póquer	57.564.010	59.773.214	3,84
Casino	65.772.460	85.291.664	29,68
Máquinas de azar	51.837.675	86.484.462	66,84
Bingo	9.072.018	11.664.226	28,57

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

## 5.4. NÚMERO DE JUGADORES

En cuanto al número de jugadores en el sector del juego online, durante 2017 se ha incrementado un 10,13% el número medio mensual de jugadores activos respecto al ejercicio anterior, cerrándose el año con un valor promedio mensual de 673.919 usuarios. En promedio, en los nuevos registros se ha producido un incremento del 1,15% entre los años 2017 y 2016, siendo el número de “nuevas altas” en el ejercicio 2017 de 2.533.207.

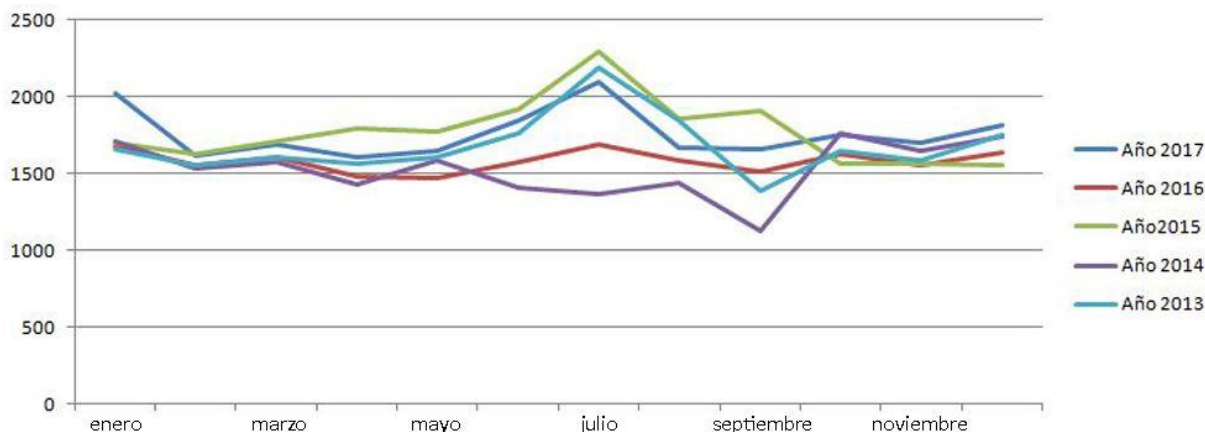
Gráfico 9: Evolución mensual del número medio de jugadores activos



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

Las cantidades mensuales medias jugadas por jugador activo habrían sido superiores en 2017 respecto al año anterior, si bien fueron inferiores en 2016 respecto al 2015, por lo que no se detecta una tendencia bien definida en cuanto al gasto medio.

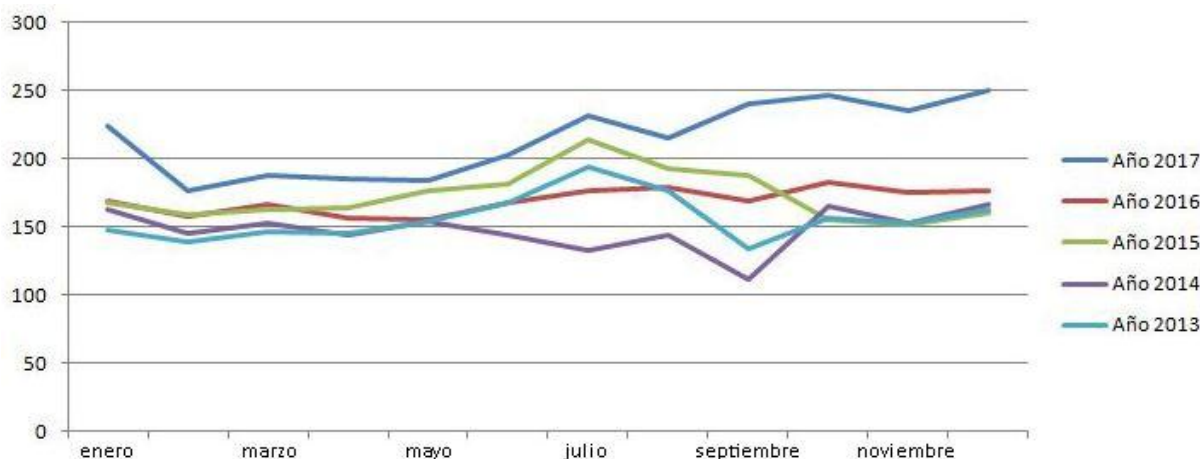
Gráfico 10: Cantidades jugadas promedio por jugador activo en el período mensual



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

En el año 2017 los depósitos promedio por jugador activo fueron mayores en comparación con los años anteriores a lo largo de todo el ejercicio, alcanzando su máximo a final de año, cuando los depósitos promedio fueron de 250 euros por jugador activo.

Gráfico 11: *Depósitos promedio por jugador activo en el período mensual*

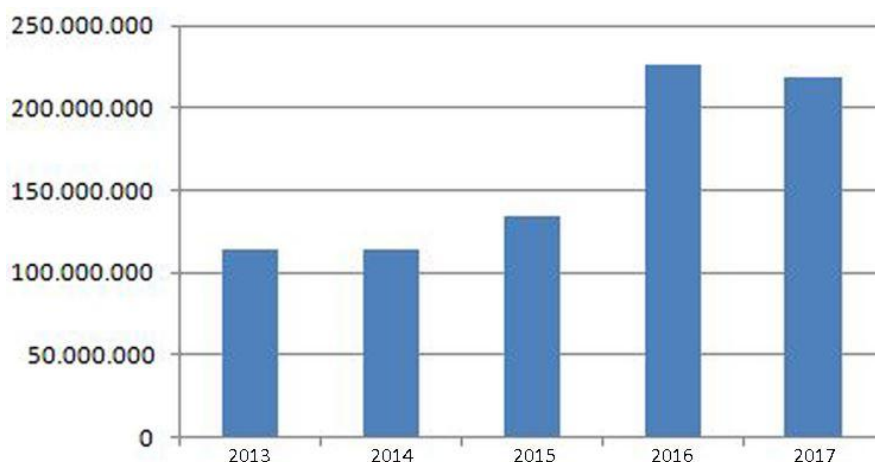


Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

## 5.5. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y PATROCINIO

Los gastos en promoción realizados por los operadores de juego en línea en este segmento de actividad durante 2017 han sido de 219,02 millones de euros, un 3,33% inferior a los correspondientes al ejercicio anterior, cuando los gastos fueron de 226,57 millones de euros, y un 92,72% superior respecto a cinco años antes, en 2013, cuando los gastos fueron de 113,64 millones de euros. La partida más importante es la correspondiente a los gastos de publicidad (102,39 millones de euros), seguida de los gastos en bonos (84,71 millones de euros) y los gastos en afiliados (22,49 millones de euros), ocupando el último lugar los gastos en patrocinio (9,42 millones de euros).

Gráfico 12: *Evolución anual de los gastos totales en promoción*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

En la siguiente tabla se muestra el crecimiento anual que han registrado los gastos de promoción en el sector del juego online, de un período de tiempo de cinco años hasta el 2017. El crecimiento alcanzó su punto máximo en el año 2016, cuando creció un 68,61% respecto al 2015.

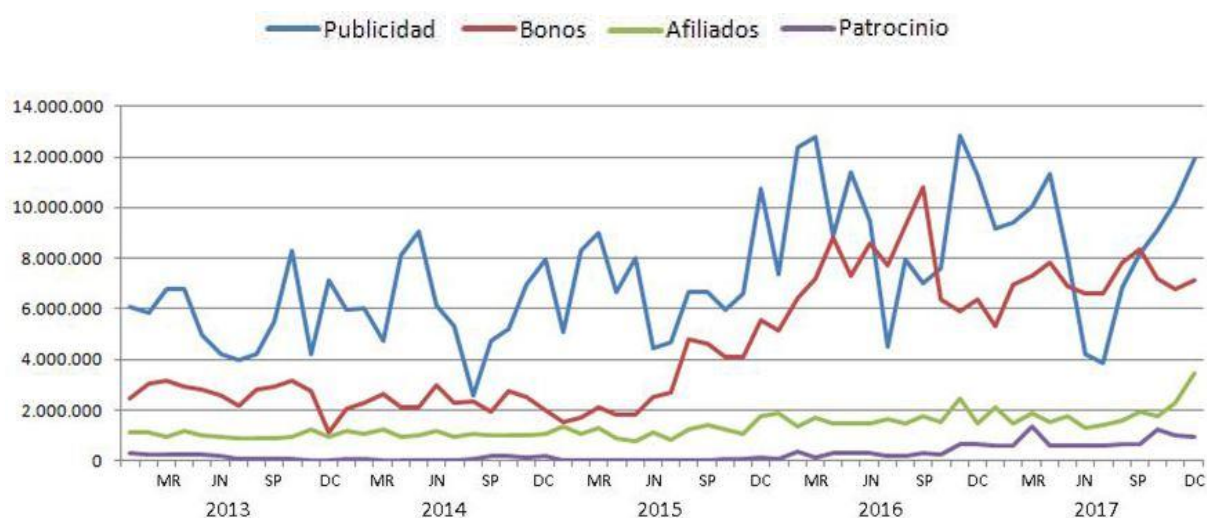
Tabla 10: *Crecimiento anual de los gastos de promoción*

<b>Años</b>	<b>Variación en %</b>
2013-2014	0,75
2014-2015	17,36
2015-2016	68,61
2016-2017	-3,33

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

El siguiente gráfico muestra la evolución mensual de los gastos de promoción a lo largo de los últimos cinco años. Se observa que no hay un patrón fijo que se repita cada año. Como en años anteriores, en 2017 la dinámica temporal de gasto dentro del ejercicio no ha sido uniforme, siendo los gastos en publicidad los que mayores fluctuaciones sufren mes tras mes.

Gráfico 13: *Evolución mensual de los gastos en promoción por clase*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

En el ejercicio 2017 se ha intensificado el coste en patrocinio y en afiliados respecto al ejercicio anterior. En cuanto a la mayor evolución experimentada respecto al año 2016 son los gastos de patrocinio los que han crecido de manera más significativa, con un incremento del 162,90% en un año. En cambio, los gastos de publicidad y bonos han sufrido un crecimiento negativo respecto a 2016, con un 9,81% y un 5,78% menos en 2017 respectivamente.

Tabla 11: *Crecimiento anual de los gastos por clase de promoción*

Clase de promoción	Año 2016	Año 2017	Variación en %
Publicidad	113.535.998	102.394.459	-9,81
Bonos	89.904.164	84.709.270	-5,78
Afiliados	19.542.949	22.488.707	15,07
Patrocinio	3.584.287	9.423.037	162,90

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

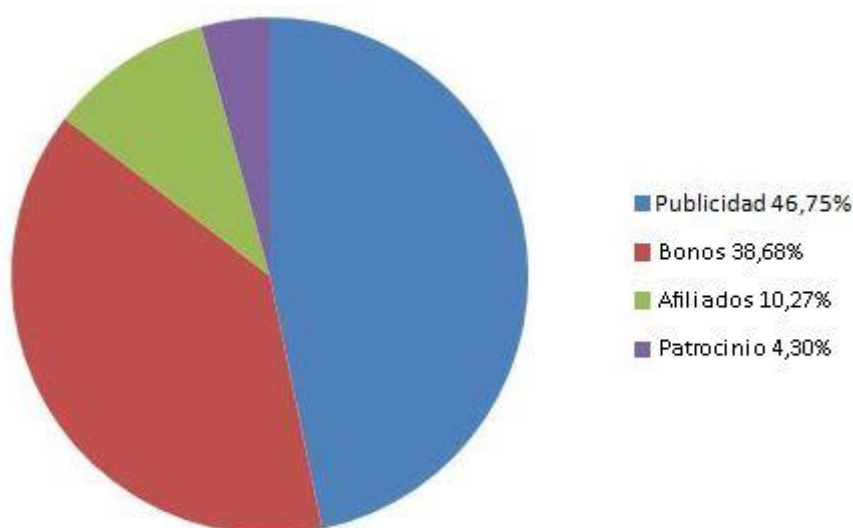
Respecto a las cifras de los gastos de promoción desglosadas por clases, en el año 2017 los gastos en publicidad han sido los más altos, con más de 102 millones de euros, representando el 46,75% del total, seguidos de los gastos en bonos, que representan el 38,68%. En la siguiente tabla se desglosa por clase de promoción el porcentaje que ocupan respecto al total de los gastos:

Tabla 12: *Contribución al gasto en el juego online estatal por clase de promoción*

<b>Clase de promoción</b>	<b>Gastos 2017</b>	<b>Contribución en %</b>
Publicidad	102.394.459	46,75
Bonos	84.709.270	38,68
Afiliados	22.488.707	10,27
Patrocinio	9.423.037	4,30
<b>TOTAL</b>	<b>219.015.473</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017). Euros.

Gráfico 14: *Contribución al gasto en el juego online estatal por clase de promoción*



Fuente: Elaboración propia a partir de la Dirección General de Ordenación del Juego (2017).

## 6. ESTUDIO DE MERCADO

Una vez analizado el mercado nacional del juego online, es esencial conocer el perfil del jugador online. Pero, ¿cuál es el objetivo de realizar un estudio de mercado que dé a conocer el perfil del jugador online? El principal objetivo es dar a conocer las características, las preferencias y los hábitos de juego de los usuarios, para que todos los agentes involucrados en el sector del juego, como las casas de apuestas, los organismos reguladores del juego online, las distintas organizaciones implicadas en este sector (como aquellas que luchan contra la ludopatía y las que velan por la transparencia y buena praxis del juego), los medios de comunicación, los consumidores y la sociedad en general, puedan usar esta

información como herramienta de ayuda y de referencia para alcanzar sus propios objetivos. Para ello será necesario determinar las características personales y sociales de aquellos que apuestan, para ver si éstas pueden influir en las decisiones de juego que toman, saber cómo se comporta el jugador online de nuestra población objeto de estudio cuando apuesta y conocer qué factores tienen en cuenta a la hora de hacerlo.

Sin embargo, el sector del juego online es muy amplio y recoge modalidades de juego muy diferentes entre sí. Esto hace que los rasgos del perfil de dicho jugador promedio varíen enormemente según el tipo de juego al que apuestan. En nuestro estudio de mercado delimitaremos el campo de acción a la modalidad de juego de apuestas, que incluyen las apuestas deportivas de contrapartida convencional, apuestas deportivas de contrapartida en directo, apuestas hípcas de contrapartida, otras apuestas de contrapartida, apuestas deportivas mutuas y apuestas deportivas cruzadas. ¿Por qué conocer el perfil y los hábitos de juego de aquellos que participan en las apuestas y no en otra modalidad de juego? Porque las apuestas son las que presentan las cantidades jugadas y las cifras de margen de juego más altas, con el 41,03% y el 55,57% respectivamente del total jugado en 2017, además de presentar un crecimiento positivo año tras año y alimentar una competencia feroz por el mercado. Por tanto, las apuestas son la modalidad de juego que más repercusión económica tiene en jugadores, empresas y sociedad en general.

Para nuestra investigación la población objeto de estudio escogida será la conocida popularmente como *generación millennial*. Según un estudio conjunto llevado a cabo en el año 2013 por PricewaterhouseCoopers, la Universidad del Sur de California y la Escuela de Negocios de Londres la *generación millennial* comprende a los nacidos entre los años 1984 y 1999 (Martínez, 2018). De acuerdo al informe realizado por la Dirección General de Ordenación del Juego, durante el año 2015, último año del que se disponen de datos, el 66,5% del total de jugadores online tenían una edad comprendida entre los 18 y los 35 años. El hecho de escoger para la investigación a esta generación es porque está formada por personas que han crecido absolutamente inmersas en la era digital, cuya característica en común anida en que se han criado en una época en la que la revolución tecnológica ha provocado el acceso masivo y doméstico a los servicios online, entre los que se encuentra el mercado del juego y las apuestas online, por lo que sería interesante analizar el comportamiento de esta generación en el juego online (Ferrer, 2010).

Mediante la realización de esta investigación obtendremos información sobre los siguientes aspectos:



- ✚ Características de índole personal de los jugadores online de apuestas, para ver si existe relación con el hecho de apostar.
- ✚ Frecuencia de juego.
- ✚ Cantidades jugadas por apuesta realizada.
- ✚ Operadores más utilizados.
- ✚ Si los usuarios han incrementado tanto el número de apuestas como la cantidad de dinero respecto a otros años.
- ✚ Razones por las cuales no apuestan aquellos que no juegan online.
- ✚ Impresiones personales de los jugadores sobre diversos aspectos relacionados con las apuestas.

## 6.1. METODOLOGÍA

El método de recolección de información utilizado para la investigación es la encuesta personal que ha sido divulgada de manera online a través de email y redes sociales. Esta encuesta ha sido elaborada con la herramienta informática Google Formularios y cuenta con un total de 15 preguntas, una de las cuales incluye 14 afirmaciones a cuestionar. La primera pregunta del cuestionario, en la que se indica que el encuestado escriba el año de nacimiento, se trata de una pregunta eliminatoria, puesto que sólo se han tenido en cuenta a los nacidos entre 1984 y 1999 (ambos inclusive). Las variables vienen medidas en escalas cualitativas (nominal y ordinal) y cuantitativas (intervalo y razón) (véase Anexo I). La muestra seleccionada está formada por 153 personas. El análisis de los datos proporcionados se ha llevado a cabo con el programa estadístico informático SPSS. En la siguiente tabla se exponen las características técnicas de la investigación:

Tabla 13: *Características técnicas del estudio*

<b>Ámbito geográfico</b>	España
<b>Fecha de recogida de datos</b>	Abril a mayo de 2018
<b>Tamaño muestral</b>	153 muestras válidas
<b>Elementos del muestreo</b>	Personas nacidas entre 1984 y 1999
<b>Margen de error</b>	5% para un nivel de confianza del 95%
<b>Técnica de adquisición de la información</b>	Encuesta personal online
<b>Tipo de análisis</b>	Análisis univariable y bivivariable
<b>Objetivo del estudio</b>	Inferencial

Fuente: Elaboración propia.

Esta investigación se ha realizado con métodos estadísticos de los análisis univariable y bivariable. Se han usado métodos y técnicas como las frecuencias, medidas de tendencia central, tablas de contingencia, contraste de la Chi cuadrado, prueba exacta de Fisher, residuos tipificados corregidos y la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis.

Una vez que ya tenemos realizadas las encuestas de nuestra muestra y hemos insertado los datos recolectados en el programa SPSS, se han aplicado diferentes métodos y técnicas según el propósito a alcanzar. Se ha trabajado con un margen de error del 5% para un nivel de confianza del 95%. Para llevar a cabo esta investigación se han planteado una serie de objetivos que se explican a continuación y, en función de ellos, se han seleccionado las variables y los métodos estadísticos a aplicar que permitirán conseguir estos objetivos.

- ✚ Objetivo 1: Comprobar si el sexo, la ocupación, el nivel de estudios y los ingresos pueden tener relación con el hecho de que una persona apueste o no. En primer lugar se ha utilizado el contraste de hipótesis Chi cuadrado o Fisher para determinar si las siguientes variables son independientes entre sí:

- *Sexo - apuesta*
- *Ocupación - apuesta*
- *Estudios - apuesta*
- *Ingresos - apuesta*

Seguidamente se ha utilizado los residuos tipificados corregidos para estudiar la relación entre las diferentes categorías de las variables.

- ✚ Objetivo 2: Para conocer las razones por las cuales no apuestan aquellas personas que no lo hacen, se ha manejado una tabla de frecuencias en la que se registran todas estas razones. Además se ha utilizado la moda para esta variable para conocer cuál es la respuesta que más se repite. Para lograr este objetivo se ha recurrido a la variable *apuesta* como filtro, teniendo en cuenta sólo a quienes nunca han apostado online, y la variable *motivo por el que no apuesta*.

- ✚ Objetivo 3: Para saber la frecuencia de juego actual, la cantidad de dinero media apostada y el tiempo que los usuarios llevan apostando se han analizado las variables *frecuencia de juego*, *dinero apostado* y *tiempo jugando* para las que se han aplicado de manera independiente tabla de frecuencias y moda.
  
- ✚ Objetivo 4: Comprobar si existe relación entre el nivel de ingresos de una persona con la frecuencia de juego y la cantidad que apuesta. Con la prueba exacta de Fisher se ha determinado si las parejas de variables *nivel de ingresos - frecuencia de juego* y *nivel de ingresos - dinero apostado* son independientes y la prueba de Kruskal-Wallis para determinar si existe relación en caso de que no lo sean.
  
- ✚ Objetivo 5: Para determinar si las personas que manifiestan que llevan jugando más de un año, han aumentado la frecuencia de juego y las cantidades medias apostada por vez jugada, se ha utilizado una tabla de contingencia entre las variables *aumento frecuencia de juego* y *aumento dinero apostado*. Para lograr este objetivo se ha hecho uso de la variable *tiempo jugando* como filtro, teniendo en cuenta sólo a quienes llevan más de un año jugando.
  
- ✚ Objetivo 6: Saber en cuántos operadores están registrados los usuarios y cuáles de ellos son los más usados. Para ello se han usado las modas y las tablas de frecuencias para las variables *operadores* y *número de operadores registrado*.
  
- ✚ Objetivo 7: Para conocer las opiniones personales de los encuestados sobre diversos aspectos como el juego, las estrategias publicitarias, la presión del entorno, los operadores y los problemas que puede conllevar el juego, se ha utilizado una escala de valoración (1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo), a través de la cual se ha estudiado la frecuencia y la moda de manera independiente de las variables *facilidad ganar dinero*, *rapidez ganar dinero*, *diversión*, *desconexión*, *ganar popularidad*, *adicción*, *riesgo*, *publicidad*, *protección de datos*, *popularidad casa de apuestas*, *patrocinio deporte*, *recomendaciones*, *ventajas económicas* y *premios*, para ver lo que opina la mayoría de los encuestados que firman haber apostado al menos una vez.

En la siguiente tabla se recoge lo anteriormente descrito de una forma más concisa. Las preguntas realizadas en la encuesta se pueden ver en el anexo I.

Tabla 14: *Métodos utilizados para cada variable según objetivos*

<b>Objetivo</b>	<b>Método utilizado</b>	<b>Variables analizadas</b>
1. Comprobar si el sexo, la ocupación, el nivel de estudios y los ingresos pueden tener relación con el hecho de que una persona apueste o no	- Tabla de contingencia - Chi cuadrado - Fisher - Residuos tipificados corregidos	Sexo, ocupación, estudios, ingresos y apuesta
2. Conocer las razones por las cuales no apuestan aquellos que no lo hacen	- Tabla de frecuencias - Moda	Apuesta y motivo por el que no apuesta
3. Conocer la frecuencia de juego, la cantidad media de dinero apostada por vez jugada y el tiempo que los usuarios llevan jugando	- Tabla de frecuencia - Moda	Frecuencia de juego, dinero apostado y tiempo jugando
4. Comprobar si existe relación entre el nivel de ingresos de una persona con la frecuencia de juego y la cantidad que apuesta	- Fisher - Prueba Kruskal-Wallis	Ingresos, frecuencia de juego y dinero apostado
5. Determinar si las personas que manifiestan que llevan jugando más de un año, han aumentado la frecuencia de juego y las cantidades medias apostada por vez jugada	- Tabla de contingencia	Tiempo jugando, aumento frecuencia de juego y aumento dinero apostado
6. Saber los operadores en los que están registrados los usuarios en mayor medida	- Tabla de frecuencias - Moda	Número operadores registrado y operadores
7. Conocer opiniones personales sobre el juego, las estrategias	- Tabla de frecuencias - Moda	Facilidad ganar dinero, rapidez ganar dinero,

publicitarias, la presión del entorno, los operadores y los problemas asociados al juego		diversión, desconexión, ganar popularidad, adicción, riesgo, publicidad, protección de datos, popularidad casa de apuestas, patrocinio deporte, recomendaciones, ventajas económicas y premios
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## 6.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Tras la realización del cuestionario se ha procedido al tratamiento y análisis de los datos recogidos en las encuestas. Las tablas con los resultados de este estudio se pueden ver en el Anexo II. De las 153 personas que conforman la muestra 61 personas apuestan o han apostado alguna vez vía online (39,9%), frente a las 92 personas (60,1%) que nunca lo han hecho.

A continuación se muestran los resultados obtenidos desglosados por los objetivos anteriormente propuestos.

### Objetivo 1

De las 153 personas que conforman la muestra, 95 son hombres y 58 son mujeres. De las 61 personas de la muestra que han declarado haber apostado al menos una vez, tan sólo el 4,9% son mujeres, siendo el 95,1% de los apostantes hombres. Además, mientras que sólo el 5,2% de las mujeres declara haber apostado al menos una vez, el 61,1% de los hombres reconoce haberlo hecho. Se manifiesta que, con una alta probabilidad, el sexo de los encuestados y el haber apostado online o no, no son independientes, habiendo una relación directa entre el ser hombre y apostar, frente a la relación inversa entre el hecho de ser mujer y apostar.

En cuanto a la ocupación de las personas de la muestra que han declarado apostar o haber apostado alguna vez, es la siguiente: el 39,3% son estudiantes, el 36,1% son

trabajadores/as, el 16,4% realizan ambas actividades (estudian y trabajan), el 4,9% se encuentran en situación de desempleo y el 3,3% manifiestan que realizan otro tipo de actividad. Este estudio nos muestra que, con una alta probabilidad, la ocupación de los encuestados y el haber apostado online o no, son independientes, negando así toda posibilidad de relación entre ambas cuestiones.

Respecto al nivel de estudios de las personas participantes en la encuesta se manifiesta que, con una alta probabilidad, dicho nivel de estudios y el haber apostado online o no, no son independientes. Las personas cuyos estudios más altos son la Educación Secundaria Obligatoria, que son los estudios más bajos recogidos en la muestra (ya que no tenemos ninguna persona sin estudios), muestran una gran tendencia a apostar, concretamente el 75% de los encuestados declara haber apostado, al contrario que ocurre con los que tienen estudios más altos, como los universitarios, quien tan sólo el 27,9% declara haberlo hecho.

Esta investigación, además, demuestra que los ingresos personales de los sujetos encuestados y el hecho de apostar o no, son independientes con una alta probabilidad, por lo que se descarta que los ingresos puedan influir de algún modo en el hábito de jugar o no. Los ingresos de las personas de la muestra que han declarado apostar o haber apostado alguna vez, son los siguientes: el 36,1% tiene unos ingresos mensuales de 0 a 200 euros, el 23% de 1001 a 2000 euros, el 19,7% de 201 a 500 euros, el 13,1% de 501 a 1000 euros y el 8,2% declara tener ingresos de más de 2000 euros.

## Objetivo 2

Como se ha expuesto al principio del análisis de este apartado, de las 153 personas encuestadas, 92 (60,1%) declaran no haber participado nunca en las apuestas online. El motivo que más se repite entre los no apostantes es que las apuestas les resultan indiferentes. Desglosado por motivos de esas 92 personas:

- el 60,9% expresa que las apuestas le resultan indiferentes,
- el 54,3% considera que apostar online conlleva un gran riesgo económico,
- el 18,5% desconfía del uso que las casas de apuestas puedan hacer de sus datos personales,
- el 18,5% piensa que las apuestas están amañadas,

- el 8,7% no entiende o le resulta complicado entender cómo funcionan las apuestas a través de operadores web,
- el 6,5% tiene otros motivos,
- el 4,3% piensa que las apuestas son una actividad inmoral.

### 🚩 Objetivo 3

Por el contrario, entre las personas que manifiestan haber apostado, la frecuencia de juego que más se repite es "ocasionalmente (menos de una vez al mes)" y "varias veces al mes" (27,9%), seguida de "varias veces a la semana" (26,2%), "he jugado una sola vez" (14,8%) y "una vez al mes" (3,3%).

En cuanto al dinero apostado por término medio cada vez que se realiza un depósito, el 34,4% apuesta de 5 a 10 euros, el 26,2% de 1 a 5 euros, el 19,7% apuesta un euro, el 9,8% de 10 a 20 euros, el 8,2% de 10 a 20 euros y tan sólo el 1,6% apuesta más de 50 euros.

Respecto al tiempo que llevan realizando apuestas, el 42,6% de los encuestados manifiesta que hace más de dos años que juegan, el 27,9% entre uno y dos años, el 23% lleva menos de seis meses apostando y el 6,6% entre seis meses y un año.

### 🚩 Objetivo 4

Es lógico preguntarse si el hecho de que una persona tenga un determinado nivel de ingresos influye en la frecuencia de juego y en la cantidad de dinero que apuesta. Sin embargo, y al contrario de lo que se pudiera pensar en un primer momento, con una alta probabilidad, el nivel de ingresos personal no incide significativamente ni en la frecuencia de juego ni en la cantidad de dinero que apuesta, ya que son totalmente independientes.

### 🚩 Objetivo 5

De las 61 personas que manifiestan haber apostado al menos una vez, 43 de ellas llevan jugando entre uno y dos años o más de dos años. Al preguntarle a estas personas si en el último año han aumentado su frecuencia de juego o la cantidad de dinero que apuestan hemos obtenido los siguientes resultados:

Tabla 15: *Tabla cruzada "Aumento frecuencia de juego" con "Aumento dinero apostado"*

		Aumento dinero apostado		Total
		Sí	No	
Aumento frecuencia de juego	Sí	10	2	12
	No	2	29	31
Total		12	31	43

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla, 29 de las 43 personas (un 67,44%) no han aumentado ni la frecuencia de juego ni el dinero apostado respecto al año anterior, frente a los 10 personas que reconocen haber apostado más dinero y más veces que respecto al año anterior.

#### ✚ Objetivo 6

La mayoría de los encuestados sólo está registrada en un operador (27 de los 61). En cuanto a los operadores web de apuestas más utilizados, el 73,8% de las personas que expresan haber apostado al menos una vez está registrado en Bet365 (45 de los 61 jugadores), seguida de Sportium (37,7%), William Hill (34,4%), Bwin y otros (32,8% cada uno) y Betfair (31,1%). Estas casas de apuestas ocupan las primeras cinco posiciones entre las que tienen mayores registros.

#### ✚ Objetivo 7

En este objetivo la investigación se ha centrado en conocer las opiniones personales sobre diferentes temas relacionados con el mundo de las apuestas online.

Con respecto a la afirmación "Apuesto porque pienso que es una manera fácil de ganar dinero" 31 de las 61 personas encuestadas (el 50,8%) que manifiestan haber apostado alguna vez declara estar "totalmente en desacuerdo" y "en desacuerdo" con esta afirmación, siendo casi un cuarto (el 24,6%) aquellos que están "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo".

En cuanto a la afirmación "Considero que el juego es una forma de desconectar de la realidad y evadirme de los problemas", 31 de las 61 personas encuestadas que manifiestan haber apostado alguna vez, manifiestan estar "totalmente en desacuerdo", no habiendo ninguna persona que esté totalmente a favor de este argumento y tan sólo el 16,4% exprese mostrar alguna preocupación.



En relación a la afirmación "Me siento atraído por las distintas estrategias publicitarias que utilizan los operadores de juego (publicidad en distintos medios de comunicación, patrocinio de equipos, etc.)" el 50,8% de los encuestados que manifiestan haber apostado se muestra totalmente en contra de dicha sentencia. En el otro extremo, aquellos que manifiestan estar totalmente a favor, tan sólo son un 1,6% de los encuestados apostantes.

El 62,3% de las personas que manifiestan haber jugado declara que está en total desacuerdo con la afirmación "Considero que el juego es un instrumento que me permite ganar popularidad en mi círculo social", estando sólo el 6,6% de los encuestados que apuestan de acuerdo con esta afirmación y no hay ninguno que se declare totalmente de acuerdo con ella.

En cuanto a la afirmación "Me preocupa la posibilidad de desarrollar una adicción al juego", el 49,2% de los apostantes manifiesta estar "totalmente en desacuerdo" y "en desacuerdo", mientras que el 24,6% de aquellos que apuestan está "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo".

Con respecto a la afirmación "A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en el patrocinio de equipos o eventos deportivos en los que participan" el 59% de las personas encuestadas que manifiestan haber apostado alguna vez declara estar "totalmente en desacuerdo" y "en desacuerdo" con esta afirmación, estando el 14,7% "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo".

En relación a la sentencia "Apuesto porque pienso que es una manera rápida de ganar dinero" no hay ninguna postura que muestre un claro predominio sobre las demás, aunque destaca que sólo el 4,9% esté "totalmente de acuerdo" con esta afirmación, mientras que las respuestas "ni de acuerdo ni en desacuerdo" y "de acuerdo" son las que más se repiten (un 26,2% cada una).

Un alto porcentaje, el 34,4% de los encuestados que declaran haber apostado se muestra "ni de acuerdo ni en desacuerdo" con la sentencia "Confío en la protección de los datos personales que comparto por parte de las casas de apuesta", con una clara diferencia respecto al resto de opiniones.

El 36,6% de las personas que han apostado al menos una vez está a favor y totalmente a

favor de la afirmación "A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en la popularidad e imagen de la casa". Aunque la respuesta "de acuerdo" ha sido la más contestada con el 28,3% de las respuestas, el 43,3% manifiesta estar "totalmente en desacuerdo" y "en desacuerdo" siendo, por tanto, la postura predominante.

En cuanto al enunciado "A la hora de escoger casa de apuesta me dejo llevar por recomendaciones de mis amigos o familiares" un 32,8% de las personas encuestadas que apuestan expresan su acuerdo, estando un total del 41% "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo" con dicho enunciado, convirtiéndose en la postura más adoptada, puesto que un 27,9% se muestra "ni de acuerdo ni en desacuerdo".

Con respecto a "A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en los bonos y ventajas económicas que ofrece dicha casa" la respuesta "ni de acuerdo ni en desacuerdo" con un 24,6% de las respuestas es la que más se repite, mientras que un 42,7% se muestra "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo".

El 48,4% de las personas que han apostado al menos una vez está a favor y totalmente a favor de la afirmación "A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en el premio de los resultados de las apuestas", siendo la respuesta "de acuerdo" la que más veces se produce (un 32,3%).

Las personas se muestran preocupadas ante el riesgo de perder dinero, tal y como recogen las respuestas mostradas a la afirmación "Me preocupa el riesgo de perder dinero", con un 50,9% de las personas que se muestran "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo". En el otro extremo, tan sólo un 14,7% de las personas que realizaron el cuestionario y declaran haber jugado no muestra ninguna preocupación ante este asunto.

Algo similar ocurre ante la sentencia "Apuesto por diversión", en la que un 67,2% de las personas encuestadas que han apostado se muestra "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo", imponiéndose de manera contundente a la postura contraria ("totalmente en desacuerdo" y "en desacuerdo"), con tan sólo un 11,5% de las respuestas registradas.

## **7. CONCLUSIONES Y VALORACIÓN PERSONAL**

Vivimos en una sociedad en la que los anuncios de casas de apuestas han inundado los medios de comunicación y el patrocinio por parte de estas empresas de deportistas y de equipos se ha convertido en la tónica habitual en el mundo del deporte. Pero, ¿qué ha causado esto y cuáles son sus consecuencias?

El primer objetivo principal de este trabajo de investigación ha sido el análisis del sector del juego y las apuestas online en España y la evolución que ha experimentado dicho sector durante los últimos cinco años. Tras proporcionar un marco teórico adecuado, a través del análisis del mercado nacional del juego online de los últimos cinco años, se pueden extraer las siguientes conclusiones.

Se trata de un mercado nuevo en España, puesto que las primeras casas de apuestas deportivas online abrieron sus puertas hace apenas diez años. A partir de ese momento los hábitos de juego cambiaron. Ahora era posible apostar durante las 24 horas del día cualquier día del año sin salir de casa, tan sólo con un click. Esta fácil y rápida accesibilidad y la gran comodidad asociada a apostar desde cualquier sitio en cualquier momento son sólo algunas de las causas que han producido el espectacular crecimiento de este sector en los últimos cinco años. Un crecimiento que va desde el 92,72% en el caso de los gastos de publicidad, promoción y patrocinio, hasta las retiradas de los depósitos, un 240,04% mayor, lo que supone la cuota más alta de crecimiento experimentada respecto a cinco años antes. Un crecimiento constante respecto a cantidades jugadas, depósitos y retiradas, cifras de margen de juego, número de jugadores y gastos en publicidad, promoción y patrocinio, que aumenta cada año. Un mercado que en 2017 movió más de 13.316 millones de euros.

Pero, ¿llegará el día en el que la burbuja del mercado del juego y las apuestas online estalle?, ¿hasta cuándo se seguirá produciendo este crecimiento del sector? Por el momento, a falta de investigaciones más profundas sobre esta cuestión, ya hay una modalidad de juego que está registrando un crecimiento negativo, como son los concursos. Este decrecimiento se ve maquillado por el crecimiento del resto de modalidades, alguno de ellos enorme, que camufla las cifras negativas de los concursos. ¿Será cuestión de tiempo que el resto de modalidades de juego sigan la misma dinámica? A día de hoy no tenemos una respuesta sólida a esta cuestión. Lo que sí podemos afirmar es que la cifras nos muestran que, en la actualidad y de manera global, es un mercado que no deja de crecer.

Dentro de este sector, que crece cada año a un ritmo de dos dígitos, las apuestas son las reinas, ya que mueven más de un 41% del total de las cantidades jugadas. En un país de juego y de jugadores como España, los jóvenes no sólo no permanecen ajenos a este boom, sino que están muy involucrados en las apuestas. La popularidad y la visibilidad que les aporta ser económicamente independientes, junto con el fácil manejo de la tecnología son algunas de las causas que explican la gran tasa de participación entre los jóvenes.

Según nuestro estudio, casi cuatro de cada diez jóvenes de la llamada *generación millennial* han apostado alguna vez (el 39,9%). Se trata de un mercado esencialmente masculino donde los hombres conforman el 95,1% del total de jugadores, por lo que hay relación entre el sexo de los encuestados y el hecho de apostar o no. Respecto a la ocupación, la mayoría de personas que declaran apostar son estudiantes (el 39,3%), pero el estudio demuestra que la ocupación y el hecho de apostar son independientes, al igual que sucede con los ingresos, que aunque es lógico pensar que puede existir algún tipo de relación entre el nivel de ingresos y el hecho de apostar o no, lo cierto es que la investigación demuestra lo contrario. Al contrario sucede con el nivel de estudios de los encuestados que manifiestan haber apostado, ya que dicho nivel de estudios puede influir en el hecho de apostar, como muestra el caso de que el 75% de las personas cuyo nivel de estudios más alto alcanzado es la Educación Secundaria Obligatoria lo han hecho. La gran mayoría de los jóvenes encuestados que declaran haber apostado (un 70,5%) no es nueva en este terreno, puesto que manifiesta llevar haciéndolo más de un año y el rey de las casas de apuestas es Bet365, el cual es utilizado por el 73,8% de los encuestados apostantes.

Pese a la gran presencia de las casas de apuestas en medios de comunicación y demás espacios publicitarios, las estrategias publicitarias y el patrocinio de equipos y eventos deportivos parecen no ser determinantes a la hora de escoger casa de apuestas para los jóvenes encuestados. El 72,1% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con que las estrategias publicitarias los influya a la hora de elegir, mientras que el 59% manifiesta la misma opinión respecto a la influencia del patrocinio de equipos y eventos deportivos. Sin embargo, los jóvenes sí parecen sentir gran atracción por los premios y ventajas económicas que se obtienen de manera casi inmediata a la hora de apostar, ya que el 48,4% y el 42,7% respectivamente lo afirman de manera contundente. Es decir, se rompe la creencia generalizada de que los jóvenes, se dejan influir por la publicidad y el éxito sociopersonal que va ligado a las estrellas deportivas, para afirmarse que son mucho más vulnerables a las estrategias económicas que ofrecen las casas de apuestas y a

la opinión de su entorno más cercano, ya que casi la mitad de los encuestados le da alguna o mucha importancia a las recomendaciones de sus familiares y amigos.

No obstante, frente a la gran popularidad de la que gozan las apuestas no podemos obviar en estas conclusiones a aquellos que nunca han apostado, el 60,1% de los encuestados. Los dos grandes motivos por los que no lo hacen son porque las apuestas les resultan indiferentes (un 60,9%) y porque consideran que apostar online conlleva un gran riesgo económico (un 54,3%).

Pero, ¿qué consecuencias puede tener apostar en los jóvenes? Mientras que las casas de apuestas ven como el negocio no para de crecer, los expertos advierten de los peligros de la adicción entre personas cada vez más jóvenes, muchas de ellas menores de edad (Bellaco, 2018). Señalan que el actual código de autorregulación no es suficiente para proteger a los jugadores de desarrollar una adicción al juego. Aunque la mayoría de los encuestados de nuestra investigación no se muestre preocupada por la posibilidad de convertirse en ludópatas (el 49,2% no lo está frente al 24,6% que sí), los expertos califican el juego y las apuestas online como una "droga" que genera cada vez más adictos que entran en una espiral de deudas y créditos que los llevan a la ruina. Las asociaciones de lucha contra la ludopatía ven cómo se multiplican los casos, que muestran un comportamiento patológico en personas que tan sólo llevan meses jugando (Ordóñez, 2018). Por ello, proponen que se lleven a cabo ciertas medidas, como el endurecimiento de la legislación publicitaria de las casas de apuestas para proteger especialmente a los más jóvenes (Bellaco, 2018). Además, arremeten contra los medios de comunicación, que se ven beneficiados por los ingresos publicitarios, y contra los políticos, por la pasividad que muestran ante este tema.

En cuanto a la valoración personal, el crecimiento que ha experimentado el mercado del juego y las apuestas online en los últimos años y que aún se sigue produciendo parece no tener fin. El número de jugadores que se encuentran activos no dejan de aumentar año tras año, resultando un sector especialmente atractivo y accesible para los jóvenes. Pero este sector debe de ser consciente de que no puede seguir creciendo a cualquier precio y se deben llevar a cabo campañas de sensibilización en los medios de comunicación contra el problema de ludopatía que puede acarrear el abuso del juego y las apuestas, al igual que existen campañas contra el abuso de alcohol y tabaco. Además, deben tomarse serias medidas para hacer que la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego se aplique en todos sus puntos, especialmente en aquel que prohíbe el juego a los menores de edad,

por parte de los operadores de juego y las autoridades competentes. Sólo así se conseguirá la transparencia necesaria para que este mercado crezca libre de prejuicios y de mala práctica.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Bellaco, D. (6 de marzo de 2018). Los medios silencian el daño de las apuestas online en la población. *Digital Sevilla*. Recuperado de <https://digitalsevilla.com/2018/03/06/medios-silencian-dano-apuestas-online-poblacion/>

Blasco, A. (1999). Los judíos de Aragón y los juegos de azar. *Aragón en la Edad Media*, (14-15), 91-118. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=108549>

Bolinches, C. y Martínez, J. (15 de abril de 2017). ¿Qué empresas mueven los hilos del millonario negocio de las apuestas online?. *El Español*. Recuperado de [https://www.elespanol.com/economia/empresas/20170412/207979701\\_0.html](https://www.elespanol.com/economia/empresas/20170412/207979701_0.html)

Buil, P., Solé, M.J. y García, P. (2015). La regulación publicitaria de los juegos de azar online en España. Una reflexión sobre la protección del menor. *Adicciones*, 27 (3), 198-204. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2891/289142513005/>

Carbonell, E. y Montiel, I. (2013). *El juego de azar online en los nativos digitales*. Recuperado de <http://biblioteca.tirant.com.us.debiblio.com/cloudLibrary/ebook/show/9788415731252>

Cases, J.I. (2011). La transformación de las políticas públicas de juego de azar en España. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (6), 75-103. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2815/281521737003/>

Castilla, C., Berdullas, S., de Vicente, A. y Villamarín, S. (2013). Apuestas online: el nuevo desafío del juego patológico. *Infocop*, (61), 3-6. Recuperado de <http://www.cop.es/infocop/pdf/2200.pdf>

Comisión Europea. (2011). Libro Verde sobre el juego en línea en el mercado interior. Recuperado de [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/com/com\\_com\(2011\)0128\\_/com\\_com\(2011\)0128\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0128_/com_com(2011)0128_es.pdf)

Del Valle, L. (13 de junio de 2017). El número de gallegos adictos al azar «on-line» se duplica en dos años. *La Voz de Galicia*. Recuperado de [https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/sociedad/2017/06/13/numero-gallegos-adictos-azar-on-line-duplica-dos-anos/0003\\_201706G13P27996.htm](https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/sociedad/2017/06/13/numero-gallegos-adictos-azar-on-line-duplica-dos-anos/0003_201706G13P27996.htm)

Desde Expo 92 hasta UED Sports, los patrocinios en la camiseta del Betis. (1 de noviembre de 2015). *ABC de Sevilla*. Recuperado de <http://sevilla.abc.es/deportes/alfinaldelapalmera/noticias/real-betis/desde-expo-92-hasta-ued-sports-los-patrocinios-en-la-camiseta-del-betis-98895-1446368252.html>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2016). *Memoria anual*. Dirección General de Ordenación del Juego. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2017). *Datos del Mercado de Juego Online*. Dirección General de Ordenación del Juego. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/descarga-datos-mercado-juego-online>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2018a). *Conócenos*. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/conocenos>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2018b). *Informe del Jugador Online*. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2018c). *Juegos regulados*. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/juegos-regulados>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2018d). *Listado de URLs de operadores con licencia*. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/url-operadores>

Ferrer, A. (31 de octubre de 2010). Millennials, la generación del siglo XXI. *Nueva Revista de política, cultura y arte*. Recuperado de <https://www.nuevarevista.net/revista-lecturas/millennials-la-generacion-del-siglo-xxi/>

Fontbona, M. (2008). *Historia del juego en España: de la Hispania romana a nuestros días*. Barcelona, España: Flor del Viento

Hargrave, C.P. (s.f.). *A History of Playing Cards and a Bibliography of Cards and Gaming*. Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SC1hBedMXasC&oi=fnd&pg=PA1&dq=history+of+cards&ots=8GfzWFdtsU&sig=cG9\\_uaRq7K7qq1TrS3nMzzHwH9s#v=onepage&q&f=true](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SC1hBedMXasC&oi=fnd&pg=PA1&dq=history+of+cards&ots=8GfzWFdtsU&sig=cG9_uaRq7K7qq1TrS3nMzzHwH9s#v=onepage&q&f=true)

Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Recuperado de [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608)

Jiménez-Murcia, S., Fernández-Aranda, F., Granero, R. y Menchón, J.M. (2013). Gambling in Spain: update on experience, research and policy. *Addiction*, (109), 1595-1601. doi: 10.1111/add. 12232

Las apuestas en España. Su historia y siguientes pasos. (27 de mayo de 2016). *Nueva Tribuna*. Recuperado de <https://www.nuevatribuna.es/articulo/sociedad/apuestas-espana-historia-y-siguientes-pasos/20160527183629128724.html>

Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego. *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 28 de mayo de 2011, núm. 127, pp. 9-11.

Martínez, L. (15 de febrero de 2016). La Lotería Nacional, el invento más popular del marqués de Esquilache. *La Información*. Recuperado de [https://www.lainformacion.com/espana/loteria-de-navidad/la-loteria-nacional-el-invento-mas-popular-del-marques-de-esquilache\\_ue4j80egy9yumlds96m57](https://www.lainformacion.com/espana/loteria-de-navidad/la-loteria-nacional-el-invento-mas-popular-del-marques-de-esquilache_ue4j80egy9yumlds96m57)

Martínez, L. (6 de marzo de 2018). El concepto millennial adquiere ciudadanía en las estadísticas poblacionales. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/El-concepto-millennial-adquiere-ciudadania-en-las-estadisticas-poblacionales-20180306-0083.html>

Ordóñez, E. (31 de enero de 2018). Apuestas deportivas: enganchados a un juego en el que es imposible ganar. *Revista Contexto*. Recuperado de <http://cxtx.es/es/20180131/Politica/17516/apuestas-juego-online-epidemia->

[ludopatia.htm](#)

Palomar, A. (2011). *El juego on line*. Pamplona, España: Aranzadi

¿Qué clubs de fútbol tienen como patrocinador a una casa de apuestas?. (12 de agosto de 2016). *Heraldo*. Recuperado de <https://www.heraldo.es/noticias/bc/2016/08/12/que-clubs-futbol-tienen-como-patrocinador-una-casa-apuestas-1002948-2091041.html>

Sammy, E. (4 de octubre de 2017). *15 equipos de la Liga tienen patrocinios de casas de apuestas deportivas*. *Sector Gambling*. Recuperado de <http://www.sectorgambling.com/2017/10/04/15-equipos-de-la-liga-tienen-patrocinios-de-casas-de-apuestas-deportivas/>

Sánchez, D. (2016). *La tributación del juego en España: El régimen fiscal de los operadores de juego* (tesis de pregrado). Recuperado de [https://duqi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14294/S%C3%A1nchez\\_Hern%C3%A1ndez.pdf.pdf?sequence=1](https://duqi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14294/S%C3%A1nchez_Hern%C3%A1ndez.pdf.pdf?sequence=1)

Sarabia, I., Estévez, A. y Herrero, D. (2014). Perfiles de jugadores patológicos en la adolescencia. *Originales*, 39 (2), 46-58. Recuperado de [http://www.aesed.com/descargas/revistas/v39n2\\_3.pdf](http://www.aesed.com/descargas/revistas/v39n2_3.pdf)

Ubieto, J. (19 de enero de 2017). ¿Por qué aumenta la cantidad de jóvenes que hacen apuestas online?. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20170119/413467205321/el-divan-jovenes-apuestas-online-psicologia-dinero.html>

Viana, I. (s.f.). Historia de la Lotería de Navidad 2017: 200 años entre guerras y crisis. *ABC*. Recuperado de <http://www.abc.es/loteria-de-navidad/historia.html>



## 9. ANEXOS

### 9.1. ANEXO I: PREGUNTAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

#### Perfil del jugador online de apuestas

Este cuestionario forma parte de un Trabajo de Fin de Grado del Grado en Marketing e Investigación de mercados de la Universidad de Sevilla y tiene como fin conocer el perfil de aquellas personas que apuestan online. Todos los datos de la investigación serán tratados de forma conjunta, agrupada, anónima y estrictamente confidencial.

El formulario le llevará cumplimentarlo menos de cinco minutos por lo que le agradecemos de antemano el tiempo dedicado.

Por favor, conteste todas las preguntas salvo que se le indique lo contrario.

#### 1. 1. Indique su año de nacimiento

---

#### 2. 2. Sexo

*Marca solo un óvalo.*

- Mujer  
 Hombre

#### 3. 3. Ocupación

*Marca solo un óvalo.*

- Trabajador/a  
 Estudiante  
 Ambas (estudiante y trabajador/a)  
 Parado/a  
 Otra

#### 4. 4. Estudios (concluidos)

*Marca solo un óvalo.*

- Sin estudios  
 Educación Secundaria Obligatoria  
 Bachiller  
 Universitarios  
 Post-graduado

#### 5. 5. ¿Cuál es su nivel medio de ingresos mensual personal?

*Marca solo un óvalo.*

- 0-200 euros  
 201-500 euros  
 501-1000 euros  
 1001-2000 euros  
 Más de 2000 euros

6. 6. ¿Juega usted o ha jugado alguna vez a apuestas online\*?

\*Incluye apuestas deportivas, apuestas hípcas y apuestas sobre cualquier acontecimiento susceptible de apuesta (medios de comunicación, economía, sociedad, espectáculos, cultura u otros afines)

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

7. 7. Si ha contestado "No" a la pregunta anterior, indique el motivo por el cual no juega. Marque tantos como considere ciertos (Su encuesta termina aquí. Muchas gracias por participar)

Si ha contestado "Sí" a la pregunta anterior no responda a esta pregunta y pase a la siguiente. Seleccione todos los que correspondan.

- Desconfío del uso que las casas de apuestas puedan hacer de mis datos personales  
 Considero que apostar online conlleva un gran riesgo económico  
 Desconocía que existían las apuestas online  
 Pienso que las apuestas son una actividad inmoral  
 Pienso que las apuestas están amañadas  
 No entiendo o me resulta complicado entender cómo funcionan las apuestas a través de operadores web  
 Las apuestas me resultan indiferente  
 Otro

8. 8. ¿Con qué frecuencia apuesta usted online?

Marca solo un óvalo.

- He jugado una sola vez  
 Ocasionalmente (menos de una vez al mes)  
 Una vez al mes  
 Varias veces al mes  
 Varias veces a la semana

9. 9. ¿Cuánto dinero suele apostar de media cada vez que juega?

Marca solo un óvalo.

- 1 euro  
 De 1 a 5 euros  
 De 5 a 10 euros  
 De 10 a 20 euros  
 De 20 a 50 euros  
 Más de 50 euros

10. 10. ¿En cuántos operadores está registrado?  
(Indique su respuesta con número)

\_\_\_\_\_

11. 11. ¿Cuáles son los operadores de juego en los que apuesta o ha apostado? Marque todas las opciones que sean correctas

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Bet365
- William Hill
- Sportium
- Betfair
- Bwin
- 888 Sport
- Codere
- Marca Apuestas
- Otro

12. 12. ¿Cuánto tiempo lleva jugando?

*Marca solo un óvalo.*

- Menos de seis meses
- Entre seis meses y un año
- Entre uno y dos años
- Más de dos años

13. 13. Si a la pregunta 12. ha contestado "entre uno y dos años" o "más de dos años", ¿ha apostado en este último año más veces que antes?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

14. 14. Si a la pregunta 12. ha contestado "entre uno y dos años" o "más de dos años", ¿ha apostado en este último año más dinero que antes?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

15. 15. Conteste a las siguientes afirmaciones:

(1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo)

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
"Apuesto porque pienso que es una manera fácil de ganar dinero"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Apuesto porque pienso que es una manera rápida de ganar dinero"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Apuesto por diversión"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Considero que el juego es una forma de desconectar de la realidad y evadirme de los problemas"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Considero que el juego es un instrumento que me permite ganar popularidad en mi círculo social"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Me preocupa el riesgo de perder dinero"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Me preocupa la posibilidad de desarrollar una adicción al juego"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Me siento atraído por las distintas estrategias publicitarias que utilizan los operadores de juego (publicidad en distintos medios de comunicación, patrocinio de equipos, bonos, etc.)"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Confío en la protección de los datos personales que comparto por parte de las casas de apuesta"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en la popularidad e imagen de la casa"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en el patrocinio de equipos o eventos deportivos en los que participan"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"A la hora de escoger casa de apuesta me dejo llevar por recomendaciones de mis amigos o familiares"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en los bonos y ventajas económicas que ofrece dicha casa"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"A la hora de escoger casa de apuesta me fijo en el premio de los resultados de las apuestas"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

---



## 9.2. ANEXO II: RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

**Apuesta**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Sí	61	39,9	39,9
	No	92	60,1	60,1
	Total	153	100,0	100,0

OBJETIVO 1: Tablas de contingencia entre variables sexo y apuesta, variables ocupación y apuesta, variables estudios y apuesta y variables ingresos y apuesta, contraste de Chi cuadrado, prueba exacta de Fisher y residuos tipificados corregidos.

**Tabla cruzada Sexo\*Apuesta**

		Apuesta			
		Sí	No	Total	
Sexo	Hombre	Recuento	58	37	95
		% dentro de Sexo	61,1%	38,9%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	95,1%	40,2%	62,1%
	Mujer	Recuento	3	55	58
		% dentro de Sexo	5,2%	94,8%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	4,9%	59,8%	37,9%
Total	Recuento	61	92	153	
	% dentro de Sexo	39,9%	60,1%	100,0%	
	% dentro de Apuesta o no	100,0%	100,0%	100,0%	

**Tabla cruzada Ocupación\*Apuesta**

		Apuesta			
		Sí	No	Total	
Ocupación	Trabajador/a	Recuento	22	43	65
		% dentro de Ocupación	33,8%	66,2%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	36,1%	46,7%	42,5%
	Estudiante	Recuento	24	35	59
		% dentro de Ocupación	40,7%	59,3%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	39,3%	38,0%	38,6%
	Ambas (estudiante y trabajador/a)	Recuento	10	13	23
		% dentro de Ocupación	43,5%	56,5%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	16,4%	14,1%	15,0%
	Parado/a	Recuento	3	0	3
		% dentro de Ocupación	100,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	4,9%	0,0%	2,0%
	Otra	Recuento	2	1	3
		% dentro de Ocupación	66,7%	33,3%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	3,3%	1,1%	2,0%
Total	Recuento	61	92	153	
	% dentro de Ocupación	39,9%	60,1%	100,0%	
	% dentro de Apuesta o no	100,0%	100,0%	100,0%	

**Tabla cruzada Nivel de estudios\*Apuesta**

		Apuesta		Total	
		Sí	No		
Nivel de estudios	Educación Secundaria Obligatoria	Recuento	9	3	12
		% dentro de Nivel de estudios	75,0%	25,0%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	14,8%	3,3%	7,8%
	Bachiller	Recuento	24	26	50
		% dentro de Nivel de estudios	48,0%	52,0%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	39,3%	28,3%	32,7%
	Universitarios	Recuento	19	49	68
		% dentro de Nivel de estudios	27,9%	72,1%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	31,1%	53,3%	44,4%
	Post-graduado	Recuento	9	14	23
		% dentro de Nivel de estudios	39,1%	60,9%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	14,8%	15,2%	15,0%
Total	Recuento	61	92	153	
	% dentro de Nivel de estudios	39,9%	60,1%	100,0%	
	% dentro de Apuesta o no	100,0%	100,0%	100,0%	

**Tabla cruzada Ingresos personales\*Apuesta**

		Apuesta		Total	
		Sí	No		
Ingresos personales	0-200 euros	Recuento	22	29	51
		% dentro de Ingresos personales	43,1%	56,9%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	36,1%	31,5%	33,3%
	201-500 euros	Recuento	12	16	28
		% dentro de Ingresos personales	42,9%	57,1%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	19,7%	17,4%	18,3%
	501-1000 euros	Recuento	8	9	17
		% dentro de Ingresos personales	47,1%	52,9%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	13,1%	9,8%	11,1%
	1001-2000 euros	Recuento	14	30	44
		% dentro de Ingresos personales	31,8%	68,2%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	23,0%	32,6%	28,8%
	Más de 2000 euros	Recuento	5	8	13
		% dentro de Ingresos personales	38,5%	61,5%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	8,2%	8,7%	8,5%
	Total	Recuento	61	92	153
		% dentro de Ingresos personales	39,9%	60,1%	100,0%
		% dentro de Apuesta o no	100,0%	100,0%	100,0%

### Pruebas de chi-cuadrado variable sexo

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	46,907 <sup>a</sup>	1	,000
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	44,605	1	,000
Razón de verosimilitud	55,148	1	,000
Asociación lineal por lineal	46,601	1	,000
N de casos válidos	153		

a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 23,12.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,597 <sup>a</sup>	3	,009
Razón de verosimilitud	11,692	3	,009
Asociación lineal por lineal	6,393	1	,011
N de casos válidos	153		

a. 1 casillas (12,5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,78.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	6,548 <sup>a</sup>	4	,162	,161		
Razón de verosimilitud	7,537	4	,110	,166		
Prueba exacta de Fisher	6,142			,163		
Asociación lineal por lineal	3,928 <sup>b</sup>	1	,047	,053	,030	,011
N de casos válidos	153					

a. 4 casillas (40,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,20.

b. El estadístico estandarizado es -1,982.

### Pruebas de chi-cuadrado variable ingresos

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,898 <sup>a</sup>	4	,754
Razón de verosimilitud	1,924	4	,750
Asociación lineal por lineal	,888	1	,346
N de casos válidos	153		

a. 0 casillas (,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,18.

### Residuos tipificados corregidos Sexo\*Apuesta

			Apuesta	
			Sí	No
Sexo	Hombre	Residuo corregido	6,8	-6,8
	Mujer	Residuo corregido	-6,8	6,8

### Residuos tipificados corregidos Nivel de estudios\*Apuesta

			Apuesta	
			Sí	No
Nivel de estudios	Educación Secundaria Obligatoria	Residuo corregido	2,6	-2,6
	Bachiller	Residuo corregido	1,4	-1,4
	Universitarios	Residuo corregido	-2,7	2,7
	Post-graduado	Residuo corregido	-,1	,1

OBJETIVO 2: Tabla de frecuencias variable motivo por el que no apuesta

**\$v6 frecuencias**

		Respuestas N	Porcentaje de casos
Motivo por el que no apuesta	Desconfío del uso que las casas de apuestas puedan hacer de mis datos personales	17	18,5%
	Considero que apostar online conlleva un gran riesgo económico	50	54,3%
	Pienso que las apuestas son una actividad inmoral	4	4,3%
	Pienso que las apuestas están amañadas	17	18,5%
	No entiendo o me resulta complicado entender cómo funcionan las apuestas a través de operadores web	8	8,7%
	Las apuestas me resultan indiferente	56	60,9%
	Otro	6	6,5%

OBJETIVO 3: Tablas de frecuencias de las variables frecuencia de juego, dinero apostado y tiempo jugando

**Frecuencia de juego**

	Frecuencia	Porcentaje válido
He jugado una sola vez	9	14,8
Ocasionalmente (menos de una vez al mes)	17	27,9
Una vez al mes	2	3,3
Varias veces al mes	17	27,9
Varias veces a la semana	16	26,2
Total	61	100,0

**Dinero apostado**

	Frecuencia	Porcentaje válido
1 euro	12	19,7
De 1 a 5 euros	16	26,2
De 5 a 10 euros	21	34,4
De 10 a 20 euros	6	9,8
De 20 a 50 euros	5	8,2
Más de 50 euros	1	1,6
Total	61	100,0

**Tiempo que lleva jugando**

	Frecuencia	Porcentaje válido
Menos de seis meses	14	23,0
Entre seis meses y un año	4	6,6
Entre uno y dos años	17	27,9
Más de dos años	26	42,6
Total	61	100,0



## OBJETIVO 4: Prueba exacta de Fisher y prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis

### Pruebas de chi-cuadrado Ingresos personales y Frecuencia de juego

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,057 <sup>a</sup>	16	,382	<sup>b</sup>	
Razón de verosimilitud	22,892	16	,117	,182	
Prueba exacta de Fisher	18,084			,214	
Asociación lineal por lineal	4,174 <sup>c</sup>	1	,041	,041	,022
N de casos válidos	61				

a. 22 casillas (88,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,16.

b. No se puede calcular porque no hay memoria suficiente.

c. El estadístico estandarizado es -2,043.

### Pruebas de chi-cuadrado Ingresos personales y Dinero apostado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,828 <sup>a</sup>	20	,091	<sup>b</sup>	
Razón de verosimilitud	24,538	20	,220	,298	
Prueba exacta de Fisher	21,871			,232	
Asociación lineal por lineal	1,091 <sup>c</sup>	1	,296	,317	,159
N de casos válidos	61				

a. 28 casillas (93,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

b. No se puede calcular porque no hay memoria suficiente.

c. El estadístico estandarizado es 1,044.

#### Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>

	Frecuencia de juego
H de Kruskal-Wallis	5,464
gl	4
Sig. asintótica	,243

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:  
Ingresos personales

#### Estadísticos de prueba<sup>a,b</sup>

	Dinero apostado
H de Kruskal-Wallis	2,017
gl	4
Sig. asintótica	,733

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación:  
Ingresos personales

OBJETIVO 5: Tabla de contingencia entre aumento frecuencia de juego y aumento dinero apostado

**Tabla cruzada Aumento frecuencia de juego\*Aumento dinero apostado**

		Aumento dinero apostado		Total	
		Sí	No		
Aumento frecuencia de juego	Sí	Recuento	10	2	12
		% dentro de Aumento frecuencia de juego	83,3%	16,7%	100,0%
		% dentro de Aumento dinero apostado	83,3%	6,5%	27,9%
	No	Recuento	2	29	31
		% dentro de Aumento frecuencia de juego	6,5%	93,5%	100,0%
		% dentro de Aumento dinero apostado	16,7%	93,5%	72,1%
Total	Recuento	12	31	43	
	% dentro de Aumento frecuencia de juego	27,9%	72,1%	100,0%	
	% dentro de Aumento dinero apostado	100,0%	100,0%	100,0%	

OBJETIVO 6: Tablas de frecuencia de las variables número de operadores registrados y operadores

**Número operadores registrados**

	Frecuencia	Porcentaje válido	
Válido	1	27	44,3
	2	5	8,2
	3	8	13,1
	4	8	13,1
	5	3	4,9
	6	5	8,2
	7	1	1,6
	9	4	6,6
	Total	61	100,0

**Operadores**

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Operadores <sup>a</sup>	Bet365	45	24,9%	73,8%
	William Hill	21	11,6%	34,4%
	Sportium	23	12,7%	37,7%
	Betfair	19	10,5%	31,1%
	Bwin	20	11,0%	32,8%
	888 Sport	12	6,6%	19,7%
	Codere	15	8,3%	24,6%
	Marca Apuestas	6	3,3%	9,8%
	Otro	20	11,0%	32,8%
	Total	181	100,0%	296,7%

a. Grupo

OBJETIVO 7: Tablas de frecuencias de las variables facilidad ganar dinero, rapidez ganar dinero, diversión, desconexión, ganar popularidad, riesgo de perder dinero, adicción, publicidad casa de apuestas, protección datos personales, popularidad casa de apuestas, patrocinio deporte, recomendaciones, ventajas económicas y premios.

### Facilidad ganar dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	9,8	24,6	24,6
	En desacuerdo	16	10,5	26,2	50,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	9,8	24,6	75,4
	De acuerdo	12	7,8	19,7	95,1
	Totalmente de acuerdo	3	2,0	4,9	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Rapidez ganar dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	7,8	19,7	19,7
	En desacuerdo	14	9,2	23,0	42,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10,5	26,2	68,9
	De acuerdo	16	10,5	26,2	95,1
	Totalmente de acuerdo	3	2,0	4,9	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Diversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	2,6	6,6	6,6
	En desacuerdo	3	2,0	4,9	11,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	8,5	21,3	32,8
	De acuerdo	23	15,0	37,7	70,5
	Totalmente de acuerdo	18	11,8	29,5	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Desconexión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	31	20,3	50,8	50,8
	En desacuerdo	4	2,6	6,6	57,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10,5	26,2	83,6
	De acuerdo	10	6,5	16,4	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Ganar popularidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	38	24,8	62,3	62,3
	En desacuerdo	8	5,2	13,1	75,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	7,2	18,0	93,4
	De acuerdo	4	2,6	6,6	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Riesgo de perder dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	3,9	9,8	9,8
	En desacuerdo	3	2,0	4,9	14,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	13,7	34,4	49,2
	De acuerdo	22	14,4	36,1	85,2
	Totalmente de acuerdo	9	5,9	14,8	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Adición

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	18	11,8	29,5	29,5
	En desacuerdo	12	7,8	19,7	49,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10,5	26,2	75,4
	De acuerdo	9	5,9	14,8	90,2
	Totalmente de acuerdo	6	3,9	9,8	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Publicidad casa de apuestas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	31	20,3	50,8	50,8
	En desacuerdo	13	8,5	21,3	72,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5,2	13,1	85,2
	De acuerdo	8	5,2	13,1	98,4
	Totalmente de acuerdo	1	,7	1,6	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Protección datos personales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	5,2	13,1	13,1
	En desacuerdo	10	6,5	16,4	29,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	13,7	34,4	63,9
	De acuerdo	13	8,5	21,3	85,2
	Totalmente de acuerdo	9	5,9	14,8	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Popularidad casa de apuestas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	13	8,5	21,7	21,7
	En desacuerdo	13	8,5	21,7	43,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	7,8	20,0	63,3
	De acuerdo	17	11,1	28,3	91,7
	Totalmente de acuerdo	5	3,3	8,3	100,0
	Total	60	39,2	100,0	
Perdidos	Sistema	93	60,8		
Total		153	100,0		

### Patrocinio deporte

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	21	13,7	34,4	34,4
	En desacuerdo	15	9,8	24,6	59,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10,5	26,2	85,2
	De acuerdo	8	5,2	13,1	98,4
	Totalmente de acuerdo	1	,7	1,6	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Recomendaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	7,8	19,7	19,7
	En desacuerdo	7	4,6	11,5	31,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	11,1	27,9	59,0
	De acuerdo	20	13,1	32,8	91,8
	Totalmente de acuerdo	5	3,3	8,2	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		



### Ventajas económicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	14	9,2	23,0	23,0
	En desacuerdo	6	3,9	9,8	32,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	9,8	24,6	57,4
	De acuerdo	14	9,2	23,0	80,3
	Totalmente de acuerdo	12	7,8	19,7	100,0
	Total	61	39,9	100,0	
Perdidos	Sistema	92	60,1		
Total		153	100,0		

### Premios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	5,2	12,9	12,9
	En desacuerdo	7	4,6	11,3	24,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	11,1	27,4	51,6
	De acuerdo	20	13,1	32,3	83,9
	Totalmente de acuerdo	10	6,5	16,1	100,0
	Total	62	40,5	100,0	
Perdidos	Sistema	91	59,5		
Total		153	100,0		