

A collage featuring a young man looking at a smartphone, surrounded by various gambling-related icons and graphics. The collage includes a roulette wheel, playing cards (AA), a bucket of gold coins, a smartphone displaying 'SPORTS BETTING LIVE' with match lists, a hand holding a smartphone, a soccer ball, and various geometric shapes and patterns in blue, green, and orange.

Investiga:  PREVENTIVE  COPREVENTIVE.COM

Pantallas que Atrapan:

Radiografía del juego online en jóvenes chilenos

Apuestas en línea: Una preocupante prevalencia de dos dígitos



de los jóvenes ha realizado **apuestas online** en los últimos 12 meses.



11% de jóvenes de 12 a 17 años ha apostado en los últimos 12 meses.



79%

Son **micro apostadores** (menos de 10.000 clp)

79% apuesta **>\$10.000 clp**

19% entre **\$10.001 y \$30.000 clp**

1.4% entre **\$30.001 y \$60.000 clp**

0.5% más de **\$100.000 clp**

Edad de inicio: Las apuestas se están desplazando hacia la adolescencia.



Se ha eliminado el **umbral** de la mayoría de edad, hoy los nuevos apostadores tienen una edad promedio de:



8° a IV° medio
15,5 años



Educación superior
21,4 años

Los videojuegos se mezclan **cada vez más** con dinámicas de apuesta.



85% de los **jóvenes** juegan videojuegos.



70%

juega al menos 1 vez por semana.



1 de 3

juega 2 horas o más por sesión.



62%

ha hecho gastos dentro del juego. (cajas de botín o "loot boxes", pases de batalla, etc.).



85%

utiliza juegos que contienen **elementos de azar** (ruletas, apertura de sobres, etc.).

RR.SS. y Livestream: La publicidad e influencers normalizan las apuestas digitales entre los jóvenes

98%

usa redes sociales y/o plataformas de livestream.

93%

las usa **4+ días por semana.**

48%

Tiene uso **intensivo** (Más de 2 horas)



92%

ha visto **publicidad de apuestas** en RR.SS. y/o plataformas de livestream.

30%

ha interactuado con esa publicidad en RR.SS. ("Me gusta", compartir, comentar, entre otros).

58%

sigue **influencers** que promocionan apuestas.



¿Quién está detrás de esas pantallas?

El Perfil del Apostador Online



¿HOMBRE O MUJER? La apuesta online es mayoritariamente masculina. Es 2 veces más común en hombres que en mujeres. (OR: 2.17)



¿EDAD? La mayoría se encuentra entre los **25 a 32 años**, donde es **9 veces más frecuente encontrar apostadores en este rango** etario (OR: 9.17)



¿EL ENTORNO IMPORTA? ¡Muchísimo! Conocer a pares que apuestan es un potente factor de riesgo. Aumenta casi 3 veces la probabilidad de que una persona también empiece a apostar. (OR: 2.93)



DE LOS VIDEOJUEGOS A LAS APUESTAS Quienes realizan compras exclusivas en videojuegos (como las "cajas de botín") tienen casi el doble de probabilidades de convertirse en apostadores en línea. (OR: 1.93)



EL PODER DE LA INTERACCIÓN La publicidad es muy efectiva entre los apostadores online. Una persona que interactúa activamente con ella (con clicks o likes, etc.) tiene 2 veces más chances de apostar. (OR: 2.3)



Indice

Antecedentes	6
Resultados del estudio	21
- Capítulo 1: Apuestas	25
- Prevalencias	25
- Hábitos del apostador estudiantil joven	28
- Percepciones	32
- Capítulo 2: Videojuegos	43
- Prevalencia y frecuencia de juego	43
- Hábitos del videojugador estudiantil joven	45
- Capítulo 3: Redes sociales y plataformas de livestream	54
- Capítulo 4: Tendencias asociadas a las apuestas en línea	61
Propuestas	70
Limitaciones del estudio	74
Glosario	77
Bibliografía	82

Estimado lector

Son más de 20 años que llevo trabajando con jóvenes de distintos estratos sociales y realidades culturales. He sido un testigo presencial de los cambios que se están produciendo en la humanidad, gracias a la digitalización y el desarrollo de las tecnologías. Como todo en la vida, significan un progreso sorprendente para la sociedad, pero al mismo tiempo, **un peligro sin precedente** porque en el mundo actual muchos inescrupulosos la ofrecen a nuestros jóvenes como una quimera de un mundo mejor.

En este libro descubrirás una realidad tremenda. Hoy, son miles de cientos, los jóvenes que se ven enfrentados desde muy temprana edad a una pantalla; una que ha sido entregada por quienes más los aman. Quizá por falta de conocimiento, comodidad o desconocimiento respecto del impacto que puede tener en su salud mental, y en su **sano desarrollo futuro**.

No hay más tiempo para esperar, debemos actuar ahora, ¡ya! **Este estudio busca ser y hacer un llamado de atención** a nuestras autoridades para que actúen bajo el mandato que se les ha conferido, cuidando el bien superior que es la niñez.

Las apuestas en menores de edad no son un juego inofensivo como han intentado hacernos creer, pues biológicamente y ante la ley, los niños y adolescentes aún se encuentran en la etapa del desarrollo del pensamiento lógico.

Por ello “Pantallas, que atrapan: radiografía del juego Online en jóvenes chilenos”, es un gran desafío para Chile.

Las decisiones del país deben tomarse con el corazón; economía no puede ser la excusa para descuidar a nuestros niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

Está por verse en qué cree Chile...
Muchas gracias.

Sebastián Errázuriz
Fundador Copreventive,
Actitud Lab, Red Preventiva

Estimado lector

La **Corporación de Juego Responsable (CJR)** presenta el estudio **“Pantallas que atrapan. Radiografía del juego online en jóvenes chilenos”**, investigación que busca aportar evidencia concreta sobre una realidad creciente y preocupante: la exposición temprana de niños, niñas y jóvenes a las plataformas de apuestas y al juego sin control.

Durante más de una década, nuestra Corporación —entidad sin fines de lucro que reúne a especialistas, académicos y representantes de distintos sectores— ha impulsado la promoción, prevención y tratamiento de la ludopatía en Chile. Hemos desarrollado sucesivos **informes de prevalencia (2015, 2018 y 2022)**, campañas de sensibilización y trabajo territorial con comunidades, escuelas y profesionales de la salud.

Gracias a ello, hoy contamos con data para conocer efectos sociales, familiares y económicos del juego problemático y sus nuevas manifestaciones digitales.

En esta entrega conocemos y reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo del conocimiento a través de la medición y **comprensión, basada en la evidencia, del**

vínculo entre el uso de apuestas en línea, los videojuegos y las redes sociales en la población estudiantil, identificando patrones de conducta, factores de riesgo y percepciones sobre el juego, datos que ayudarán a diseñar políticas públicas. Marco que en Chile hoy no existe; la ludopatía es una adicción y un problema que afecta a todos.

"Pantallas que atrapan. Radiografía del juego online en jóvenes chilenos", es una invitación a mirar con seriedad y profundidad un fenómeno que afecta cada vez a más familias chilenas, y una contribución a la construcción de un país más consciente y protegido frente a los riesgos del juego.

Ángela Carmona Alba

Presidenta Corporación de Juego Responsable



CJR CORPORACIÓN DE
JUEGO RESPONSABLE

corporacionjuegoresponsable.cl

Resumen Ejecutivo

¿En qué estamos en Chile?

Vivimos en una era en la que la tecnología transforma todo: desde cómo trabajamos hasta cómo nos entretenemos.

Las plataformas digitales han cambiado radicalmente la forma en que las personas interactúan con el juego y las apuestas, abriendo nuevas posibilidades, pero también nuevos riesgos.

En Chile, ese cambio llegó más rápido que la ley. Mientras el entorno digital avanza a gran velocidad, el marco normativo vigente en materia de juegos de azar se ha mantenido prácticamente sin modificaciones durante décadas.

En nuestro país, hoy no está permitido apostar libremente, y no porque no queramos entretenernos, sino porque así lo establece la ley: toda forma de juego de azar está prohibida, salvo que una norma expresa lo permita. Ese principio ha dado forma a una industria regulada, transparente y con rendición de cuentas. En la actualidad, solo cuatro actores pueden operar legalmente: Polla Chilena de Beneficencia,

Lotería de Concepción, la hípica nacional y los casinos autorizados por el Estado. Todos ellos tributan en el país, financian políticas públicas y se encuentran bajo supervisión estatal.

Pero, como ha ocurrido en otros países alrededor del mundo, **la irrupción de las plataformas digitales de apuestas transformó el escenario** sin que existiera una regulación que acompañara ese cambio. En pocos años, Chile pasó de tener un sistema de juego controlado a convivir con cientos de sitios de apuestas en línea que operan mayoritariamente desde el extranjero, sin autorización local, sin fiscalización ni barreras de acceso para menores. Estas marcas se promocionan masivamente en redes sociales, transmisiones deportivas y camisetas de clubes, moldeando una cultura donde apostar parece parte del entretenimiento cotidiano.

Resumen Ejecutivo

Los datos del presente estudio nos revelan una realidad preocupante, a la vez que la justicia se pronuncia sobre esta actividad. Dos fallos recientes (2023 y 2025) de la Corte Suprema reafirmaron que estas plataformas no tienen reconocimiento legal en Chile y ordenaron a los proveedores de internet bloquear su señal. Ambas resoluciones son contundentes: las apuestas online son ilegales. Sin embargo, **la desconexión entre norma y práctica ha dejado un vacío que se traduce en exposición temprana, desprotección de menores y un ecosistema publicitario sin control.**

Por ello, el proyecto de ley que actualmente se discute en el Congreso Nacional y que busca regular las plataformas de apuestas online (Boletín N° 14.838-03) representa una oportunidad histórica para corregir esta asimetría. Pero no se trata de blanquear a quienes han operado al margen de la ley, sino de construir una regulación moderna, que proteja a la infancia, resguarde la integridad del deporte y garantice un mercado trazable, con fiscalización efectiva y estándares de responsabilidad social. Regular no es premiar; es ordenar, proteger y establecer las condiciones mínimas de responsabilidad para una actividad que ya está presente en el país.

Además de un marco legal claro, **el país requiere estrategias concretas de prevención:** campañas de alfabetización mediática, mecanismos de verificación robusta de edad y restricciones a la publicidad de apuestas en entornos frecuentados por menores. La aplicación de estas medidas busca retardar el primer contacto con el juego online y proteger a las nuevas generaciones frente a una forma de consumo cada vez más accesible, agresiva y persistente.

El desafío regulatorio es complejo, pero la oportunidad es clara. **Chile tiene hoy la posibilidad de cerrar una etapa de informalidad y abrir una nueva fase de modernización institucional,** donde el mundo físico y digital puedan convivir bajo principios de legalidad, responsabilidad y protección efectiva a las personas. Esa es la invitación de este estudio, y también el llamado a la acción.

Antecedentes



Un Nuevo Desafío de Salud Pública

Adicciones de comportamiento

Son **hábitos que proporcionan placer o alivio** y que, al repetirse, generan dependencia con afectación psíquica, relacional y social.

El Impacto de la Era Digital

La masificación de internet (aproximadamente 63% de la población mundial en 2021) y el uso ubicuo de smartphones han dado lugar a **nuevas formas de adicción.**



Ludopatía



Uso problemático de Redes Sociales

(RR.SS. desde ahora en adelante)



Uso problemático de Videojuegos

Estos tres comportamientos son particularmente **preocupantes por su capacidad de afectar a diferentes grupos poblacionales.**



Contexto específico en Chile

• Marco Legal

Código Civil: Prohíbe los juegos de azar no regulados, y su explotación comercial es considerada un delito, esto incluye a las plataformas online.

Regla General: Cualquier juego de azar es ilícito si no cuenta con una habilitación legal específica, la cual no existe para plataformas online.

¿Quiénes pueden operar juegos legales en Chile?

- **Polla Chilena de Beneficiencia** (Decreto de Ley N° 1.298)
- **Lotería de Concepción** (Ley N° 18.568)
- **Casinos con licencia estatal** (Ley N° 19.995)
- **Hipódromos** (bajo leyes especiales)

(Si no estás autorizado por ley, **estás infringiendo la ley**)

• Realidad práctica

Operatividad: Se estima que más de 900 sitios web de apuestas ofrecen sus servicios a jugadores dentro del país.

Intento de Regulación: Un proyecto de ley (Boletín 14.838-03) ingresó en marzo de 2022 para regular la industria, pero a la fecha sigue en tramitación.



Propósito del estudio

- **Objetivo General**

Analizar los hábitos y la percepción del uso de apuestas en línea entre jóvenes estudiantes (desde 8° básico hasta educación superior) en Chile durante el año 2025, considerando además, su relación con el uso de videojuegos y RR.SS.

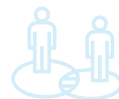


Objetivos específicos



1.

Caracterizar los **hábitos de uso de apuestas online**, videojuegos y RR.SS. en estudiantes chilenos.



3.

Comparar los hábitos y percepciones según variables demográficas clave como género y edad.



5.

Proponer estrategias de prevención y educación digital basadas en los hallazgos del estudio.



2.

Analizar la **percepción de los jóvenes sobre las apuestas en línea** y la influencia de videojuegos y RR.SS. en su normalización.



4.

Establecer la relación entre la dedicación de tiempo y frecuencia en apuestas, y su interacción con el uso de videojuegos y RR.SS.



Justificación y relevancia

¿Por qué es importante este estudio?



Salud Pública •

Responde al desafío creciente que las adicciones de comportamiento representan para la salud pública, especialmente en jóvenes.



Bases para el futuro •

Pretende servir como base para futuras investigaciones más profundas sobre adicciones de comportamiento.



• Vacío de información

Aborda la escasez de investigaciones y datos sobre la temática en el contexto chileno.



• Sensibilización

Busca generar conciencia en la sociedad, la educación y las políticas públicas para fomentar el uso responsable de la tecnología.

Prevalencia (estimada) de juego por región a nivel mundial



Australasia

Prevalencia del Gambling
Adultos, 70.0%
Adolescentes, 9.4%

Estudios revisados:
Adultos, **33**
Adolescentes, **3**



Medio Oriente

Prevalencia del Gambling
Adultos, 45.4%
Adolescentes, N/A

Estudios revisados:
Adultos, **1**
Adolescentes, **N/A**



Asia Oriental y Sudoriental

Prevalencia del Gambling
Adultos, 49.0%
Adolescentes, 10.9%

Estudios revisados:
Adultos, **9**
Adolescentes, **3**



África

Prevalencia del Gambling
Adultos, N/A
Adolescentes, 18.9%

Estudios revisados:
Adultos, **N/A**
Adolescentes, **1**



Europa Oriental

Prevalencia del Gambling
Adultos, 41.3%
Adolescentes, 41.3%

Estudios revisados:
Adultos, **14**
Adolescentes, **32**



Latinoamérica

Prevalencia del Gambling
Adultos, 31.7%
Adolescentes, N/A

Estudios revisados:
Adultos, **2**
Adolescentes, **N/A**



Europa Occidental

Prevalencia del Gambling
Adultos, 49.0%
Adolescentes, 26.6%

Estudios revisados:
Adultos, **69**
Adolescentes, **77**



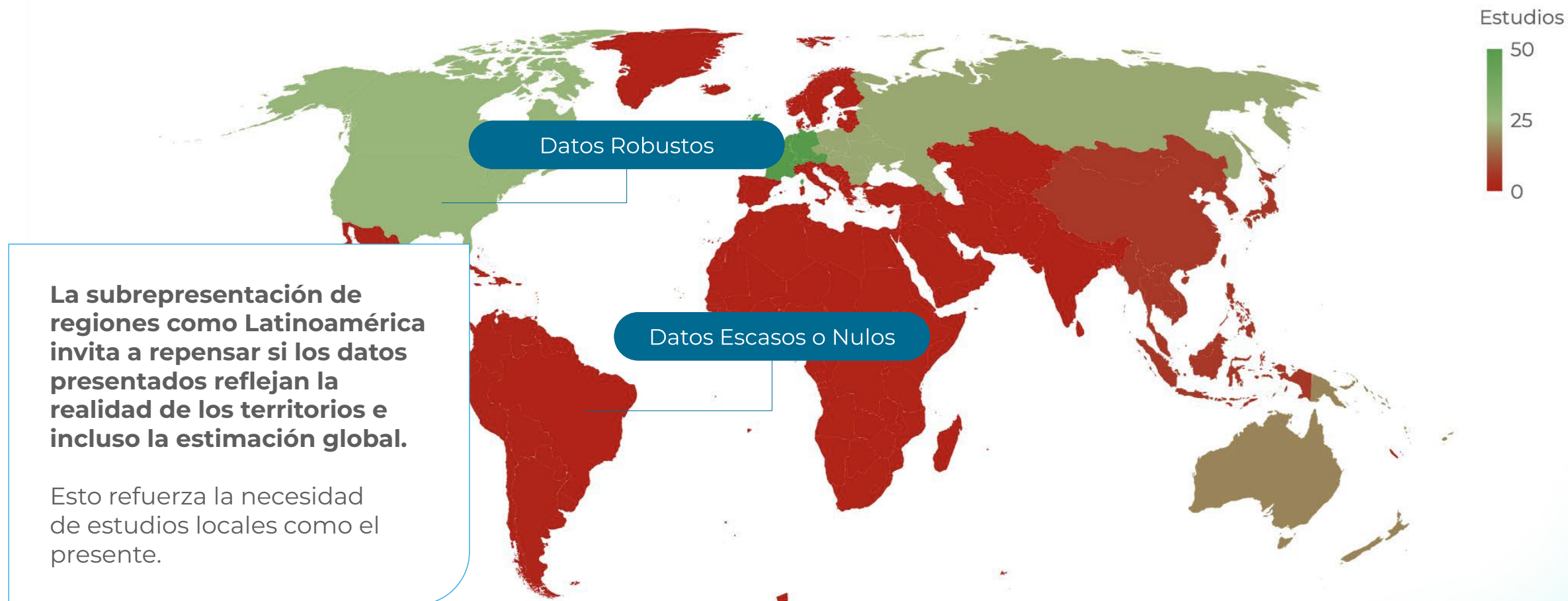
Norteamérica

Prevalencia del Gambling
Adultos, 61.3%
Adolescentes, 33.7%

Estudios revisados:
Adultos, **38**
Adolescentes, **13**

La gran laguna de datos

Análisis de la Evidencia Existente



Antecedentes: la industria global del gambling

Adherentes al gambling

El fenómeno del gambling se ha convertido en una mega industria con millones de adherentes.



Confinamiento por COVID-19

El confinamiento por COVID-19 generó un auge sin precedentes en el gambling online (iGaming).

Riesgo para consumidores

En entornos no regulados, aumenta la exposición a pérdidas económicas rápidas, falta de protección al jugador y, en el peor de los casos, a fraudes y operaciones ilícitas.



PÉRDIDAS
700.000mill
de dólares para 2028.

(Estimación contempla solamente industrias reguladas, tanto presencial como online. Pueden estar sujetas a subestimación)



El mercado de iGaming en cifras

Valor del Mercado
(finales 2023):

\$85.620
millones USD

**Tasa de Crecimiento
Anual Compuesta
cercana a un 19%.**

Proyección 2034:
Podría expandirse
hasta los

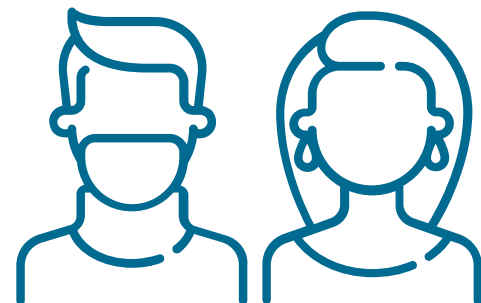
\$257.000
millones USD

En grandes regiones, **opera sin regulación**, lo que crea un enorme desafío para estimar su valor de mercado real.

MERCADO DE iGAMING

La falta de supervisión implica que los operadores con licencia extranjera (offshore) no reportan ingresos. Esto oculta una gran parte del capital en el mercado gris (operaciones toleradas, pero no licenciadas localmente) y el mercado negro (operaciones explícitamente ilegales). Por ello, el valor económico debe basarse en complejas inferencias (tráfico web, encuestas), dejando una porción significativa del capital en la "zona gris y negra" e invisible para las estadísticas oficiales.

El mercado de iGaming en cifras



POBLACIÓN

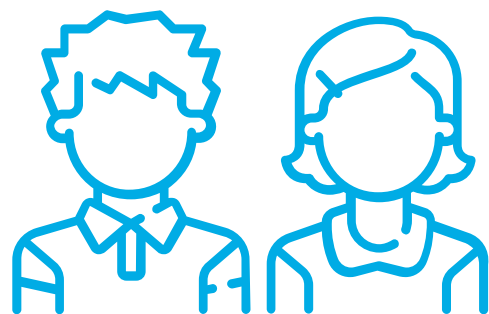
ADULTA

(>18 AÑOS)



participó en juegos de azar en los
últimos 12 meses.

Esto se traduce en aproximadamente
2.300 millones de personas.



POBLACIÓN

ADOLESCENTE

(>18 AÑOS)



Cerca del

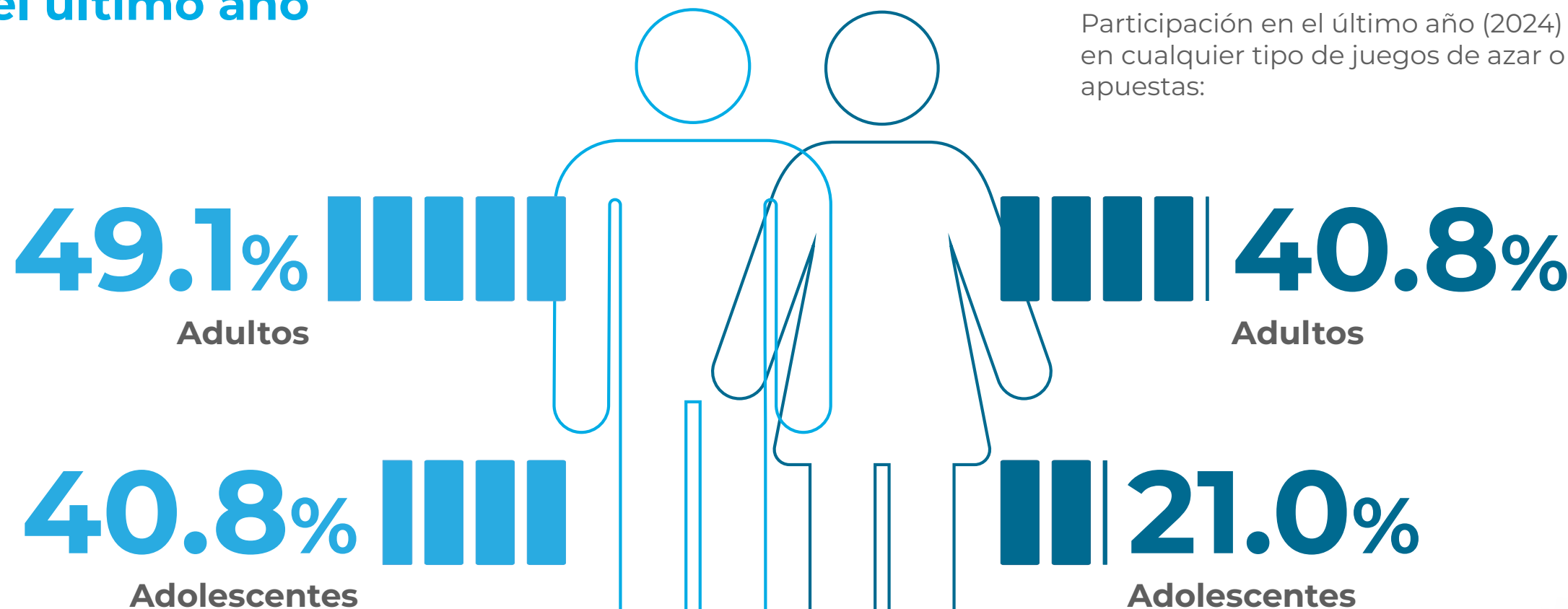
18.0%

ha jugado en los últimos 12 meses.

La **exposición temprana** al juego tiende a normalizar dicha conducta y aumentar considerablemente el riesgo a problemas futuros.

Distribución de género de jugadores en el último año

Participación en el último año (2024) en cualquier tipo de juegos de azar o apuestas:



La adicción al juego es de **1.5 a 3.4 veces más común en hombres** que en mujeres.

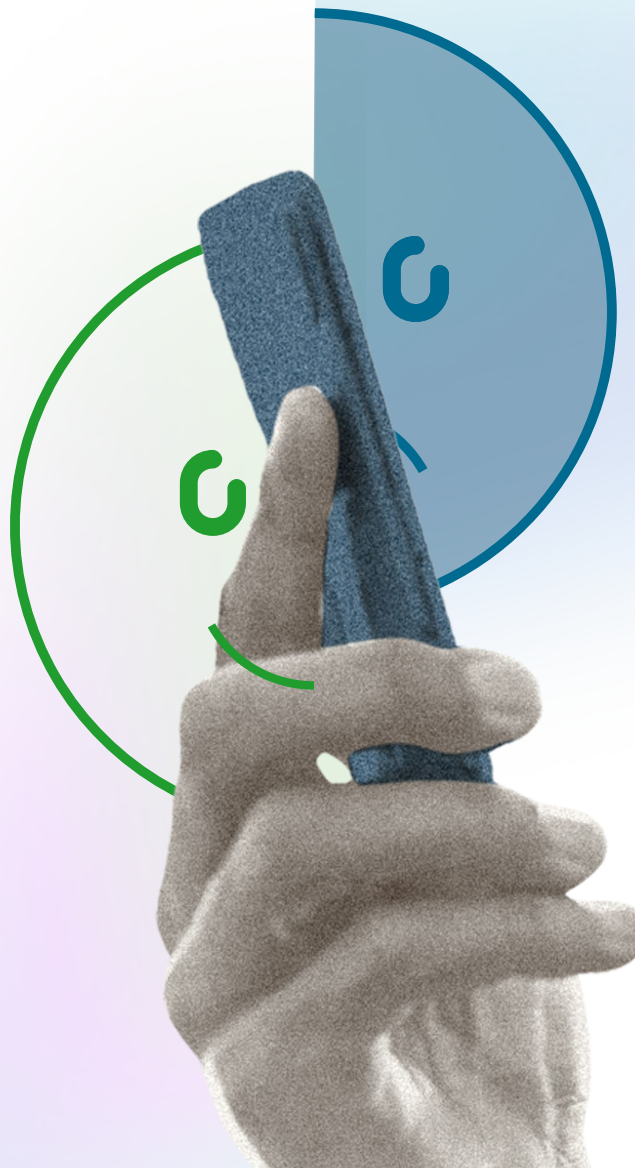
La dualidad de RR.SS. y videojuegos

El Rol de las Nuevas Tecnologías en la Juventud



Beneficios

- Desarrollo de habilidades cognitivas.
- Facilitación de la comunicación y conexión social.
- Apertura a nuevas vías de aprendizaje y alfabetización digital.



Riesgos

- Asociación en alza con riesgos significativos en salud mental y bienestar.
- Manifestación de comportamientos adictivos complejos.

Impacto de las RR.SS. en jóvenes

Uso Problemático vs. Tiempo de Uso

No es solo cuánto tiempo se pasa, sino cómo.

Correlación con salud

- **Mental**

A medida que aumenta el uso problemático de redes sociales tiende a aumentar:

- **Ansiedad**

Coeficiente de correlación $r=0.348$

- **Depresión**

Coeficiente de correlación $r=0.273$

- **Estrés**

Coeficiente de correlación $r=0.273$



Uso Problemático de RR.SS.

Mecanismos psicológicos

- **Comparación**

- **Social Ascendente**

- Compararse con otros que se perciben como superiores.
 - FOMO (Fear Of Missing Out): Alimenta la ansiedad y el deterioro de habilidades sociales.

Impacto en la identidad

- La búsqueda de validación puede generar sentimientos de insuficiencia, inseguridad y baja autoestima.

El mundo de los videojuegos

Un Arma de Doble Filo

El mecanismo de inmersión placentera puede conducir a un uso excesivo y potencial adicción.

Correlación con salud

- El "**Trastorno por Videojuegos**" está incluido en la clasificación de la OMS y en estudio en el DSM-5.



Uso Problemático de videojuegos

Mecanismos psicológicos

- **Correlación negativa con el rendimiento académico.**
- Riesgos para la salud: sedentarismo, obesidad, trastornos del sueño y **mayor riesgo de adicción a las apuestas.**

Impacto en la identidad

- Los juegos multijugador en línea (MMO) se asocian a mayor riesgo.
- **La falta de supervisión y control parental está relacionada con un mayor uso problemático.**

Resultados del estudio



Generalidades del estudio

Nombre del Estudio	Pantallas que atrapan: Radiografía del juego online en jóvenes estudiantes de Chile.
Objetivo General	Conocer los hábitos y la percepción del uso de apuestas en línea entre jóvenes estudiantes (8° básico a Ed. Superior) en Chile durante 2025, y su relación con el uso de videojuegos y redes sociales.
Mandante	Corporación de Juego Responsable
Realizador	Copreventive - Actitud Lab
Fecha de Trabajo de Campo	Agosto - Septiembre 2025
Universo	Jóvenes estudiantes de 8° básico a Educación Superior residentes en Chile (12 a 32 años).
Tamaño Muestral	1.522 casos (Muestra Efectiva Ponderada). (Muestra total recolectada: 2.097 casos).
Tipo de Muestreo	No probabilístico.
Técnica de Recolección	Encuesta online autoadministrada.
Instrumento	Cuestionario estructurado online.
Duración Promedio	12 a 15 minutos.
Ponderación	La muestra fue ponderada según variables de Género, Tramo de Edad y Nivel Socioeconómico (NSE) con el fin de proyectar resultados poblacionales.
Error Muestral	Se presenta el error muestral máximo teórico como referencia, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple, máxima varianza ($p=50\%$, $q=50\%$) y un nivel de confianza del 95%. El error es de $\pm 2.51\%$ sobre la muestra efectiva.
Software de Análisis	RStudio

Errores muestrales

Para estimar la precisión de los resultados, se calculó el error muestral máximo teórico, bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple y máxima varianza (p=50%, q=50%). **Con un 95% de nivel de confianza, el margen de error para las estimaciones sobre el total de la muestra es de ±2.51%.** La Tabla detalla los errores muestrales para los principales subgrupos de análisis.

Tabla de Errores Muestrales Máximos

Segmentos	Tamaño Muestral	Error Muestral Máximo (*)
Total de la Muestra		
Total	1522	2.51%
Sexo		
Femenino	781	3.51%
Masculino	741	4.91%
NSE		
ABC1ab	542	4.21%
C2	331	5.39%
C3	287	5.78%
D/E	362	5.15%
Edad		
12 - 17	985	3.12%
18 - 24	432	4.72%
25 - 32	105	9.56%

(*) Calculado bajo supuesto de aleatoriedad simple y varianza máxima



Perfil de ponderación

Se aplicó ponderación estadística utilizando tres variables clave: género, tramos de edad y nivel socioeconómico. Estos cálculos se basaron en datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Asociación de Investigadores de Mercado y Opinión Pública de Chile (AIM). La tabla adjunta muestra los porcentajes de la muestra original, la población objetivo y los resultados tras la aplicación de la ponderación.

Perfil de Ponderación de la Muestra en Porcentaje

Comparación de distribuciones sociodemográficas			
Categoría	Muestra Original	Población (Objetivo)	Muestra Ponderada
Sexo			
Femenino	51.3	50.7	50.6
Masculino	48.7	49.3	49.4
NSE			
ABC1ab	35.6	19.0	19.0
C2	21.7	15.0	15.0
C3	18.9	29.0	29.0
D/E	23.8	37.0	37.0
Edad			
12 - 17	64.7	25.5	25.5
18 - 24	28.4	34.0	34.0
25 - 32	6.9	40.5	40.5



Apuestas Prevalencias



Prevalencia de apuestas alguna vez en la vida (Presencial u online)



58% de los jóvenes estudiantes de 12 a 32 años **han apostado alguna vez en su vida.**

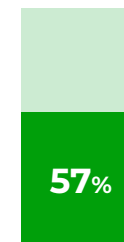
A medida que **aumenta la edad**, también **crece la prevalencia** de apuestas:



Entre 12-17 años



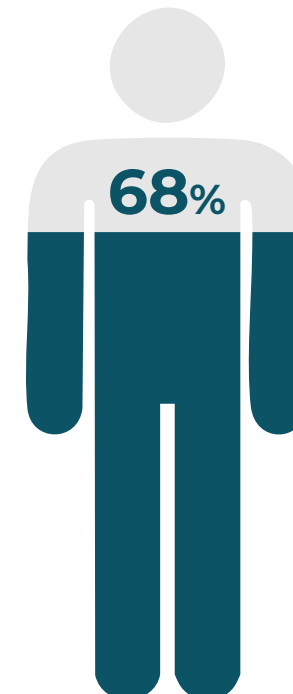
Entre 18-24 años



Mujeres



Hombres



Existe una clara diferencia por género:
El **68%** de los hombres ha apostado alguna vez en su vida, frente al 49% de las mujeres.

(No existen diferencias significativas en cuanto a la distribución por Nivel Socioeconómico)

Prevalencia de apuestas en línea



36%

de las personas **ha apostado online alguna vez**, mientras que 64% nunca lo ha hecho.

En el **último año** (12 meses)



1 de 4 declaró **haber apostado online (26%)**.

Existe una clara diferencia por género:

Los hombres tienden a apostar más que las mujeres. Durante los últimos 12 meses, el 40% de los hombres declara haber apostado online, mientras que tan solo lo hace el 13% de las mujeres.

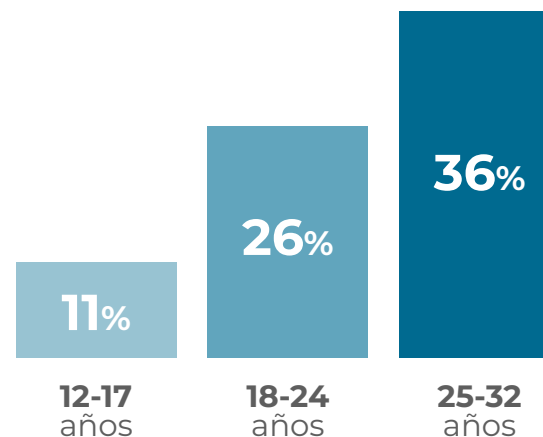
Las apuestas online ya no son un fenómeno post-majoría de edad. **La evidencia muestra que la puerta de entrada se ha desplazado a la adolescencia**, con un promedio de inicio de 15,5 años.



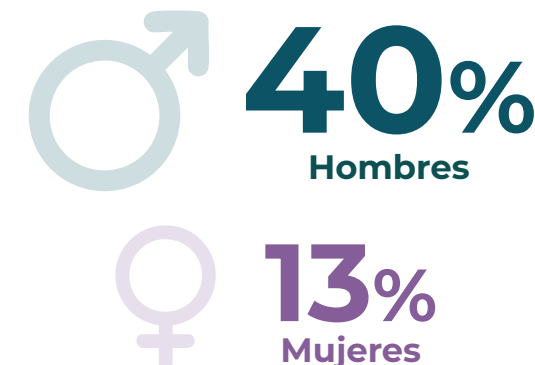
8° a IV° medio
15,5 años



Educación superior
21,4 años



A medida que **aumenta la edad**, también **crece la prevalencia** de apuestas en línea durante el último año.



Apuestas

Hábitos del apostador estudiantil joven



Frecuencia de juego, cantidades apostadas y tiempo de sesión típica



de los apostadores, lo hacen al menos **una vez por semana**.



CLP (Peso chileno)

Menos de \$10.000 clp (79%)

Entre \$10.001 y \$30.000 clp (19%)

Entre \$30.001 y \$60.000 clp (1.4%)

Más de \$100.000 clp (0.5%)

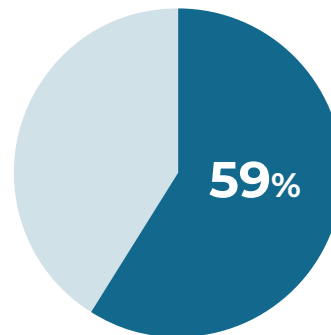
Existen **diferencias significativas** en cuanto a cantidad apostada por **Nivel Socioeconómico**.

Los grupos socioeconómicos que **tienden a realizar apuestas más arriesgadas** o de mayor monto son el **C2**, y el **C3**.

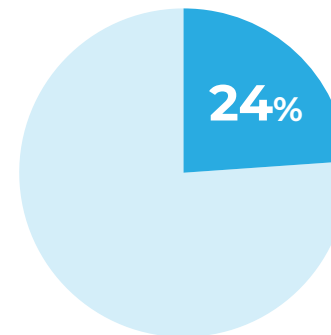


La mayoría de las sesiones de apuestas online son breves: el 59% dura menos de 15 minutos, asociándose principalmente con los microapostadores.

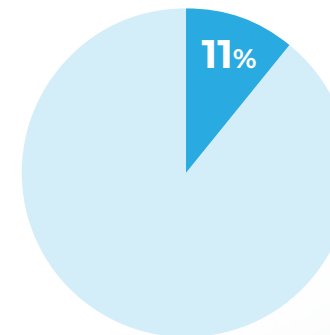
Menos de 15 minutos



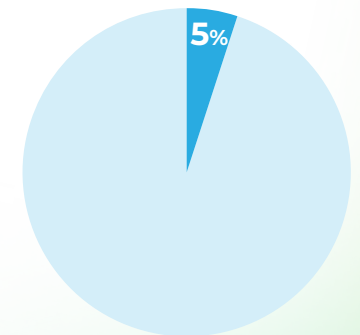
Entre 15-30 minutos



Entre 30 minutos y 1 hora



Más de 1 hora



(No existen diferencias significativas entre grupos).

Motivaciones para apostar en Línea

Las **principales motivaciones** de la población estudiantil **para iniciar apuestas online** son:



53%

Ganar dinero



36%

Aburrimiento



33%

Curiosidad

Aunque en la población total las motivaciones de influencia social (0,4%) y escapar de los problemas (0,5%) presentan porcentajes muy bajos, estas razones **adquieren mayor relevancia en el grupo de estudiantes de 12 a 17 años**, siendo **prácticamente exclusivas** de este rango etario.

Dentro del grupo de apostadores de 12 a 17 años:



2.8%

Influencia social



3.6%

Escapar de los problemas



41%

La **curiosidad** es la **principal motivación para el género femenino**, mientras que en los hombres alcanza un 26%.

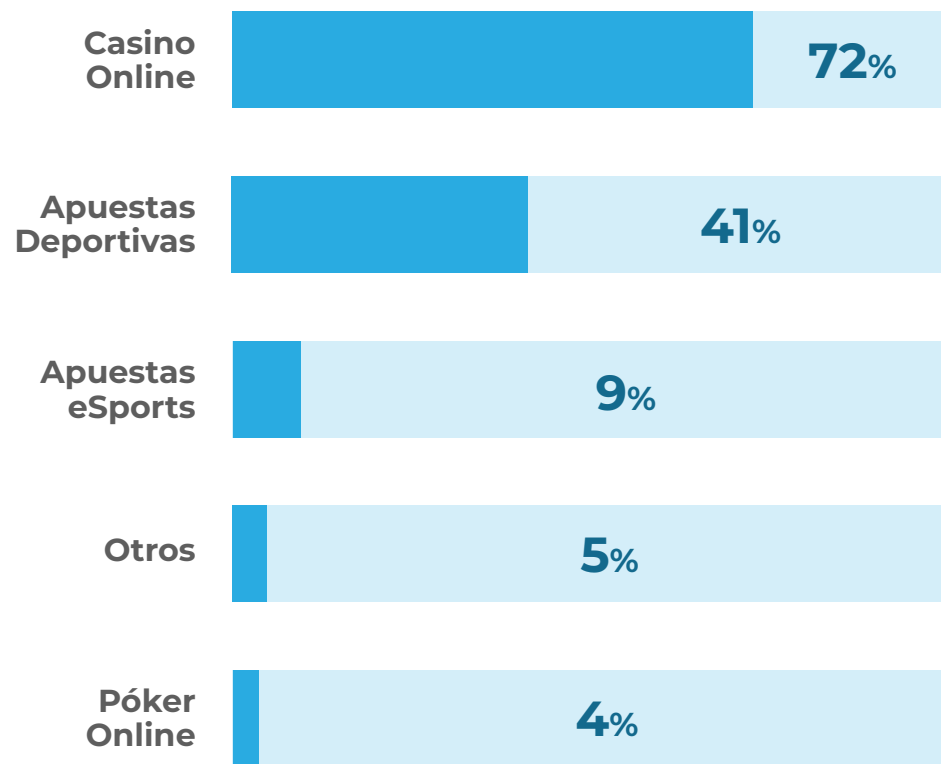


46%

El **aburrimiento** es la **principal motivación para el género masculino**, mientras que en las mujeres alcanza un 18%.

Ganar dinero es una **motivación transversal**, sin diferencias significativas entre ambos géneros (Mujeres 47%, Hombres 55%).

Actividad en plataformas utilizadas para apostar



Las plataformas más utilizadas fueron mencionadas por los participantes de manera abierta. Por tratarse de una pregunta de respuesta libre, no se asignaron porcentajes ni se estableció un orden específico entre las menciones.

Betano (Sin duda la más mencionada), 1xBet, Jugabet, Coolbet, MiCasino, Stake y 1Win.



53%

de los hombres que apuestan, lo hace en **plataformas deportivas online**, en contraste con el 18% de las mujeres.



86%

de las mujeres que apuestan, lo hace en **casinos online**, en contraste con el 66% de los hombres.

El uso de plataformas de apuestas como póker online y plataformas emergentes, muestran una **diferencia significativa por rango etario**, ya que **a mayor edad tienden a utilizarlas con menor frecuencia**.



Póker Online

10%

12-17 años

6%

18-24 años

1%

25-32 años



Otros

14%

12-17 años

8%

18-24 años

1%

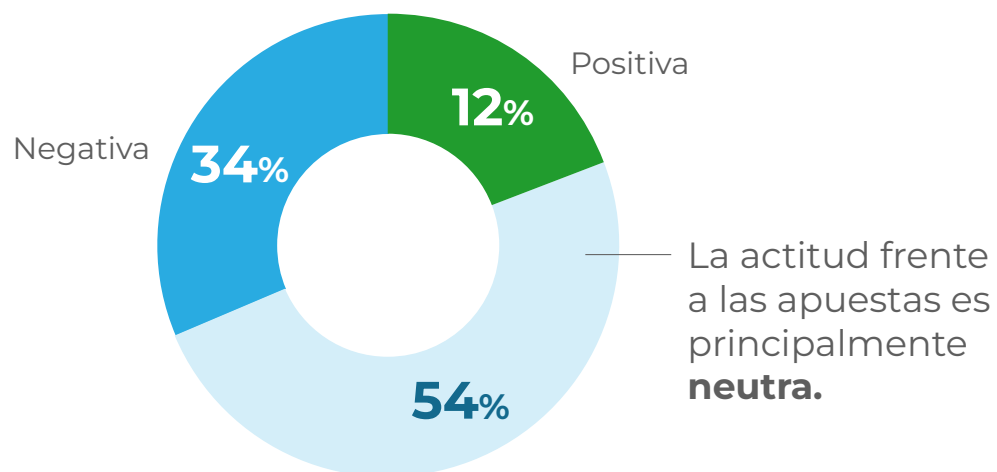
25-32 años

Apuestas

Percepciones



Actitud frente a las apuestas



de los estudiantes de **8° a IV° medio** muestran una **actitud mayoritariamente neutra o positiva** frente a las apuestas.

Lo que puede indicar una **normalización del hábito** y/o conducta de juego dentro de este grupo.

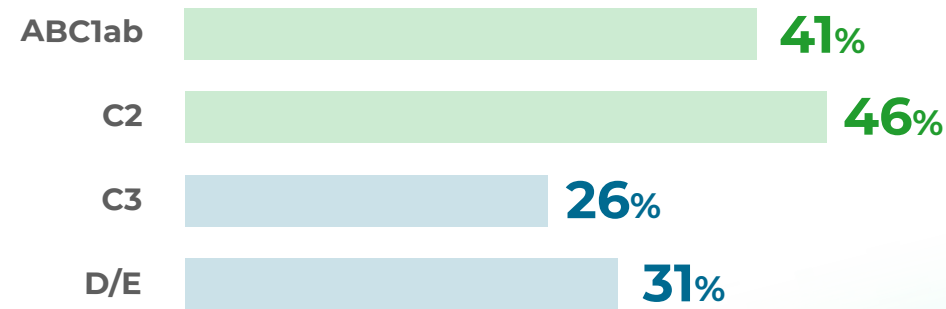


Los hombres tienden a tener una **actitud positiva** en mayor medida que la mujer. Lo que podría explicar su mayor prevalencia de apuestas.



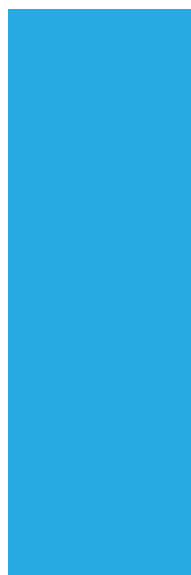
En este caso si **existen diferencias significativas** en cuanto a la **distribución por Nivel Socioeconómico**. Los grupos **D/E** y **C3** tienden a tener una **actitud más flexible** en torno a las apuestas online. Mientras que el grupo **ABC1ab** y **C2** tienen una **actitud más severa**.

Porcentajes de actitud negativa por Nivel Socioeconómico



Percepción de Riesgo

69%



Percepción de Riesgo Alta

Existe una **alta conciencia respecto a los riesgos** que implica apostar online.

19%



Percepción de Riesgo Moderada

12%



Percepción de Riesgo Baja

(No existen diferencias significativas por género y por nivel socio económico (NSE), los datos se distribuyen de manera similar a los generales).

A menor edad, menos riesgo perciben en las apuestas.

A medida que aumenta la edad, crece también la conciencia sobre sus consecuencias.



12-17 años



25-32 años



Percepción de riesgo **ALTO**

57%



Percepción de riesgo **BAJO**

17%

77%

6%



Entorno social y apuestas

63%

de las personas **conoce a alguien que apuesta online.**

A medida que **aumenta la edad**, más se tiende a conocer personas que **apuestan en línea.**

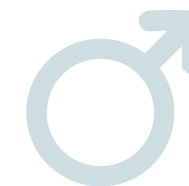


47%
12-17 años



69%
25-32 años

A mayor edad, mayor es la seguridad de que el **entorno social influye** en el interés de apostar.



71%

de los **hombres** conocen a alguien que **apueste en línea.** En comparación al 55% de las mujeres.

A **mayor nivel socioeconómico**, **mayor es la percepción** sobre la influencia social en las apuestas.

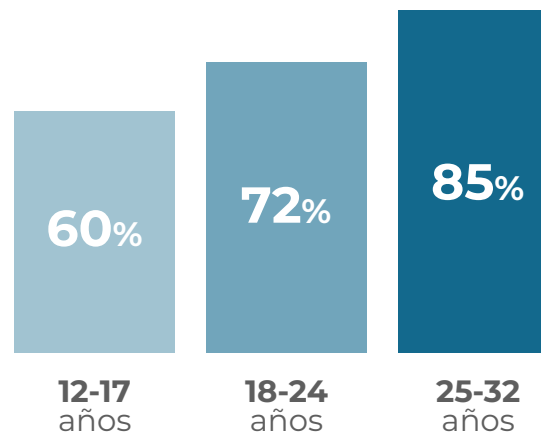
82%



de las personas que pertenecen al grupo **ABC1ab** creen que el **entorno social influye** en las apuestas.



3 de 4 personas creen que el **entorno social influye** en las apuestas online (74%).



Entorno social y apuestas



57%

de los padres/tutores de estudiantes de **8° a IV° medio** saben completamente que sus hijos apuestan.

Esto indica que el apostar es una **actitud completamente normalizada** en nuestra sociedad.

Frecuencia con que amigos invitan a apostar.



Alta 16%
Moderada 28%

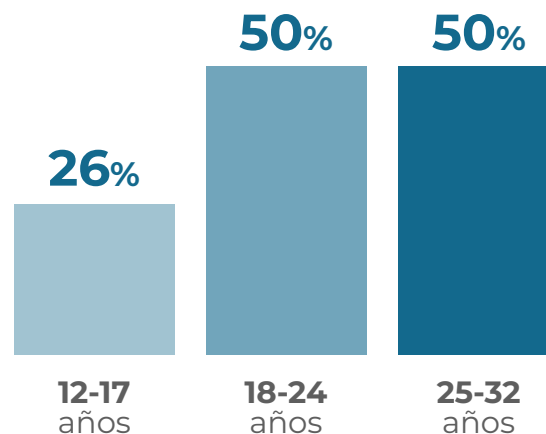
44%



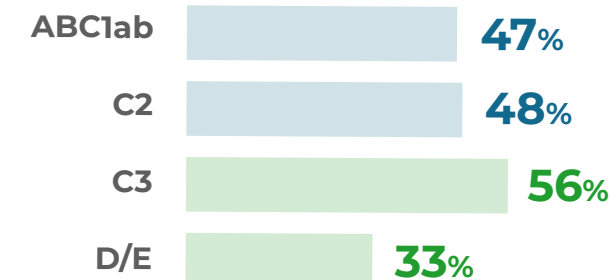
Baja 26%
Nula 30%

56%

Las personas del grupo de **12 a 17 años** son invitadas a apostar por cercanos en menor frecuencia que las de los otros grupos.



Las personas del grupo **D/E** suelen ser invitadas de forma **menos frecuente** que las de otros grupos. Mientras que las del grupo **C3** suelen serlo más.



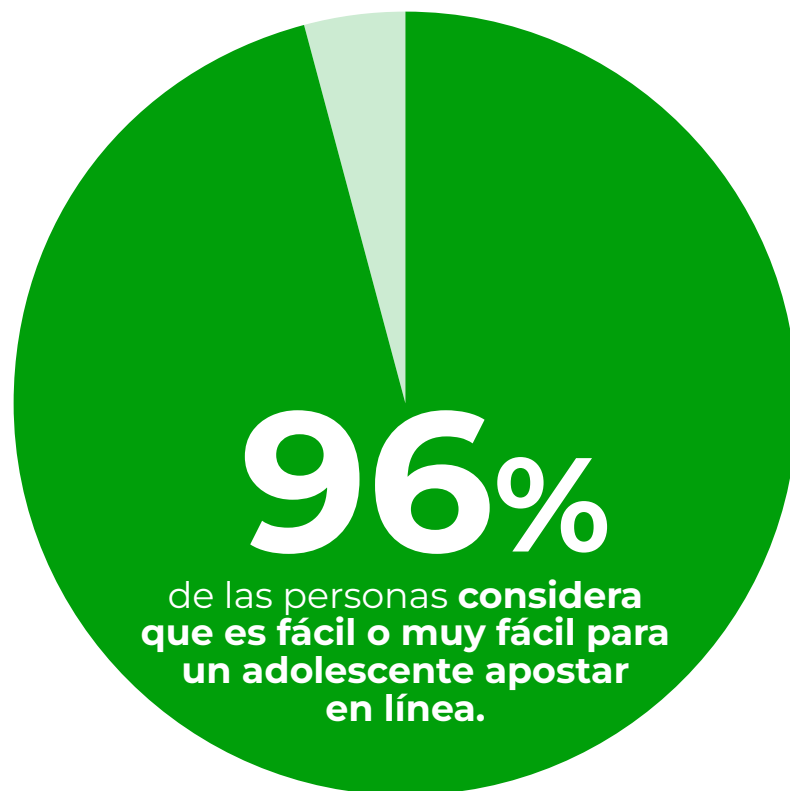
(Frecuencia alta/moderada)



6 de 10

hombres son invitados a apostar, frente a 3 de cada 10 mujeres.

Facilidad de acceso a apuestas online para adolescentes



72%



Percepción
de Riesgo
Alta



Existe una **alta creencia** de que el comenzar a **apostar en línea a edades tempranas** puede generar adicción.

6%



Percepción
de Riesgo
Baja

Los **hombres** tienden a ser **más dubitativos respecto al riesgo de adicción** por inicio temprano que las mujeres.



66%
Hombres

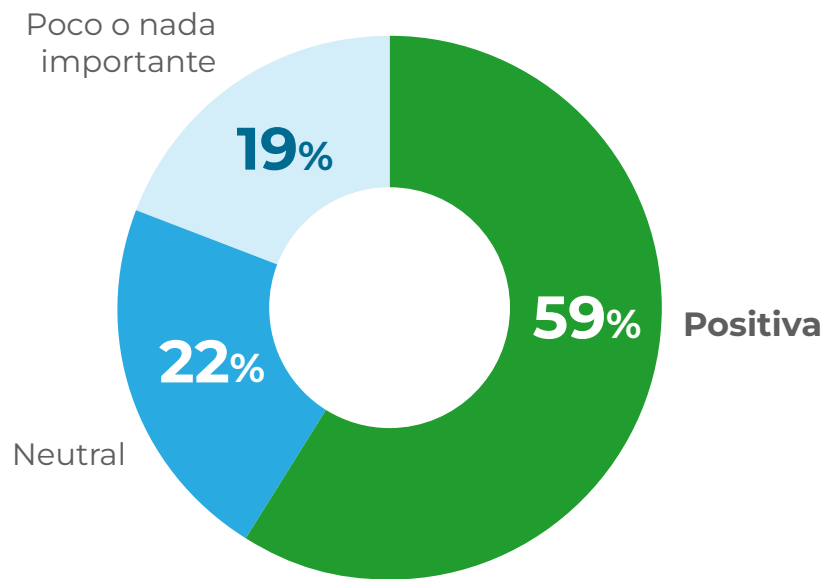


78%
Mujeres

A pesar de la alta percepción de riesgo en ambos grupos, **las mujeres la perciben en mayor medida** que los hombres.



Percepción sobre prevención de problemas con apuestas



Existe una **alta valorización** de la **importancia de los establecimientos educativos** en la prevención de problemas.



A menor edad menos importantes se consideran los establecimientos educativos en la prevención de problemas con apuestas.

12-17 años

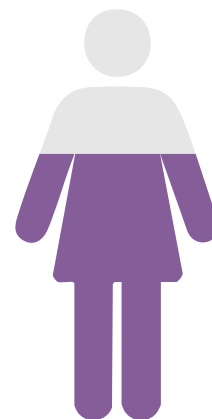
47%

18-24 años

60%

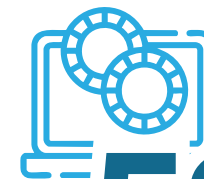
25-32 años

67%



65%

de las **mujeres** le dan importancia al rol preventivo de la escuela en temas de apuesta, cifra que es menor en los hombres (53%).



59%

cree que las plataformas **no se preocupan por prevención**, sino que les importa solamente su propio beneficio económico.



22%

cree que solo realizan **acciones preventivas por cumplimiento normativo**.

Resumen del capítulo

Una actividad normalizada

Normalización y prevalencia en aumento

- ✓ La **alta prevalencia en apuestas**, 36% online alguna vez en la vida, evidencia que el fenómeno no es un comportamiento de grupos específicos, sino una **actividad normalizada en la cultura juvenil**. El aumento exponencial con la edad es un indicador clave, ya que sugiere una trayectoria de iniciación temprana que se consolida en la adultez joven.

La brecha de género

- ✓ Más que una simple estadística, nuestros resultados reflejan una **mayor vulnerabilidad de los hombres hacia el juego**. El hecho de que la tasa de participación de este grupo duplique la de las mujeres revela un **foco alarmante sobre factores culturales** que exponen más al género masculino que femenino.



Resumen del capítulo

El engaño del “microapostador”

- ✓ El perfil obtenido del “microapostador”, un **patrón claro de apuestas de bajo monto y corta duración**, puede ser engañoso. La problemática radica en que **reduce la percepción de riesgo y la barrera de entrada**, facilitando así la aparición de hábitos que si bien suelen ser inofensivos, son **fácilmente escalables hacia conductas problemáticas mediante la repetición**.

El azar inmediato

- ✓ Los apostadores en línea muestran una **clara preferencia por los casinos online** (72%), inclinándose por consecuencia, por elementos como tragamonedas, blackjack y ruletas. Esta inclinación sugiere un **gusto por los juegos de azar clásicos y la gratificación instantánea**, un aspecto muy relevante y preocupante, dado que este tipo de juegos se asocia con un mayor potencial adictivo.



Motores psicosociales y prevención deficiente

Motivaciones de alto riesgo

- ✓ El 53% de los jugadores en línea se ve motivado principalmente por la **ganancia económica**. Este es un punto de preocupación significativo, dado que más de la mitad de los apostadores en línea vincula el juego a una solución financiera. Esta perspectiva puede derivar en un **comportamiento de riesgo caracterizado por la persecución de las pérdidas**, que básicamente se refiere a seguir apostando para recuperar lo perdido.

Contradicciones

- ✓ Aunque la mayoría reconoce el alto riesgo de las apuestas (69%), la actitud predominante es de neutralidad (54%). Esta disonancia sugiere que, si bien el peligro se comprende racionalmente, **se ha normalizado a nivel conductual** minimizando sus consecuencias reales, especialmente entre los hombres y los estudiantes más jóvenes.



Resumen del capítulo

Un entorno que fomenta el juego

- ✓ Las apuestas online operan dentro un ecosistema que lo valida y promueve activamente.
3 de cada 4 personas creen que el entorno influye, y que el 63% conozca a otros apostadores lo confirma.

Desconfianza

- ✓ La percepción generalizada de que a las plataformas solo les interesa su beneficio económico (59%) revela una **barrera de confianza profunda para cualquier iniciativa de "juego responsable" que provenga de la industria.** Esto posiciona a los establecimientos educativos como un actor clave y más confiable para liderar la prevención.



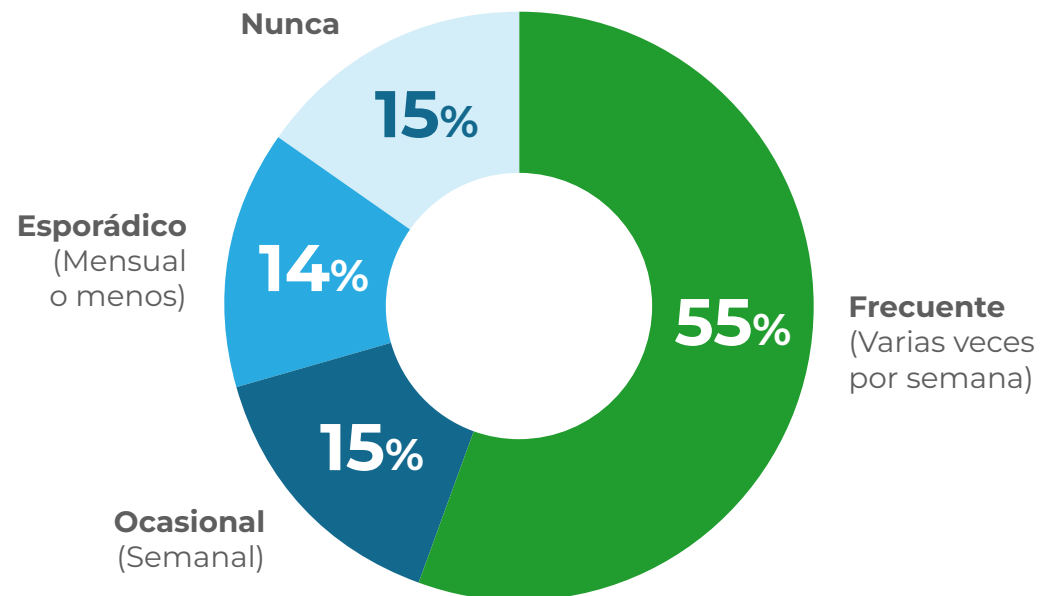
Videojuegos

Prevalencia y frecuencias de uso



Prevalencia y Frecuencia de uso de videojuegos

Existen **diferencias significativas** en relación al **nivel socioeconómico**.



70% de los **jóvenes** juegan videojuegos de **forma ocasional o frecuente**.



69%

El **grupo C3** tiende a **jugar de forma mas frecuente** que los otros grupos.

ABC1ab



C2



D/E



La **brecha de género** en los videojuegos se manifiesta en dos niveles clave.



25%
No juega



6%
No juega

La **participación** en videojuegos es **menor entre las mujeres** que entre los hombres.



71%



40%

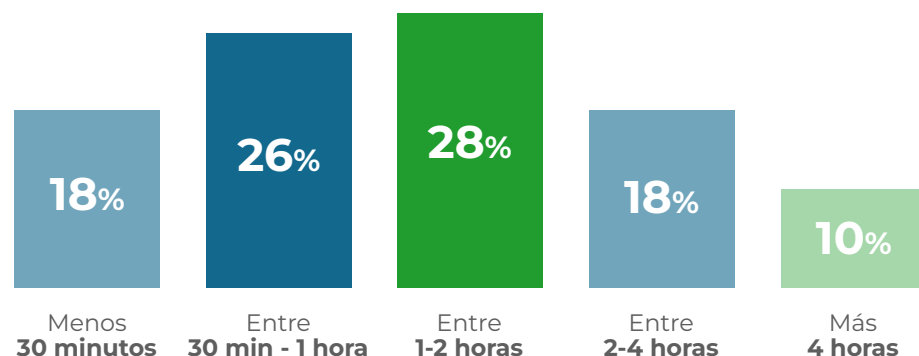
Los **hombres** juegan videojuegos con mayor **frecuencia** (varias veces por semana) que las mujeres.

Videojuegos

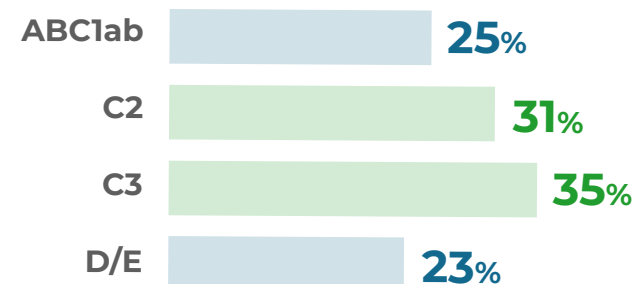
Hábitos del videojugador estudiantil joven



Tiempo dedicado por sesión de juego y tipos de videojuegos



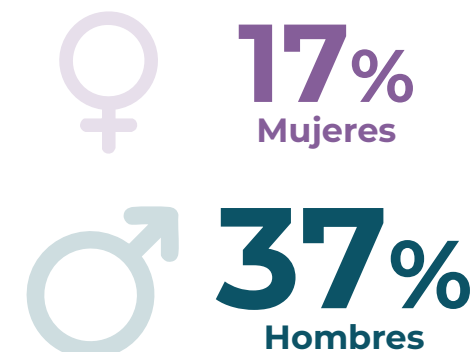
Según **nivel socioeconómico**, los grupos **C2 y C3** tienden a **tener jornadas de juego más largas** (2 horas o más) en comparación a los otros grupos.



3 de 10 personas **dedica más de 2 horas** por sesión de videojuego.

No existen diferencias por edad, lo que implica que se distribuyen de forma similar según rangos etarios.

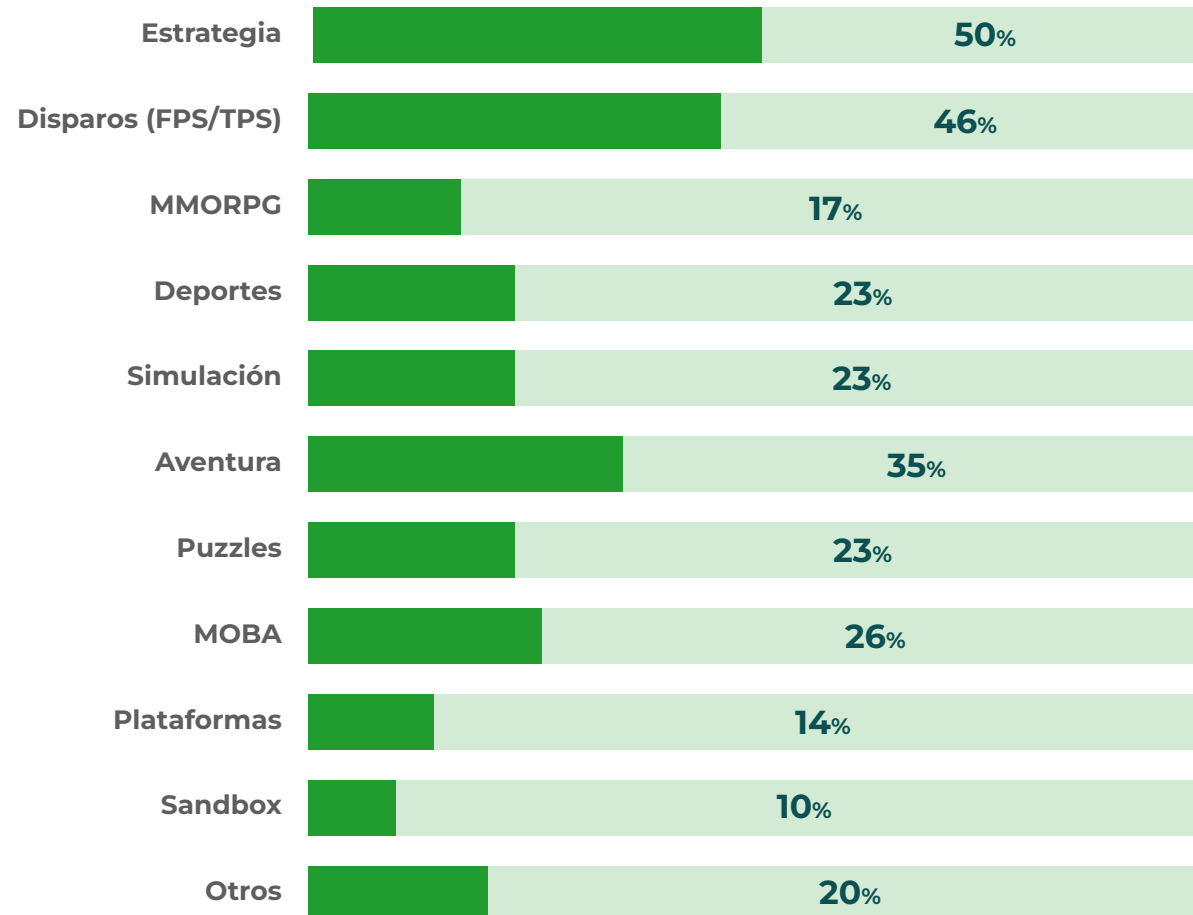
Existe una marcada **brecha de género** en las sesiones de juego prolongadas (dos horas o más).



Los **hombres** suelen dedicar **más tiempo continuo** a los videojuegos en comparación con las mujeres.



Tiempo dedicado por sesión de juego y tipos de videojuegos



Los tipos de **videojuegos preferidos** para la población objetivo son los de **estrategia, disparos y aventura**.



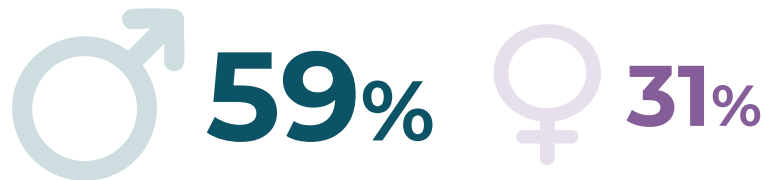
Los **juegos de disparos (FPS/TPS)** y **Simulación** son más jugados por los grupos de 12 a 17 años y 18 a 24 años en comparación al grupo de 25 a 32.



Tiempo dedicado por sesión de juego y tipos de videojuegos



Los **videojuegos de Disparos (FPS/TPS)** son una **preferencia masculina**, casi doblando el porcentaje de mujeres.



Los **juegos de puzzle** son considerablemente más **populares entre las mujeres** que entre los hombres.



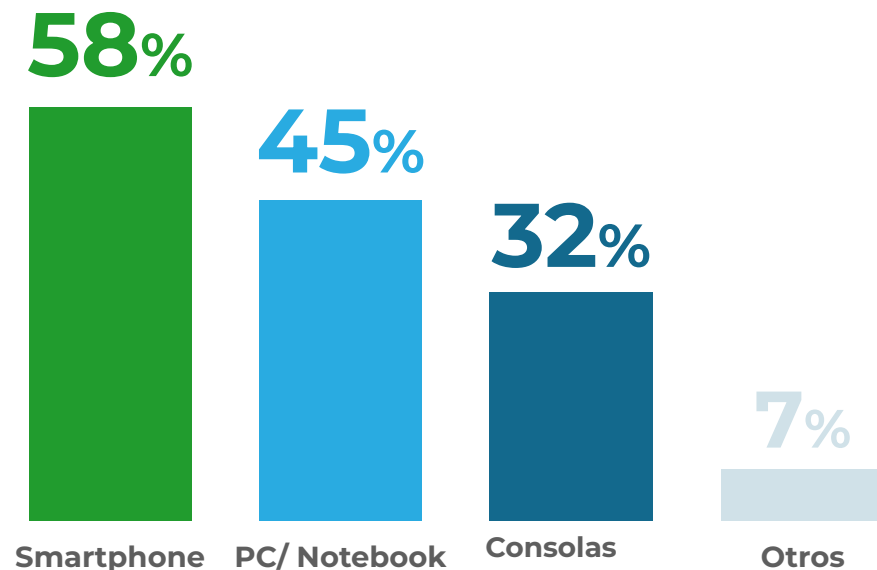
Los **videojuegos de deportes** son notablemente **más populares entre los hombres** que entre las mujeres.



Los únicos tipos de videojuegos que **no presentan diferencias entre género** son los de **aventura** y **simulación**. El resto son de preferencia masculina mayoritariamente.



Dispositivos en que se juega



Aunque el PC y las consolas mantienen relevancia, los **smartphones** lideran el uso entre los jugadores.

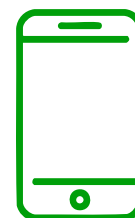
El uso de **PC/Notebook** tiende a **aumentar** según la edad.



34%
12-17 años



53%
25-32 años



67%

En el caso de los **smartphones** la **tendencia es más fuerte en las mujeres**, en comparación con los hombres (50%).

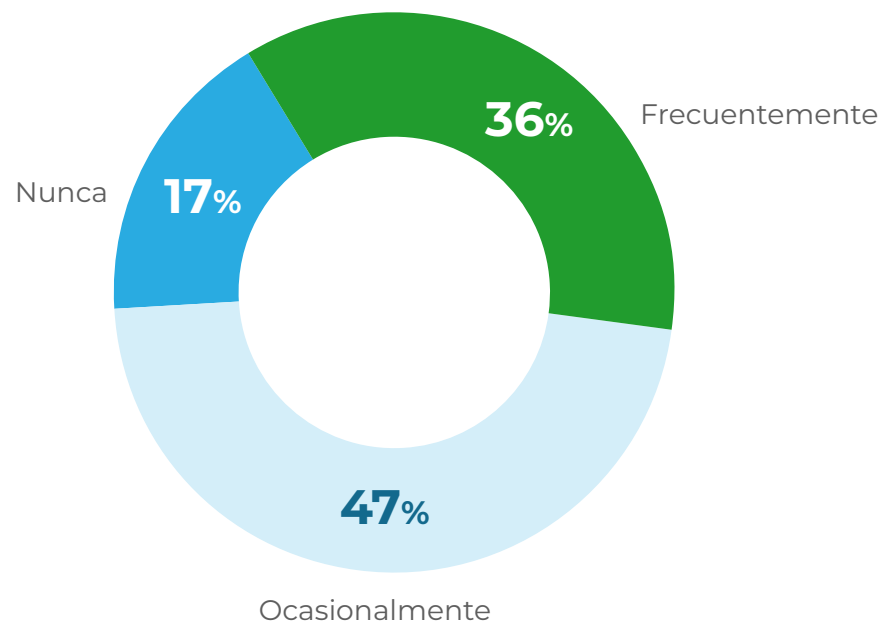


67%

La preferencia por las **consolas** es notablemente **mayor en los hombres** que en las mujeres (22%).

(No existen diferencias significativas en cuanto a la distribución por Nivel Socioeconómico).

Exposición a publicidad de apuestas

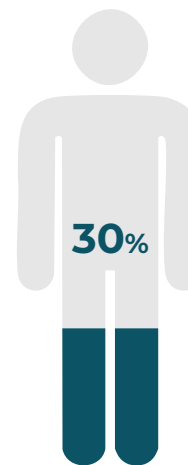


83% de las personas se encuentran **expuesto/a a publicidad de apuestas en videojuegos**.

Mujeres

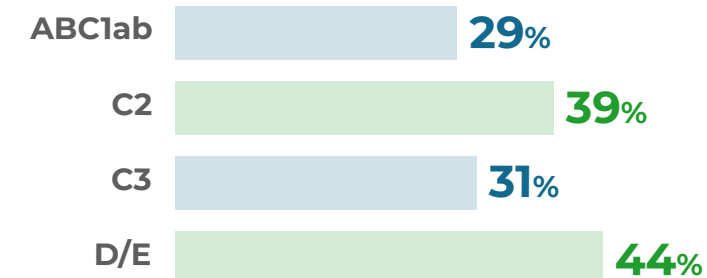


Hombres



Esta diferencia podría explicarse por su preferencia por jugar en **smartphones**, donde este tipo de publicidad es más común, mientras que en consolas y PC/notebook su presencia es menos habitual.

El grupo **D/E** y **C2** se ven **expuestos de forma más frecuente** al resto de los grupos.



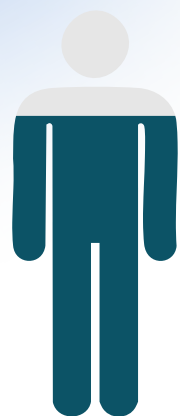
Las **mujeres** se ven expuestas con mayor frecuencia a la **publicidad de apuestas** en videojuegos que los hombres.

Microtransacciones y Azar en videojuegos



62%

de las personas **han gastado dinero en compras exclusivas dentro de videojuegos.**

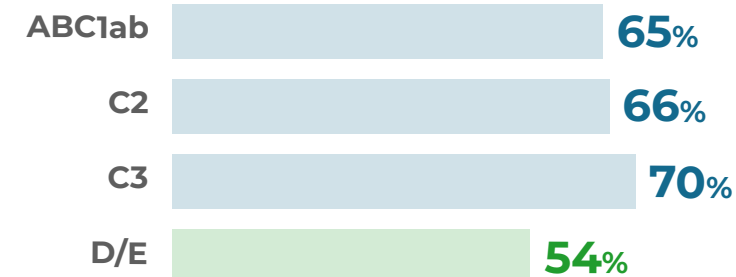


74%

de los **hombres** que juegan videojuegos, **tiende a gastar dinero en compras exclusivas** mucho más que las mujeres (49%).



El **tramo D/E** tiende a **gastar menos en compras de videojuegos** que los otros grupos.



58%

de las personas **que juega utiliza videojuegos de azar**, mientras que 42% nunca lo ha hecho.

♂ 67% ♀ 46%

Los **hombres** tienden a **jugar videojuegos con elementos de azar** más que las mujeres.

(No existen diferencias significativas en cuanto a la distribución por Nivel Socioeconómico ni rango etario).

Un espacio masculinizado y un nuevo factor de exposición al riesgo

Dos realidades muy distintas

- ✓ Más allá de la alta frecuencia de juego (55% juega varias veces por semana), existe una **profunda brecha de género que define la experiencia. Los hombres** no solo juegan más que las mujeres (71% vs 40%), sino que de igual manera, **dedican sesiones más largas y prefieren soportes como PC y consolas**, mientras que las mujeres se inclinan más por los smartphones, creando dos realidades muy diferentes.

La paradoja de la exposición a publicidad

- ✓ A pesar de jugar con menos frecuencia que los hombres, **las mujeres están más expuestas a publicidad de apuestas** (44% vs 30%). Creemos que esto se explica por su preferencia de smartphones, un espacio donde la publicidad es más invasiva y agresiva. Otro punto importante es que **se demuestra que menor intensidad de juego no equivale a menor exposición al riesgo.**

Resumen del capítulo

Normalización de conductas de gasto y azar

- ✓ **Los videojuegos actúan como un campo de inmersión para mecánicas similares a las apuestas.**
Una gran mayoría de los jugadores ya ha gastado dinero real en ellos, y de igual manera utiliza juegos que incorporan mecánicas de azar lúdico. Dichas conductas, más comunes en hombres, **normalizan las microtransacciones y desdibujan la línea entre el ocio y el juego de azar.**



RR.SS y plataformas de livestream

Prevalencia y
frecuencias de uso



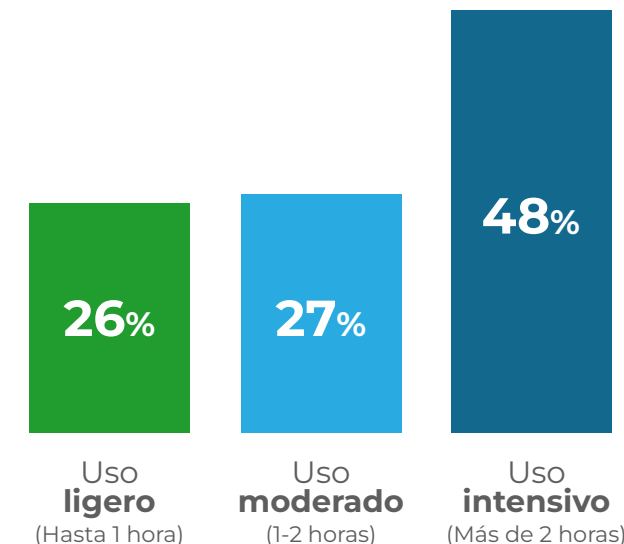
Prevalencia y frecuencias de uso de RR.SS y/o plataformas de livestream



de las personas hace **uso frecuente** de **redes sociales y plataformas de livestream.**



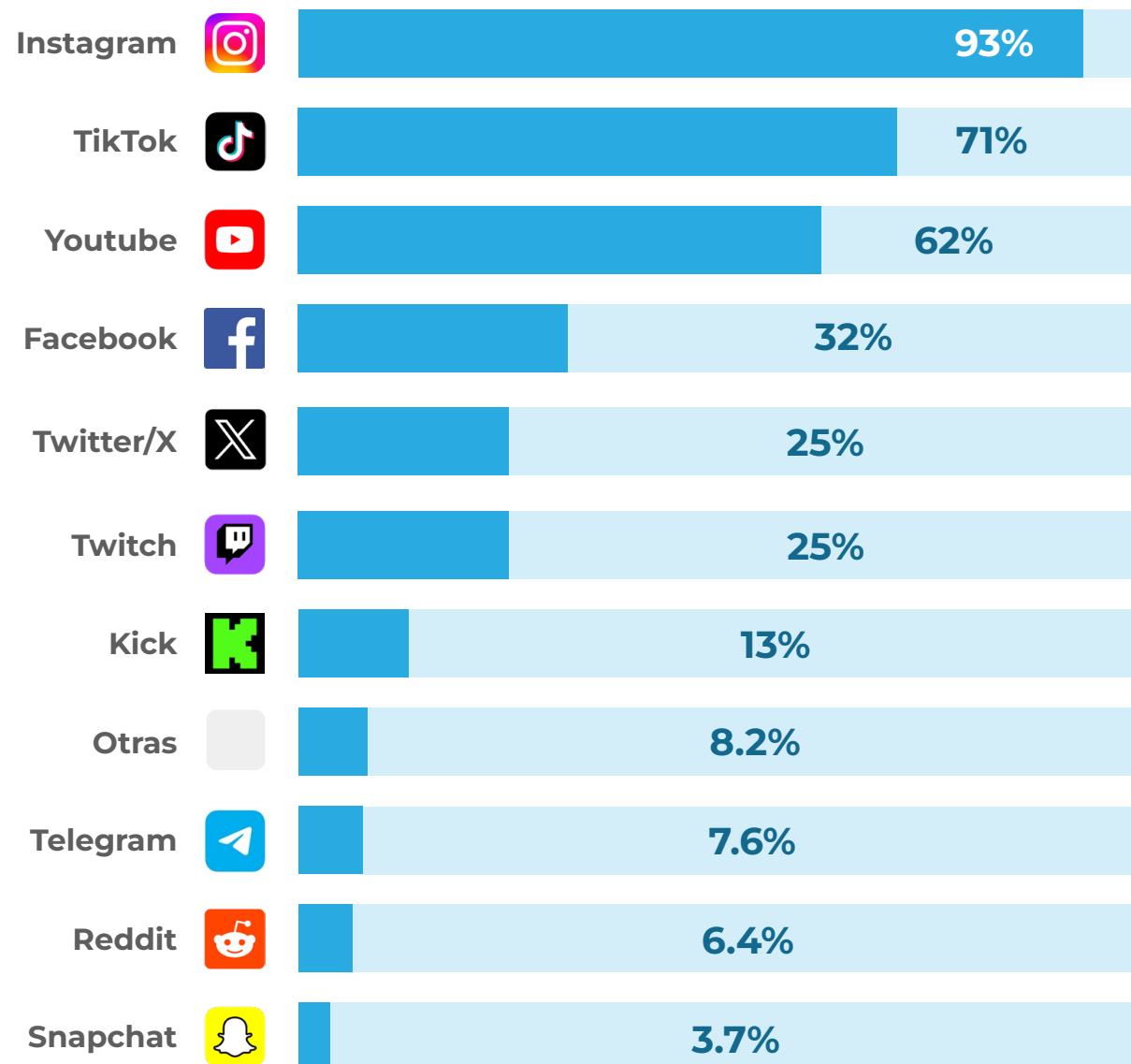
9 de 10 personas dedican **4 días o más por semana** al uso de RR.SS. y plataformas de livestream.



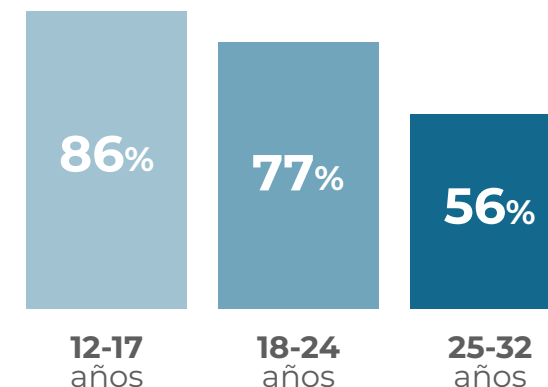
El uso de RR.SS y plataformas de livestream es un **fenómeno universal** en la población estudiada. **No existen diferencias entre grupos respecto a las frecuencias de uso.**

(No hay diferencias entre grupos sociodemográficos, casi todos los estudiantes utilizan estas plataformas).

Apps utilizadas



TikTok muestra una tendencia a ser utilizada con menor frecuencia a medida que aumenta la edad.



Snapchat, es utilizado mayoritariamente por el grupo de 12 a 17 años.

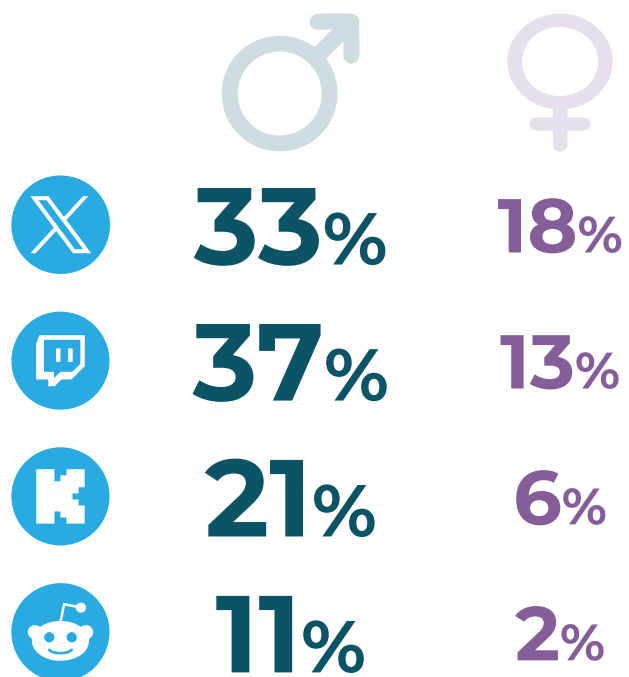


Facebook, Twitter/X y Twitch, son utilizados mayoritariamente por personas de 25 a 32 años.

Por NSE, en todas las apps no hay diferencias significativas entre los grupos, a excepción de Twitch, la cuál es utilizada mayoritariamente por personas de los tramos C2 y C3.

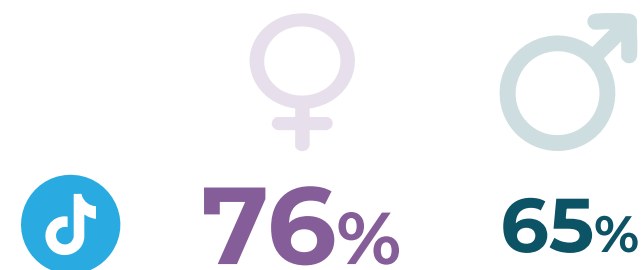
Apps utilizadas

Aplicaciones como **Twitter/X, Twitch, Kick y Reddit**, presentan una **participación significativamente mayor de hombres** en comparación con mujeres.



Actualmente los "streamers" de plataformas como Twitch y Kick son fuertemente promocionados por casas de apuestas.

La aplicación con **mayor presencia femenina** es **TikTok**, donde las mujeres superan a los hombres por 11 puntos porcentuales.



Exposición e interacción con publicidad de apuestas



92%

de las personas se encuentra **expuesta de manera frecuente/ocasionalmente a publicidad de apuestas en RR.SS.**

70%

No

30%

Sí

Un **30%** interactúa con la **publicidad de apuestas** (por ejemplo, dando “me gusta”, accediendo al enlace o compartiendo el contenido).

(No hay diferencias significativas por edad, ni NSE en relación a la interacción directa con publicidad).



35%

de los **hombres** **interactúa directamente con publicidad de apuestas**, en comparación con el 25% de las mujeres.



58%

sigue a influencers que promocionan apuestas en línea.



El entorno digital y la influencia

Universalidad y uso intensivo

- ✓ El uso de **redes sociales y plataformas de livestreaming** es prácticamente universal en la población estudiada (98%). Un 93% que las utiliza frecuentemente. Con casi la mitad de los usuarios dedicando más de 2 horas diarias (48%), **estas plataformas no son solo una herramienta, sino el principal entorno donde se forman opiniones, se establecen normas sociales y se reciben influencias.**

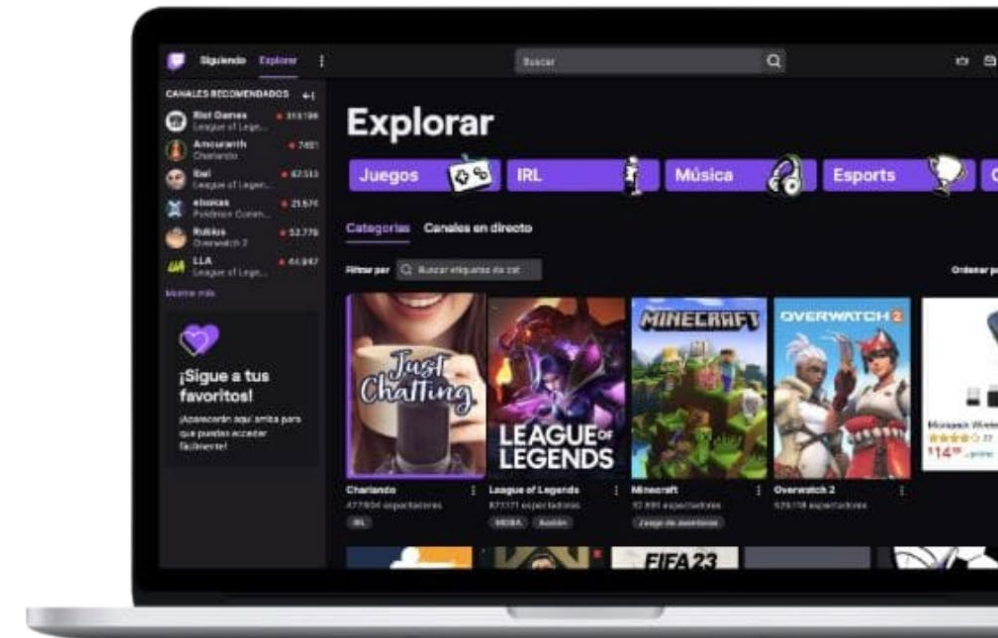
Segmentación de audiencias por plataforma

- ✓ **No todos consumen el mismo espacio digital.** Hay una segmentación clara: TikTok es la plataforma preferida entre los más jóvenes. Por su parte, Twitch, Twitter/X y Facebook son preferidas por el grupo de mayor edad (25-32 años). **Esta división es clave, ya que determina el tipo de contenido y publicidad al que cada grupo está expuesto.**

Resumen del capítulo

Espacios Masculinizados

- ✓ Plataformas de livestreaming como Twitch y Kick, junto a otras como Twitter/X y Reddit, muestran un consumo mayoritariamente masculino. Esto es de suma importancia, ya que **se trata de un entorno digital donde la audiencia masculina es un objetivo prioritario y altamente expuesto.**



Tendencias asociadas a las apuestas en línea



Frecuencia de uso y tipos de videojuegos, según participación en apuestas online

Frecuencia
uso de
videojuegos



Nunca



Esporádico
(Mensual o menos)



Ocasional
(Semanal)



Frecuente
(Varias veces por semana)

Apostador
online



27%



22%



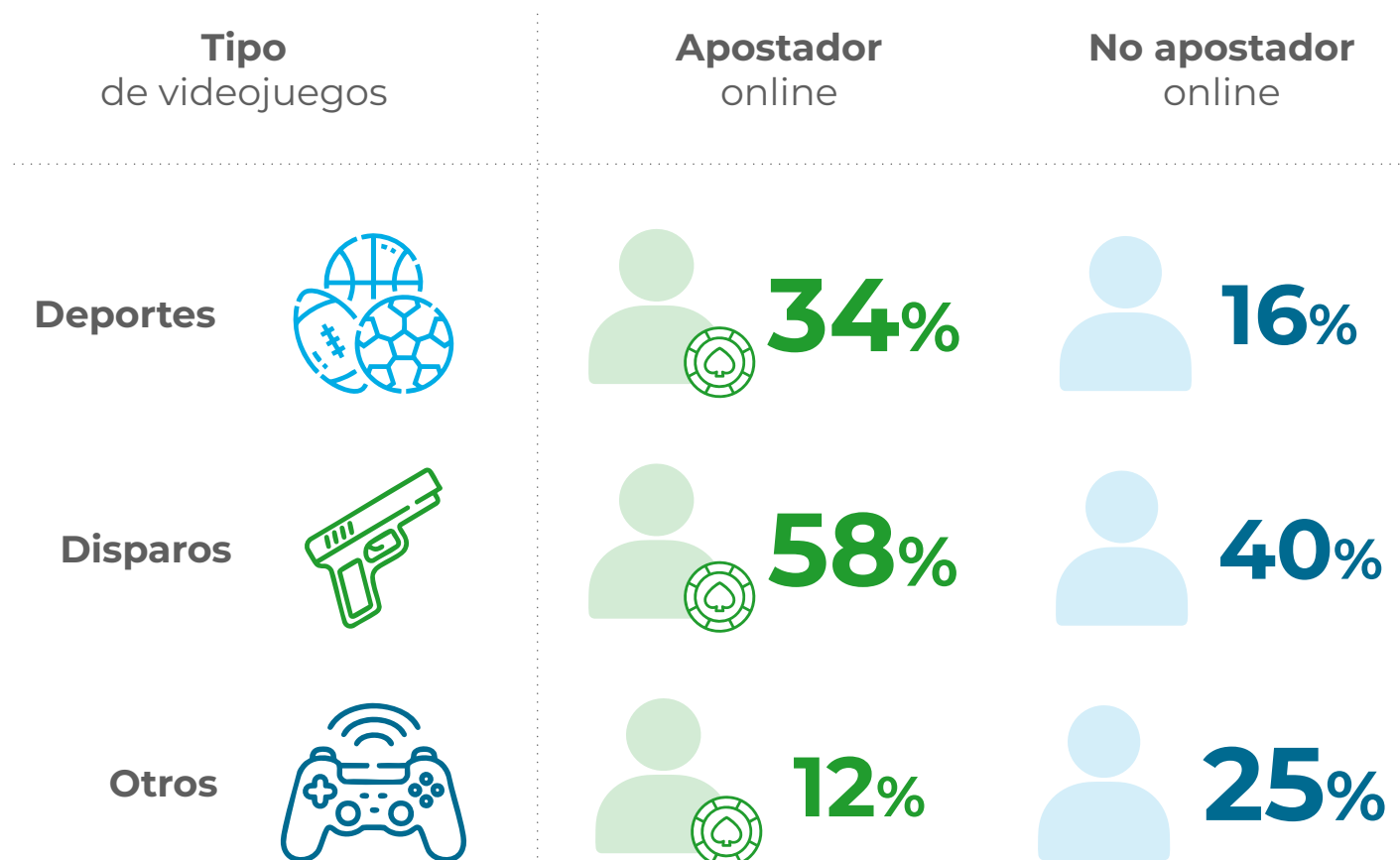
37%



41%

A **mayor frecuencia** de juego, **mayor es la prevalencia** de apuestas.

Frecuencia de uso y tipos de videojuegos, según participación en apuestas online



¿Cómo leer estos datos? El 34% de los apostadores online juega videojuegos de deportes. En tanto que el 16% de los no apostadores lo hace.

El porcentaje del apostador online en los videojuegos de **deporte** se puede deber a un tema de **afinidad temática**, ya que el mercado de deportes de apuestas es uno de los más grandes.

En el caso de los videojuegos de **disparos**, si bien los porcentajes son altos en ambos, **existe una asociación que no se debe al azar**.

Hay una diferencia significativa en la categoría **otros** que podría explicarse porque **quienes apuestan tienden a preferir videojuegos de tipo mainstream**.

Uso de RR.SS y Plataformas de Livestream, según participación en apuestas online

Plataformas (aplicaciones)	Apostador online	No apostador online
Twitch 	 39%	 17%
Twitter/X 	 34%	 20%

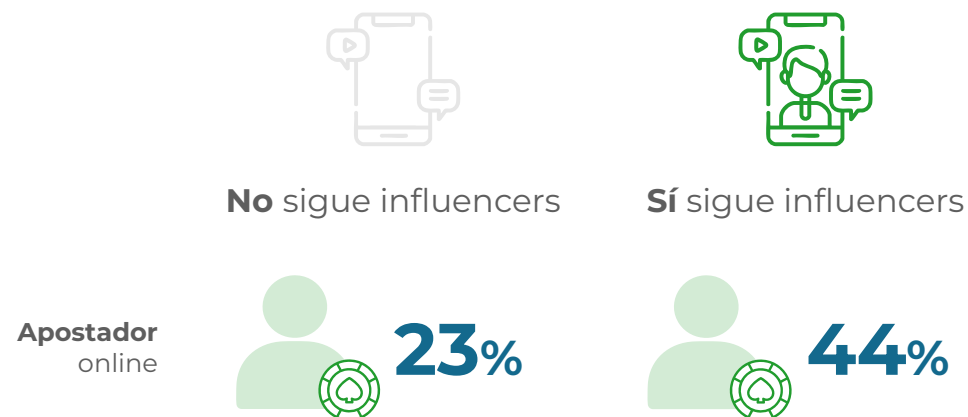
Instagram no se señala porque **es utilizada por más del 90% de toda la población en estudio**. Es muy importante señalar aquí, que plataformas populares como Tik Tok y Facebook no son un factor diferenciador, ya que son utilizadas de manera similar por ambos grupos.

Los **hallazgos más relevantes** se observan en las plataformas de livestream, donde los **apostadores online muestran una mayor presencia que los no apostadores**, especialmente en Twitch y Twitter/X.

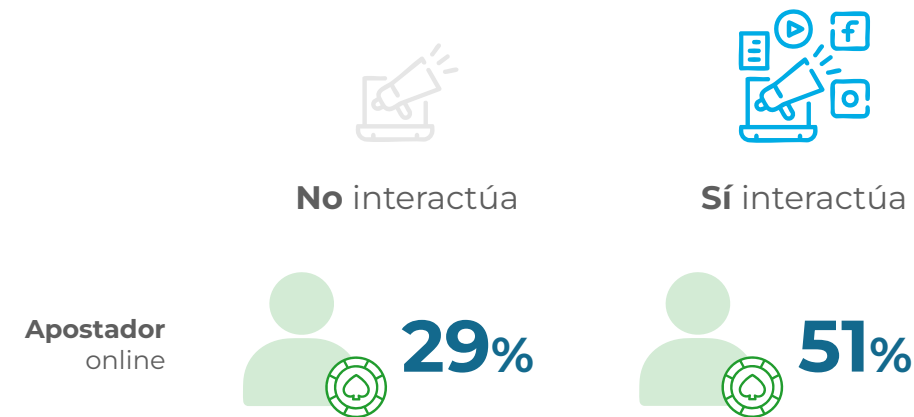
Ni la prevalencia en el uso de redes sociales y/o plataformas de livestream, **ni la frecuencia** semanal o las horas diarias de uso, **muestran una asociación con la participación en apuestas en línea.**



Uso de RR.SS y Plataformas de Livestream, según participación en apuestas online



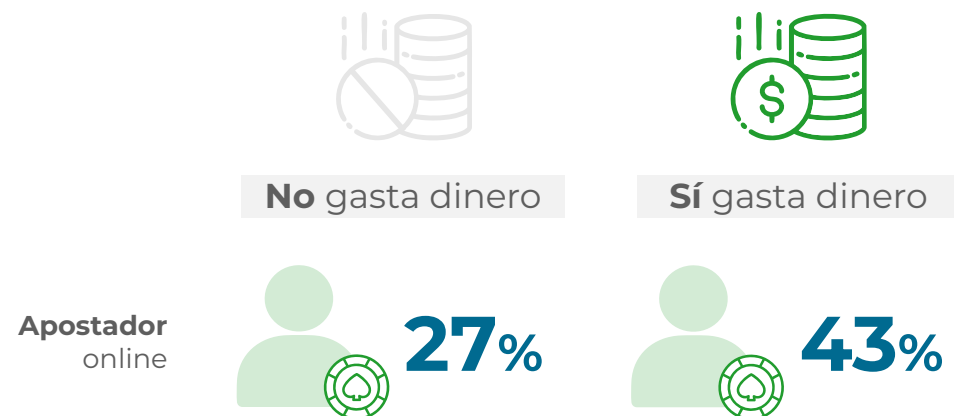
Existe una **tendencia clara**, seguir a influencers que promocionan apuestas **está fuertemente asociado a una mayor propensión a participar en apuestas en línea**, podríamos decir, que las figuras públicas juegan un rol en la normalización de esta actividad.



Existe una relación entre la interacción directa con la publicidad de apuestas online y la participación en estas ya que, la prevalencia de apuestas online es drásticamente mayor en el grupo que interactúa con este tipo de publicidad frente a los que no lo hacen.

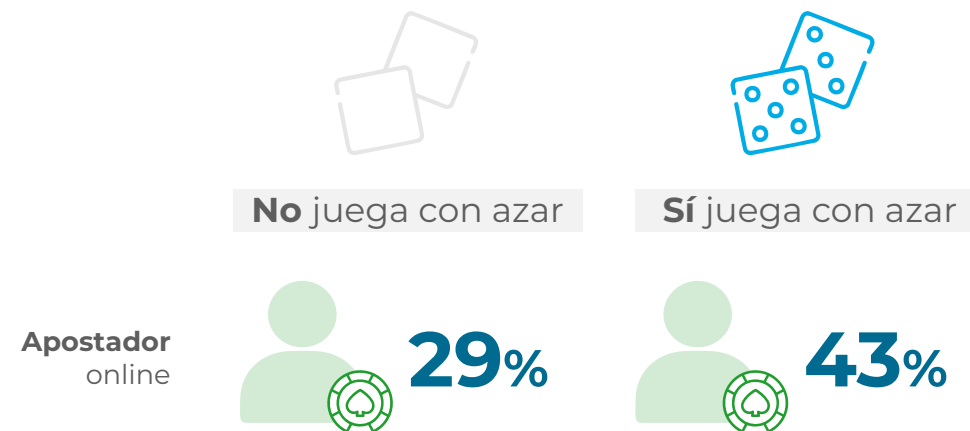
Gastos y azar en videojuegos, según participación en apuestas online

La proporción de apostadores online es casi el doble entre quienes han gastado dinero en compras exclusivas de videojuegos, en comparación con quienes no lo han hecho.



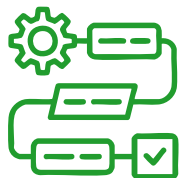
Se sugiere una posible **transferencia del comportamiento de gasto**, normalizar microtransacciones en los videojuegos está fuertemente asociado a la participación en apuestas online.

La proporción de apostadores online **significativamente mayor** entre quienes juegan videojuegos con elementos de azar, en comparación con quienes no lo hacen.



Estos hallazgos apoyan la **hipótesis** de que los **videojuegos con elementos de azar pueden actuar como una “puerta de entrada” hacia las apuestas.**

Predictores Clave de la Participación en Apuestas Online

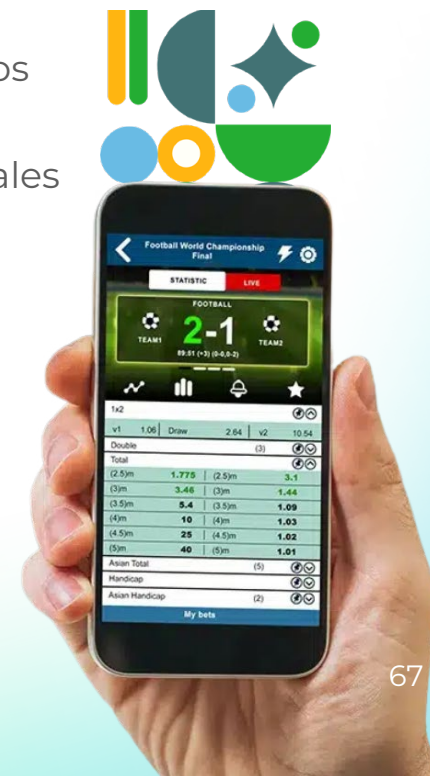


Metodología

Se realizaron **dos análisis estadísticos multivariados (regresión logística)** para determinar los predictores más fuertes de la participación en apuestas online, controlando el efecto de todas las variables simultáneamente.

Las variables incluidas en el modelo final fueron:

- Sexo
- Rangos de edad
- Nivel Socioeconómico (NSE)
- Frecuencia semanal de uso de videojuegos
- Gasto en videojuegos
- Frecuencia semanal de uso de redes sociales o plataformas de livestream
- Conocimiento de un apostador online
- Percepción de riesgo de las apuestas en línea
- Interacción con publicidad de apuestas en redes sociales y/o plataformas de livestream



Predictores Clave de la Participación en Apuestas Online



Resultados Principales

Tras el análisis, el modelo final reveló la magnitud exacta con la que **ciertos factores predicen la participación en apuestas online.**



Género

Los hombres tienen 2.17 veces más **probabilidades de participar en apuestas** online que las mujeres.



Edad

Es el factor más determinante

En comparación con adolescentes (12-17 años), los jóvenes de 18 a 24 años tienen 3.47 veces más **probabilidades de apostar**, y este riesgo se eleva a 9.17 veces para el grupo de 25 a 32 años.



Entorno social y hábitos



Conocer a otro apostador online aumenta las probabilidades de participar en 2.93 veces.



Aquellos que **gastan dinero en videojuegos** tienen 1.95 veces más probabilidades de apostar.



Interactuar con publicidad de apuestas en redes sociales y/o plataformas de livestream incrementa las probabilidades en 2.30 veces.

Predictores Clave de la Participación en Apuestas Online



• Hallazgo Clave

La **interacción con la publicidad** resultó ser un factor significativo que supera incluso a la percepción de riesgo personal del individuo, la cual era significativa en el modelo inicial, pero no en el final.



• Conclusiones Generales

Nuestros modelos de regresión logística confirman que **la participación de jóvenes estudiantes en apuestas online es un fenómeno multifactorial**, siendo el género y la edad los predictores más influyentes.



• Mitos Desmentidos

Se **refuta la hipótesis** de que la **frecuencia de uso de videojuegos, redes sociales o plataformas de livestream sea un factor determinante**. En cambio, es el comportamiento dentro de estas plataformas lo que se revela como un factor decisivo, según el modelo final.



Eje 1 Regulación del entorno digital y publicitario

Los hallazgos del estudio demuestran que **la exposición a publicidad de apuestas en línea es masiva** en usuarios de videojuegos, y redes sociales y plataformas de livestream, actuando ciertos comportamientos específicos como predictores clave de la participación en apuestas. Por lo tanto, **el control del entorno digital se hace fundamental.**

- Política de publicidad “cero menores”
- Regulación de Influencers
- Clasificación de mecánicas de azar en videojuegos



Propuestas

- **Política de publicidad “cero menores”**

La sugerencia es hacer un **llamado a la prohibición por ley de toda publicidad de apuestas online y casinos en plataformas digitales, redes sociales y servicios de livestream con audiencias demostrablemente altas de menores de 18 años** (Tik Tok, Instagram, Twitch, Kick, etc.). Así mismo como en la cercanía de los establecimientos educacionales, tal como funciona la **ley sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas (19.925)**.

- **Regulación de Influencers**

Promover una **normativa que prohíba a influencers promocionar de forma directa plataformas de apuestas online a audiencias menores de 18 años en Chile**. Haciendo énfasis clave en la exigencia de advertencias visuales y auditivas claras sobre los riesgos de apostar y la ludopatía, de forma similar a las advertencias del tabaco. Al igual que en otros países que se les puede exigir que graben videos para sus RRSS donde dejan claro que esos juegos no son para menores.

- **Clasificación de mecánicas de azar en videojuegos**

Designar de forma legal las “loot boxes”, ruletas, slots, y otras mecánicas de monetización basadas en el azar dentro de los videojuegos como una forma de apuesta pasiva. Esto obligaría a que los juegos que las contengan reciban una clasificación para mayores de 18 años, limitando (en teoría), su acceso y marketing para menores.



Eje 2 Estrategias de prevención

- **Talleres para padres y educadores**

Ofrecer talleres gratuitos (online y presenciales) **para padres y cuidadores, enfocados en herramientas prácticas:** cómo usar controles parentales, cómo identificar si un hijo o hija está apostando y, crucialmente, cómo iniciar conversaciones sobre este tema sin generar conflicto.

- **Capacitación a Profesionales de la Salud y Educación**

Desarrollar **programas de formación para médicos, psicólogos, orientadores y profesores** para que puedan reconocer las señales de alerta de la ludopatía juvenil y saber cómo actuar y a quién derivar.

- **Creación de una Línea de Ayuda Juvenil Especializada**

Establecer un **canal de comunicación gratuito, anónimo y confidencial** (vía WhatsApp, chat o teléfono) **atendido por psicólogos especializados** en adicciones y enfocado en jóvenes. Permitiría a los adolescentes buscar ayuda sin que sus padres lo sepan necesariamente.



Eje 3 Fiscalización y Accesibilidad

- **Implementación de Verificación de Edad Robusta**

Exigir por ley que todas las plataformas de apuestas que operen en Chile utilicen sistemas de verificación de identidad de dos o más factores, vinculados a un documento de identidad oficial (como a través de la ClaveÚnica), haciendo inviable el registro de menores de edad.

- **Bloqueo a Nivel de Proveedor de Internet**

Crear una lista oficial de sitios de apuestas ilegales o no regulados y exigir a los proveedores de internet en Chile que bloqueen el acceso a estos dominios por defecto.

- **Sello de Plataforma Segura para Jóvenes**

Crear una certificación para redes sociales, plataformas de streaming y empresas de videojuegos que demuestren proactivamente que sus algoritmos no promueven contenido de apuestas a menores, que sus sistemas de reporte son eficientes y que colaboran con las autoridades. Las empresas con este sello podrían obtener beneficios fiscales o de reputación.

- **Algoritmos Éticos de Código Abierto**

Exigir que las plataformas de redes sociales hagan públicos y auditables los algoritmos que utilizan para recomendar contenido, permitiendo a reguladores independientes verificar que no están empujando a los jóvenes hacia espirales de contenido adictivo o riesgoso para maximizar la interacción.

Limitaciones y Desafíos del Estudio



Representatividad y alcance de la muestra

- **Muestreo no probabilístico**

Se utilizó un muestreo no probabilístico, lo que por definición genera una **muestra con sesgos demográficos iniciales**.

- **Ponderación estadística**

Con el fin de corregir los sesgos **se aplicó un ajuste estadístico (raking) que alinea la muestra obtenida, con las proporciones poblacionales a nivel nacional**. Gracias a este procedimiento, la muestra final es estructuralmente representativa a nivel nacional en Género, Tramos de Edad y Nivel Socioeconómico.

- **Resultados y
alcance exploratorio**

Los resultados reflejan de forma fiable la estructura de la población en las variables clave mencionadas, otorgando validez a los hallazgos. Es importante señalar que, si bien el ajuste estadístico corrige la representatividad demográfica, no elimina los sesgos de autoselección inherentes al muestreo original, basados principalmente en la voluntariedad de la participación. Precisamente, **esto enmarca el presente trabajo como un estudio exploratorio fundamental**, que sienta las bases para una futura investigación con un diseño de muestreo probabilístico que permita alcanzar la plena generalización estadística de los resultados.

Limitaciones y Desafíos del Estudio



Otras consideraciones del diseño

- **Diseño transversal**

El estudio es de corte transversal, lo que nos **permite identificar correlaciones y asociaciones muy relevantes entre variables, así como generar valiosas hipótesis a partir de los resultados.** Sin embargo, no permite establecer relaciones de causa y efecto per se.

- **Datos basados en autoinforme**

Los resultados se fundamentan en lo que los jóvenes reportaron. Esto está sujeto a posibles sesgos de memoria (dificultad para recordar gastos o tiempos exactos) y de deseabilidad social (tendencia a reportar conductas más aceptadas).

- **Limitación Geográfica**

Si bien la muestra es estructuralmente representativa en variables demográficas clave, la ponderación no incluyó un ajuste por zona geográfica, por lo que **podría existir un sesgo territorial en los datos, principalmente derivado de la sobrerrepresentación de la Región Metropolitana y la Región de Valparaíso.**



¿Quién realizó el estudio?



Copreventive es una plataforma digital diseñada para fortalecer la prevención de conductas de riesgo y problemáticas psicosociales en comunidades, escuelas u organizaciones -con temáticas como violencia, consumo de sustancias y abuso digital-. Desde un enfoque sistémico contempla el bienestar en el diagnóstico e intervención tanto a la persona como su contexto.

A partir del diagnóstico con instrumentos estandarizados que permiten información rápida y precisa sobre los factores de riesgo y protección de la comunidad, copreventive ofrece recursos educativos y formación personalizada a todos los participantes.

Copreventive basado en la evidencia y en la metodología del Liderazgo Adaptativo de Harvard cuenta con programas para la co-creación de soluciones para las comunidades con el objetivo principal de generar entornos protectores para un cambio preventivo.



copreventive.com



Red Preventiva es un movimiento amplio que reúne a establecimientos educacionales, expertos, padres, madres, municipios y actores políticos. Su objetivo es trabajar de forma preventiva, fortaleciendo ciertos patrones conductuales y factores protectores que contribuyen a retrasar el ingreso de los jóvenes a los consumos problemáticos (alcohol, drogas, ludopatía, redes sociales, pornografía, violencia, salud mental, entre otros).

Su misión es fortalecer a las comunidades generando un ecosistema que priorice y ponga en el centro a las niñas, niños, adolescentes y jóvenes.

Para tal objetivo, la Red Preventiva trabaja con los padres, madres y tutores, entregando formación y promoviendo acuerdos dentro de los establecimientos educacionales. Además, desarrolla acciones concretas, tales como charlas, mediciones específicas y procesos de intervención comunitaria orientados a fortalecer los entornos preventivos.



redpreventiva.com
redpreventivachile.cl

Glosario

- **Actividad Normalizada**

Conducta que, a través de un proceso de exposición social y cultural, llega a ser percibida como común, aceptable y parte de la vida cotidiana de un grupo determinado.

- **Adicciones de comportamiento**

También conocidas como adicciones “comportamentales” o “conductuales”. Son un trastorno en el cual una persona desarrolla una dependencia hacia una conducta específica y placentera. Se caracteriza por una pérdida de control para limitar dicha actividad y por mantenerla a pesar de las consecuencias negativas que genere en su vida personal, social, académica o familiar.

- **Apuestas eSports**

Modalidad de gambling que consiste en apostar dinero real sobre los resultados de competencias profesionales de videojuegos (eSports). De forma similar a las apuestas deportivas tradicionales, los usuarios pueden apostar por el equipo o jugador ganador, marcadores específicos o eventos que ocurren dentro de la partida. Es un segmento del mercado de juego online en rápido crecimiento y con alta popularidad entre el público joven.

- **Asociación entre Variables**

Término estadístico general que indica que existe una relación o dependencia de cualquier tipo entre dos o más variables. Si dos variables están asociadas, conocer el valor de una proporciona información sobre el valor de la otra.

- **Brecha de Género**

Medida que describe la diferencia sistemática entre hombres y mujeres en relación con un indicador o una variable específica. En este caso se utiliza para cuantificar la desigualdad en la manifestación de ciertas conductas.

- **Casino Online**

Plataforma de internet, accesible a través de sitios web o aplicaciones móviles, que permite a los usuarios apostar dinero real en versiones digitales de juegos de azar. La oferta de juegos comúnmente incluye máquinas tragamonedas (slots), póker, blackjack y ruleta. Una modalidad destacada es el "casino en vivo", que utiliza crupieres humanos en transmisiones de video en tiempo real para emular la experiencia de un casino físico. Son un componente central de la industria del iGaming.

- **Comparación social ascendente**

Proceso psicológico en el que un individuo se compara con personas a las que percibe como superiores en algún aspecto (por ejemplo, en éxito, estatus o riqueza). En el contexto del juego online, esto ocurre cuando los jóvenes ven a otros (influencers, pares o figuras publicitarias) mostrando grandes ganancias o un estilo de vida lujoso asociado a las apuestas. Esta comparación puede motivarlos a jugar, impulsados por el deseo de emular ese éxito y llevándolos a subestimar los riesgos reales.

Glosario

- **Compras Exclusivas en Videojuegos**

Se refiere a todo contenido, ítem o ventaja dentro de un videojuego que solo puede ser adquirido a través de una transacción con dinero real, en lugar de ser obtenido mediante el progreso, el tiempo de juego o la habilidad del jugador. El carácter "exclusivo" radica en que la compra es la única vía de obtención. Frecuentemente, esta exclusividad se potencia con una disponibilidad limitada en el tiempo o en cantidad.

- **Diferencia Significativa**

Resultado de una prueba estadística que indica que la diferencia encontrada entre dos o más grupos de la muestra (por ejemplo, la prevalencia del juego entre hombres y mujeres) es demasiado grande para ser explicada por el azar o el error muestral. Cuando una diferencia es "significativa", se puede concluir con un alto nivel de confianza que dicha diferencia realmente existe en la población general y no es solo una casualidad de los datos recolectados en el estudio.

- **Error muestral máximo teórico**

Medida que establece el mayor margen de error posible para los resultados de un estudio. Se calcula bajo las condiciones más conservadoras: asumiendo un muestreo aleatorio, la máxima variabilidad posible en las respuestas (una división de 50/50 en la población) y un nivel de confianza del 95%, que es el estándar en investigación social. Este valor define la precisión general de las estimaciones de la encuesta.

- **FOMO (Fear of Missing Out)**

Anglicismo que se traduce como Miedo a Perderse Algo o Miedo a Quedarse Fuera. Es una forma de ansiedad social caracterizada por el deseo de estar continuamente conectado para no perderse eventos, experiencias, interacciones sociales o información relevante, a menudo impulsado por lo que se ve en redes sociales.

- **Gambling (Apuestas / Juegos de azar)**

Término en inglés que se refiere a la acción de arriesgar dinero o un objeto de valor sobre el resultado de un evento incierto, que depende parcial o totalmente del azar, con la intención de ganar un premio. El concepto abarca desde juegos de casino y loterías hasta apuestas deportivas, tanto en formatos presenciales como en plataformas online.

- **iGaming**

Término que proviene de la contracción de "Internet Gaming" (juego en internet). Se utiliza para englobar a toda la industria de las apuestas con dinero real realizadas a través de plataformas online. Abarca los casinos virtuales (póker, tragamonedas), las apuestas deportivas, el bingo y las loterías en línea. Es fundamental diferenciarlo del "gaming", que se refiere a los videojuegos que no implican una apuesta monetaria.

- **Industria regulada**

Se refiere a un sector económico en el que las empresas deben operar bajo un marco legal estricto y la supervisión de una autoridad pública (como una Superintendencia). En el contexto del juego, la regulación implica que los operadores deben obtener licencias, garantizar la transparencia y justicia de los juegos, implementar medidas de protección al usuario (como la prohibición a menores de edad) y pagar impuestos. Esto la diferencia del mercado no regulado o ilegal.

- **Influencer**

Persona que, gracias a su credibilidad, carisma y al gran número de seguidores que ha consolidado en plataformas digitales (como Instagram, TikTok o Twitch), tiene la capacidad de influir en las opiniones, hábitos y decisiones de su audiencia.

- **Livestream (Transmisión en vivo)**

Término en inglés para una transmisión de video y audio en tiempo real a través de internet. En español se conoce como "transmisión en vivo" o "en directo". En el ecosistema digital juvenil, se realiza principalmente en plataformas como Twitch, YouTube y Kick, permitiendo una interacción directa e instantánea entre el creador de contenido (streamer) y su audiencia a través de un chat.

- **Ludopatía**

Impulso patológico e incontrolable de participar en juegos de azar. Es reconocida clínicamente como un "Trastorno por Juego" y se caracteriza por una conducta de apuesta persistente que deteriora las áreas personal, familiar y social del individuo.

- **Ponderación**

Procedimiento estadístico que se aplica a los datos de una encuesta para ajustar la composición de la muestra a la de la población real. Consiste en asignar un "peso" numérico a las respuestas de cada encuestado para corregir desbalances demográficos. Por ejemplo, si un grupo (por edad, género o región) está poco representado en la muestra en comparación con su peso real en la población, la ponderación aumenta su contribución a los resultados finales, garantizando que las conclusiones sean más precisas y representativas.

- **Percepción de riesgo**

Juicio subjetivo que un individuo realiza sobre la probabilidad y la gravedad de las consecuencias negativas asociadas a una determinada actividad.

Glosario

- **Prevalencia**

Medida estadística que describe la proporción de individuos de una población que presenta una característica o realiza una conducta en un momento determinado. Generalmente se expresa como un porcentaje (%).

- **Publicidad de Apuestas**

Conjunto de estrategias y acciones comunicacionales implementadas por las empresas de juego online para promover sus marcas, atraer nuevos usuarios y fomentar la participación. En el contexto actual, esta publicidad se caracteriza por ser masiva y multicanal, incluyendo:

Redes Sociales: Plataformas digitales (como Instagram, TikTok, Twitch, X, etc.) que permiten a los usuarios crear, compartir e interactuar con contenido dentro de comunidades virtuales.

- **Videojuegos**

Formas de entretenimiento digital e interactivo que se ejecutan en dispositivos electrónicos como consolas, computadores o teléfonos móviles. El resultado de la partida depende principalmente de la habilidad, la estrategia y las decisiones del jugador.

- **Videojuegos con Elementos de Azar**

Categoría de videojuegos que, si bien se basan principalmente en la habilidad del jugador, integran mecánicas cuyo resultado depende total o parcialmente del azar, a menudo requiriendo un pago para participar. Los ejemplos más comunes son las cajas de botín (loot boxes) y los sistemas gacha, donde los jugadores pagan (con dinero real o moneda del juego) para obtener recompensas virtuales aleatorias de valor incierto. Aunque el premio no es dinero en efectivo, la estructura de "apuesta-azar-recompensa" es psicológicamente muy similar a la del gambling, por lo que se estudian como un posible factor de riesgo y una vía de iniciación a los juegos de azar en jóvenes.

- Anuncios en redes sociales y plataformas digitales.
- Patrocinio de equipos y competencias deportivas.
- Marketing con influencers y streamers.
- Promoción constante de "bonos de bienvenida" y "apuestas gratis".

Tipos de Videojuegos

- **Estrategia**

Género donde el éxito depende principalmente de la planificación, la toma de decisiones y la gestión de recursos para superar a los oponentes. Puede ser en tiempo real (RTS) o por turnos.

- **Disparos (Shooter)**

Se centra en el combate con armas de fuego. Se divide en FPS (First-Person Shooter), donde el jugador ve a través de los ojos del personaje, y TPS (Third-Person Shooter), donde la cámara se sitúa detrás del personaje.

- **MMORPG (Videojuego de Rol Multijugador Masivo en Línea)**

Mundos virtuales persistentes donde miles de jugadores interactúan simultáneamente, desarrollando un personaje, completando misiones y cooperando o compitiendo entre sí.

- **Deportes**

Simulan la práctica de deportes del mundo real, como fútbol, baloncesto o carreras de autos, permitiendo al jugador controlar a los atletas o equipos.

- **Simulación**

Busca recrear con realismo una actividad o sistema, como pilotar un avión, gestionar una ciudad o simular la vida cotidiana de un personaje.

- **Aventura**

Se enfoca en la exploración, la resolución de acertijos (puzzles) y una fuerte narrativa que guía al jugador a través de una historia.

- **Puzzles**

El objetivo principal es resolver problemas de lógica, patrones o espaciales. El desafío es puramente intelectual más que de reflejos.

- **MOBA (Arena de Batalla Multijugador en Línea)**

Dos equipos de jugadores compiten en un mapa cerrado, con el objetivo de destruir la base del equipo contrario. Cada jugador controla un único personaje con habilidades únicas.

- **Plataformas**

La jugabilidad principal consiste en guiar a un personaje para que salte entre plataformas suspendidas y evite obstáculos. Requiere precisión y buenos reflejos.

- **Sandbox (Mundo Abierto)**

Ofrece un mundo virtual extenso con gran libertad para que el jugador explore e interactúe con el entorno a su propio ritmo. Se caracteriza por dar al jugador herramientas para que cree su propia experiencia, con objetivos no lineales o inexistentes.

Bibliografía

Alzhanari, Alanood & Griffiths, Mark. (2024). Problematic Gaming and Students' Academic Performance: A Systematic Review. International Journal of Mental Health and Addiction. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11469-024-01338-5>

Bergman, A. (2024, 2 de febrero). Estadísticas de adicción al juego 2024. QuitGamble.com. Recuperado el 4 de junio de 2025 <https://quitgamble.com/es/estadisticas-de-adiccion-al-juego/>

Calado, F., Alexandre, J., & Griffiths, M. D. (2017). Prevalence of Adolescent Problem Gambling: A Systematic Review of Recent Research. Journal of gambling studies, 33(2), 397–424. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9627-5>

Calado, F., & Griffiths, M. D. (2016). Problem gambling worldwide: An update and systematic review of empirical research (2000–2015). Journal of Behavioral Addictions, 5(4), 592–613. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.073>

Campodonico, Nicolas & Aucapiña, Ibeth. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Psicología UNEMI, vol 8(15), pp. 73-87. Doi: [10.29076/issn.2602-8379vol8iss15.2024pp73-87p](https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss15.2024pp73-87p)

Cortés Lozano, Ximena. (2015). El impacto de la tecnología en el ámbito social y en la desigualdad. Inclusión y Desarrollo, N°3, 16-20.

Delloso, G., & Browne, M. (2024). The influence of age on gambling problems worldwide: A systematic review and meta-analysis of risk among younger, middle-aged, and older adults. Journal of Behavioral Addictions, 13(3), 702-715. <https://doi.org/10.1556/2006.2024.00051>

Derevensky, J. L., & Gupta, R. (2004). The measurement and screening of youth gambling problems. En J. L. Derevensky & R. Gupta (Eds.), Gambling problems in youth: Theoretical and applied perspectives (pp. 119–147). Springer.

Dowling, N., Merkouris, S., Greenwood, C., Oldenhof, E., Toumbourou, J. & Youssef, G. (2016), Early risk and protective factors for problem gambling: A systematic review and meta-analysis of longitudinal studies, Clinical Psychology Review, Volume 51, Pages 109-124. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2016.10.008>

Faílde, J. M., Dapía, M. D., Isorna, M., & Braña Rey, F. (2024). Problematic Use of Video Games in Schooled Adolescents: The Role of Passion. Behavioral Sciences, 14(11), 992. <https://doi.org/10.3390/bs14110992>

Fumagalli, E., Shrum, J., & Lowrey, T. (2024). The Effects of Social Media Consumption on Adolescent Psychological Well-Being . Journal of the Association for Consumer Research 2024, vol 9(2), pp. 119-130. Doi: <https://doi.org/10.1086/728739>

García, P., Buil, P. & Solé, MJ. (2016). Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del “juego responsable”. Política y Sociedad, Vol 53 (2), pp. 551 - 575. Doi: https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.47921

Gujar, Suraj & Paul, Partha. (2025). Online Gambling Market Size – By Game Type, By Device Type, Forecast, 2025 – 2034. Global Market Insights. Disponible en: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/online-gambling-market>

Bibliografía

H2 Gambling Capital. (2024). Global Gambling Industry Generates \$536bn in 2023 with H2 Expecting 7% Growth Expected in 2024.
<https://h2gc.com/news/general/global-gambling-industry-generates-536bn-in-2023-with-7-growth-expected-in-2024>

Holz, Mauricio. & Morales, Pablo. (2025). Regulación de los juegos de azar en línea Los casos de Colombia, Buenos Aires, España, Italia y Reino Unido. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Asesoría técnica Parlamentaria. Disponible en:
https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/37057/1/BCN_regulaciondeplataformasenlinea_Col.Ita.BAIRES.PdI.Esp..pdf

International Telecommunication Union. (2021). Measuring digital developments, facts and figures 2021. ITU Publications, Geneva, Switzerland.

Kathela, Kathy. (17 de junio de 2024). How Social Media Affects Your Teen's Mental Health: A Parent's Guide. Yale Medicine. Recuperado el 30 de junio de 2025 de
<https://www.yalemedicine.org/news/social-media-teen-mental-health-a-parents-guide>

Lardies, F., & Victoria Potes, M. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente?. Avances En Psicología, 30(1), e2528.
<https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>

Lérida-Ayala, V., Aguilar-Parra, J. M., Collado-Soler, R., Alférez-Pastor, M., Fernández-Campoy, J. M., & Luque-de la Rosa, A. (2022). Internet and Video Games: Causes of Behavioral Disorders in Children and Teenagers. Children (Basel, Switzerland), 10(1), 86.
<https://doi.org/10.3390/children10010086>

Macintyre, Ian. (2025, 29 de enero). Tamaño del Mercado de las Apuestas Online 2015-2025. Altenar.
<https://altenar.com/es/blog/online-gambling-market-size/>

Monroy, Paula. (2024). Redes sociales y salud mental adolescente: Una sistematización de la evidencia sobre experiencias y percepciones. Universidad de Bosque, Facultad de Medicina. Bogotá D.C, Colombia.

Naciones Unidas. (s.f.). Desafíos Globales, Juventud. Recuperado el 11 de junio de 2025, de <https://www.un.org/es/global-issues/youth>

Núñez-Barriopedro, E., Sanz-Gómez, Y. & Ravina-Ripoll, R. (2020). Los videojuegos en la educación: Beneficios y perjuicios. Revista Electrónica Educare, 24(2), 240-257. Epub May 01, 2020.
<https://dx.doi.org/10.15359/ree.24-2.12>

Oluwafemi, Emmanuella. (2025). ¿Cuál es la tasa de crecimiento del iGaming? Estadísticas de la industria y cuota de mercado. Blockchain Ads. Disponible en: <https://www.blockchain-ads.com/es/post/igaming-statistics>

Osa, Norman. (2018). Efectos de los videojuegos en adolescentes a nivel emocional. Universitat de les Illes Balears. Departament de Enfermeria y Fisioterapiia.

Pérez, S., Alcalá, B. & Pérez, G. (2018). Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes. Instituto de la Juventud, Madrid. Disponible en:
https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf

Bibliografía

Rodríguez, Mónica & García, Francisca. (2021). El uso de videojuegos en adolescentes. Un problema de Salud Pública. Enfermería Global, 20 (62), 557-591. Epub 18 de mayo de 2021. Doi: <https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.438641>

Shannon, H., Bush, K., Villeneuve, P., Hellemans, K., & Guimond, S. (2022). Problematic Social Media Use in Adolescents and Young Adults: Systematic Review and Meta-analysis. JMIR Mental Health. 9 (4), e33450. Doi: 10.2196/33450

ShuftiPro. (2021). Global gambling compliance. Regulations, age checks & financial seeks.

Sirvent, C., Zamora, P., Palacios, L., Miranda, M., Rivas, C. & Moral, M.V. (2023). Guía de adicciones comportamentales. Departamento de Publicaciones Fundación Instituto Spiral.

Soto, Rodrigo. (2014). Descripción del estado actual de la adicción a los videojuegos a partir de una revisión bibliográfica integrativa. [Tesis de Grado, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional - Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/135632>

Splevins, K., Mireskandari, S., Clayton, K., & Blaszczynski, A. Prevalence of adolescent problem gambling, related harms and help-seeking behaviours among an Australian population. J Gambl Stud. 2010 Jun;26 (2): 189-204. 10.1007/s10899-009-9169-1

Tejeiro, R., Pelegrina del Río, M. & Gómez, JL. (2009). Efectos Psicosociales de los videojuegos. Comunicación, N° 7, Vol.1, año 2009, pp. 235-250. ISSN 1989-600X

Tran, L. T., Wardle, H., Colledge-Frisby, S., Taylor, S., Lynch, M., Rehm, J., Volberg, R., Marionneau, V., Saxena, S., Bunn, C., Farrell, M., & Degenhardt, L. (2024). The prevalence of gambling and problematic gambling: a systematic review and meta-analysis. The Lancet. Public health, 9(8), e594–e613. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(24\)00126-9](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(24)00126-9)

Troya, J., Perrián, N., Sánchez-Movellán, P. (2023). El impacto de las redes sociales en la salud mental. Revisión bibliográfica. Sanum 2023, 7(1), pp. 18-28. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8870904>

Valencia-Ortiz, R., Cabero-Almenara, J., Garay Ruiz, U. and Fernández Robles, B. (2021). Problems of study and investigation of addiction to online social networks in young people and adolescents. Tecnología, Ciencia y Educación, 18, 99-125.

VAN Rooij, A. J., Kuss, D. J., Griffiths, M. D., Shorter, G. W., Schoenmakers, M. T., & VAN DE Mheen, D. (2014). The (co-)occurrence of problematic video gaming, substance use, and psychosocial problems in adolescents. Journal of behavioral addictions, 3(3), 157–165. <https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.013>

Wardle, H., Degenhardt, L. , Marionneau, V., Reith, G., Livingstone, C., Sparrow, M., Tran, L., Biggar, B., Bunn, C., Farrell, M., Kesaite, V., Poznyak V., Quan, J., Rehm, J., Rintoul, A., Sharma, M., Shiffman, J., Siste, K., Ukhova, D., Volberg, R., Salifu, J. & Saxena, S. (2024). The Lancet Public Health Commission on gambling. Lancet public health, vol 9, noviembre 2024, pp. e950-e994. Disponible en: [https://www.thelancet.com/journals/lanpub/article/PIIS2468-2667\(24\)00167-1/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lanpub/article/PIIS2468-2667(24)00167-1/fulltext)

Derechos de autor y marca registrada.

Propiedad intelectual © 2025 Actitud Lab SpA.

Todos los derechos reservados.

Se prohíbe la reproducción o transmisión, total o parcial, de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico o mecánico, incluyendo fotocopiado, grabación o el uso de cualquier sistema de almacenamiento o recuperación de información, para cualquier propósito sin el permiso escrito de Actitud Lab SpA.

contacto@actitudlab.com



Autores:

Juan José Rebolledo B.
Felipe Bilbao B.
Sebastián Errázuriz A

Colaboradores:

Michelle P. Bello
Daniela Quinteros R.
Brenda Schmidt C.
Pamela Sierra G.
Belén Solís R.
Corporación de Juego Responsable (CJR)
Asociación Chilena de Casinos y Juego (AC CJ)
Fundación Ajuter - Agrupación de Jugadores en Terapia
Polla Chilena de Beneficiencia

Diseño:

Francisca Pedreros M.
Ana Galleguillos A.

Colaboradores:





copreventive.com