

AIMC Marcas revela las preferencias de los españoles en Apuestas y Juegos de Azar

Los asturianos, baleares, cántabros y madrileños son los que más juegan a la Lotería de Navidad y el Sorteo de El Niño

- Los jugadores de estos Sorteos Extraordinarios invierten en una media de 4 juegos y apuestas diferentes a lo largo del año.
- Más del 60% de los jugadores de la Lotería de Navidad/ El Niño están satisfechos con su nivel de vida.
- Más del 40% de aquellos que juegan a la Lotería de Navidad/ El Niño han donado dinero a ONGs o a causas benéficas en el último año.

Madrid. 20 de diciembre de 2018.- El Sorteo de Navidad, que se celebrará el próximo sábado, es considerado por muchos un clásico de las próximas fiestas navideñas. Pero, pese a la ilusión que implica el poder ser uno de los agraciados con el Gordo de Navidad o el Sorteo de El Niño, parece que los españoles tienen muy claro que el dinero no es lo más importante en la vida, ya que el verdadero éxito reside en compartir felicidad con familiares y amigos.

Así lo reflejan los resultados del último estudio **AIMC Marcas** donde, además, se recogen datos acerca de cuáles son los juegos de azar y las apuestas a los que más juegan los españoles, qué habitantes de las distintas comunidades autónomas, con independencia de dónde lo compren, participan con mayor frecuencia en este tipo de sorteos o cuál es el perfil habitual de los jugadores del sorteo más esperado del año.



AIMC Marcas es un estudio elaborado por la **Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)** desde 2003 y basa sus resultados en más de 10.000 entrevistas válidas. El estudio ofrece datos sobre los hábitos de vida y las actitudes de los españoles frente al consumo, tanto en general como ante determinadas marcas y productos.

Ofrecemos a continuación algunos datos significativos que revela el estudio, realizado a lo largo de 2017:

Asturias, la comunidad autónoma que reúne al mayor número de jugadores de Lotería de Navidad/ El Niño

Si nos centramos en aquellos que juegan de forma habitual a la Lotería de Navidad/ El Niño, las comunidades autónomas que cuentan con más jugadores son Asturias, Baleares, Cantabria y Madrid:

	Lotería de Navidad/ El Niño (%)	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Andalucía	46,5
	Aragón	52,7
	Asturias	59,3
	Baleares	59,1
	Canarias	50,5
	Cantabria	57,2
	Castilla/León	50,0
	Castilla/Mancha	52,3
	Cataluña	47,8
	Extremadura	44,9
	Galicia	47,1
	Madrid	56,4
	Murcia	52,9
	Navarra	41,3
	C. Valenciana	52,9
	País Vasco	56,2
	La Rioja	43,2

Los jugadores de Lotería de Navidad/ El Niño invierten en una media de 4 tipos de juegos de azar y apuestas a lo largo del año

A pesar de que la Lotería de Navidad y la de El Niño se celebran sólo 2 días del año, son los sorteos en los que más españoles juegan. Más del 50% de los españoles juega a la Lotería de Navidad/ Sorteo de El Niño.

El ránking de los 10 juegos y apuestas de azar en los que más invierten este tipo de jugadores pertenecen a Loterías y Apuestas del Estado, así como a la ONCE:

	Total (%)	Lotería Navidad Total (%)	Posición Total población	Posición Jugadores Lotería
Lotería Navidad/ El Niño	50,9	100,0	1	1
Primitiva	42,2	59,6	2	2
Euromillón	29,1	42,0	3	3
Lotería nacional	18,8	30,5	4	4
ONCE (Extraordinario)	17,8	29,7	6	5
ONCE (Sorteo diario)	18,2	28,8	5	6
ONCE (Sorteo Viernes)	15,3	25,0	8	7
Bonoloto	15,7	23,6	7	8
Gordo Primitiva	13,7	20,7	9	9
ONCE (Fin semana)	8,9	14,3	11	10

Cada ciudadano que juega a la Lotería de Navidad/ El Niño invierte en 4,1 tipos distintos de juegos de azar y apuestas al año, cifra superior al total de la población, que es 2,6.

Pero el dinero no lo es todo para los jugadores del Sorteo de Navidad

Ser uno de los afortunados en ganar el Gordo de Navidad o el Sorteo de El Niño es probablemente una de las principales ilusiones de todos los que juegan a estos sorteos, pero los resultados del estudio también ponen de manifiesto que el dinero no es lo más importante para ellos, sino contar con nuestros seres queridos. Tanto es así, que las cuatro respuestas más seleccionadas por los que juegan a la Lotería de Navidad / El Niño sobre lo que es para ellos el éxito en la vida no están relacionadas con el dinero: “tener una familia feliz” (83,3%), y “aprovechar/ vivir la vida” (45,4%), “vivir rodeado de buenos amigos” (38,2%) y “ser libre” (37,9%).

Un 80,3%, además, afirma que vive “con comodidad” o se las arregla “para vivir con sus ingresos actuales”, una cifra superior al total de la población, que se sitúa en el 77,8%.

		Total (%)	Lotería de Navidad/ El Niño (%)
Total		100,0	100,0
Totalmente + Bastante de acuerdo	ESTOY SATISFECHO CON MI NIVEL DE VIDA	57,8	59,9
¿Qué es el éxito en la vida?	El éxito en la vida es tener una familia feliz	79,6	82,5
	Aprovechar la vida / Vivir la vida	43,5	45,4
	El éxito en la vida es vivir rodeado de buenos amigos	35,9	38,2
	El éxito en la vida es Ser libre	37,1	37,6
FRASES SOBRE LA SITUACIÓN DE INGRESOS FAMILIARES	Vivo con comodidad con los ingresos actuales	29,2	30,8
	Me las arreglo para vivir con los ingresos actuales	48,6	49,5

También se preocupan por los demás

Aquellos que juegan a la Lotería de Navidad/ El Niño son también más solidarios. Más del 40% ha donado dinero a organizaciones benéficas u ONGs en los últimos 12 meses. Este dato es superior al total de la población, que se sitúa en el 32,1%.

Además, los jugadores de Lotería de Navidad/ El Niño aportan más donativos a todas las causas preguntadas que el resto de la población y, al igual que el total de los encuestados, las organizaciones más valoradas para hacer sus donativos están relacionadas con la investigación contra el cáncer, la protección de la infancia, la cooperación al desarrollo/ayudas para el Tercer Mundo y la ayuda contra el hambre:

		Total (%)	Lotería Navidad/ El Niño (%)
Total		100,0	100,0
TIPO DE ORGANIZACIONES A LAS QUE HA DONADO	Investigación contra el cáncer	9,4	12,8
	Infancia	7,6	10,6
	Cooperación y desarrollo / ayudas para el Tercer Mundo	8,0	10,5
	Ayuda contra el hambre	7,3	9,8
	Emergencias / Catástrofes	4,3	5,9
	Otras cuestiones relacionadas con la salud	3,2	4,5
	Discapacitados físicos o psíquicos	1,9	2,8
	Derechos humanos	2,2	2,6
	Bienestar animal	1,5	1,9
	Medio ambiente	1,0	1,1
	Investigación sobre SIDA	0,5	0,8
	Investigación para enfermedades del corazón	0,5	0,7
	Otras	9,6	12,5

Qué es AIMC Marcas y cómo se hace

AIMC Marcas publicó su primera edición en el año 2003 y desde entonces se ha convertido en una fuente indiscutible para suministrar amplia información tanto de consumo de marcas y productos, como de actitudes y opiniones en relación con la audiencia de medios. El estudio **AIMC Marcas**, a disposición exclusivamente de los asociados a AIMC, es de periodicidad anual y los resultados se basan en, aproximadamente, 10.000 entrevistas.

Este tipo de estudios combina la información sobre la exposición de la población a los medios de comunicación, sus consumos para una larga lista de productos y marcas, sus estilos de vida y sus actitudes ante el consumo, los propios medios y la sociedad.

Su utilización como instrumento de segmentación y análisis, definición de targets muy precisos, etc., a los efectos de optimizar las estrategias publicitarias y la política comercial de los medios se hace más indispensable cada día.

FICHA TÉCNICA:

La encuesta va dirigida a individuos de 14 o más años residentes en hogares del territorio peninsular español, Islas Baleares y Canarias. Se excluye, por lo tanto, Ceuta y Melilla. La muestra de 2017 es de 10.319 entrevistas y se basa en un cuestionario en papel, con recepción y envío postal, o vía online, en ambos casos auto-administrado.

El estudio es realizado por Kantar TNS, por encargo de AIMC y siguiendo las directrices del Grupo de Trabajo de AIMC Marcas, constituido dentro de AIMC para el desarrollo y el control del proyecto.

El cuestionario recoge información sobre: los medios de comunicación; la ropa, calzado y juguetes infantiles y artículos para puericultura; la alimentación, las bebidas y los productos y artículos para el hogar; el consumo personal; ropa y calzado; el comercio y sus compras; los equipamientos personales y de la casa; los servicios financieros, seguros y el automóvil; viajes, vacaciones, deporte y tiempo libre; el empleo del tiempo; el aseo, la belleza y la salud; el trabajo, los estudios y otras opiniones.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 136 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados. En 2018, la asociación conmemora el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>  