



MINISTERIO
DE CONSUMO

SECRETARÍA GENERAL DE
CONSUMO Y JUEGO

DIRECCIÓN GENERAL DE
ORDENACIÓN DEL JUEGO



Estudio de prevalencia de juego

2022-2023

Elaborado por la
Dirección General de Ordenación del Juego

RESUMEN EJECUTIVO

GESTIÓN, ANÁLISIS Y REDACCIÓN

Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)
Secretaría General de Consumo y Juego
MINISTERIO DE CONSUMO

AGRADECIMIENTOS

- Instituto Nacional de Estadística
- Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA) y Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (DGPNSD)
- Sección científica del Consejo Asesor de Juego Responsable:
 - D^a. Ana Estévez Gutiérrez. Profesora titular de Personalidad, Evaluación y Tratamientos. Universidad de Deusto.
 - D^a. Ángela Ibáñez Cuadrado. Jefa de sección de Psiquiatría. Hospital Universitario Ramón y Cajal.
 - D. Jose Luis Pérez Triviño. Profesor de filosofía del derecho. Universitat Pompeu Fabra.
 - D. José Manuel Recousó Ramos. Psicólogo especialista en tratamiento de adicción al juego.
 - D. Juan Francisco Navas. Profesor Ayudante Doctor del Departamento de Personalidad, Evaluación y Psicología Clínica de la Universidad Complutense de Madrid. **(COORDINADOR)**
 - D. Levi Pérez Carcedo. Profesor titular de Fundamentos del Análisis Económico. Universidad de Oviedo.
 - D^a. María Neus Aymami Sanromá. Psicóloga de la Unidad de juego patológico y otras conductas adictivas. Servicio de Psiquiatría, Salud Mental y Adicciones. Hospital Universitario de Santa María. Lleida.
 - D. Néstor Szerman Bolotner. Jefe de servicio salud mental. Retiro Hospital Universitario Gregorio Marañón.
- D^a. Susana Jiménez Murcia. Jefa de la unidad de psicología clínica. Hospital Universitario de Bellvitge.

NIPO: 068-23-037-X

CONTACTO

Dirección General de Ordenación del Juego
C/Atocha, 3 – Madrid
Correo electrónico: dgoj.publicaciones@ordenacionjuego.gob.es

INDICE

INDICE.....	3
1. Objetivos.....	4
2. Ficha técnica	4
3. Informe de resultados.....	5
4. Prevalencia de juego.....	6
a. Canal de acceso y tipo de jugador	6
b. Sexo	6
c. Edad.....	6
5. Análisis de prevalencia. Perspectiva de juego.....	7
a. Segmento y juego	7
b. Tiempo y gasto por canal y juego	7
c. Número de segmentos de juego	8
6. Análisis de riesgos según DSM-5.....	8
a. Riesgo global por tipo de jugador, sexo y edad	9
7. Análisis de riesgos. Perspectiva de juego.....	9
a. Riesgo por canal y segmento	9
b. Número de segmentos	10
8. Iniciación y motivación en el juego	10
a. Juego de iniciación.....	10
b. Motivación.....	11
9. Juego no autorizado.....	12
10. Creencias, actitudes frente al juego	12
11. Cajas botín.....	13

1. Objetivos

La Encuesta sobre Prevalencia de Juegos de Azar, EPJ 2022-2023, es una encuesta realizada por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ). El objetivo general de la encuesta es obtener el porcentaje de población española que participa en los diferentes tipos de juegos de azar y conocer el comportamiento y características de los usuarios de juego.

Los objetivos concretos del estudio son:

- Conocer la prevalencia de consumo, participación y adicciones en juegos de azar en España, tanto a nivel general como por Comunidad Autónoma, modalidad y/o tipo de juego u otros segmentos que se determinen.
- Conocer las características sociodemográficas y económicas de los consumidores.
- Conocer los patrones y perfiles de consumo de juegos de azar.
- Realizar una aproximación a los factores de riesgo.
- Analizar la prevalencia y los facilitadores de consumo en juego ilegal.
- Conocer la prevalencia de consumo con dinero en videojuegos y en videojuegos con elementos de azar y los riesgos asociados.
- Sentar las bases para el análisis longitudinal de los aspectos antes mencionados.
- Obtener información comparable entre Comunidades Autónomas.

2. Ficha técnica

ASPECTOS GENERALES	
Nombre	Estudio de prevalencia de juego 2022-2023.
Descripción de la encuesta	Encuesta en población general residente en hogares (de 15 años o más), realizada en domicilio.
Responsable de la encuesta	Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) Secretaría General de Consumo y Juego MINISTERIO DE CONSUMO
ÁMBITO DE LA ENCUESTA	
Ámbito geográfico	La encuesta se realiza en todo el territorio nacional. Los resultados son representativos a nivel nacional. Algunos datos de prevalencia son representativos a nivel de Comunidad Autónoma.
Ámbito poblacional	Población residente de 15 años o más.
Ámbito temporal	El trabajo de campo se realiza del 18 de octubre de 2022 al 4 de junio de 2023.
Periodo de referencia de la información	Algunas variables de la encuesta se refieren a los últimos 12 meses o al mismo momento de la entrevista.
DISEÑO Y CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	
Marco muestral	Población de las Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas residente en hogares familiares. La encuesta se realiza en las viviendas familiares principales de la muestra a la persona que resulte seleccionada mediante procedimiento aleatorio realizado entre todas las personas residentes en la vivienda con 15 o más años en el momento de la entrevista.
Procedimiento de muestreo	Se utiliza un muestreo trietápico con estratificación en las unidades de primera etapa. Las unidades de primera etapa son las <u>secciones censales</u> . Las unidades de segunda etapa, las <u>viviendas familiares principales</u> y, en

	<p>la tercera etapa se selecciona una <u>persona de más de 14 años en cada vivienda</u>.</p> <p>Para la selección de la muestra, se utilizó un marco de áreas formadas a partir de la relación de secciones censales existentes con referencia enero de 2022.</p> <p>Las secciones se agrupan en estratos, dentro de cada comunidad autónoma, de acuerdo con el tamaño del municipio al que pertenecen.</p> <p>Para cada comunidad autónoma se diseña una muestra independiente que la representa, por ser uno de los objetivos de la encuesta facilitar datos con este nivel de desagregación.</p> <p>En la selección de unidades de segunda etapa se ha utilizado la relación de viviendas familiares principales en cada una de las secciones seleccionadas para la muestra, obtenidas de la explotación del Padrón Continuo de habitantes más actualizado disponible.</p>
Tamaño de la muestra	20.000 viviendas titulares y 30.000 viviendas de reserva
TRABAJO DE CAMPO. RECOGIDA DE INFORMACIÓN	
Método de recogida	<p>El trabajo de campo se ha llevado a cabo en todo el territorio español. La información se ha recibido por diferentes canales de cumplimentación, cuestionario web, entrevista personal telefónica y entrevista personal en domicilio. La entrevista en domicilio fue la que demostró una mayor eficacia al concentrar el 88,01% de las respuestas.</p> <p>Cuestionario disponible en las lenguas oficiales.</p>
Cobertura	Encuestas válidas: 18711 (93.56% de cobertura)

3. Informe de resultados

El informe de resultados se presenta en formato interactivo y está disponible en la página de la Dirección General de Ordenación del Juego (www.ordenacionjuego.es/es/estudio-prevalencia)

Índice

<ul style="list-style-type: none"> Nota Metodológica (descargar pdf) Resumen Ejecutivo (descargar pdf) Cuestionario Encuesta (descargar zip) 1- Prevalencia de juego <ul style="list-style-type: none"> ● Canal de acceso y tipo de jugador (CCAA) ● Sexo, edad, estado civil (CCAA) ● Estudios, tipo de hogar, situación laboral 2- Análisis de prevalencia. Perspectiva de juego <ul style="list-style-type: none"> ● Segmento y juego ● Frecuencia por canal y juego ● Tiempo y gasto por canal y juego ● Número de segmentos y relaciones entre juegos 	<ul style="list-style-type: none"> 3- Análisis de riesgos según DSM-5 <ul style="list-style-type: none"> ● Riesgo global por tipo de jugador, sexo y edad ● Riesgo por items DSM-5 4- Análisis de riesgo. Perspectiva de juego <ul style="list-style-type: none"> ● Segmento y canal de acceso ● Número de segmentos 5- Iniciación y motivación en el juego <ul style="list-style-type: none"> ● Juego de iniciación ● Motivación 	<ul style="list-style-type: none"> 6- Juego no autorizado <ul style="list-style-type: none"> ● Presencial y online 7- Creencias, actitudes frente al juego <ul style="list-style-type: none"> ● Actitudes ● Creencias 8- Otros datos <ul style="list-style-type: none"> ● Cajas botín
--	--	--

A continuación, se ofrece un resumen de las principales conclusiones del informe.

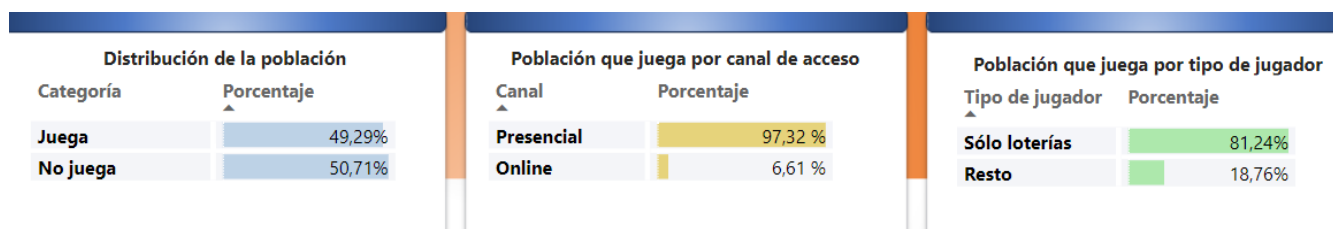
4. Prevalencia de juego

a. Canal de acceso y tipo de jugador

En 2023 un 49.29% de las personas encuestadas manifiesta haber jugado con dinero a algún juego en los últimos doce meses; el 50.71% no ha participado en ningún juego.

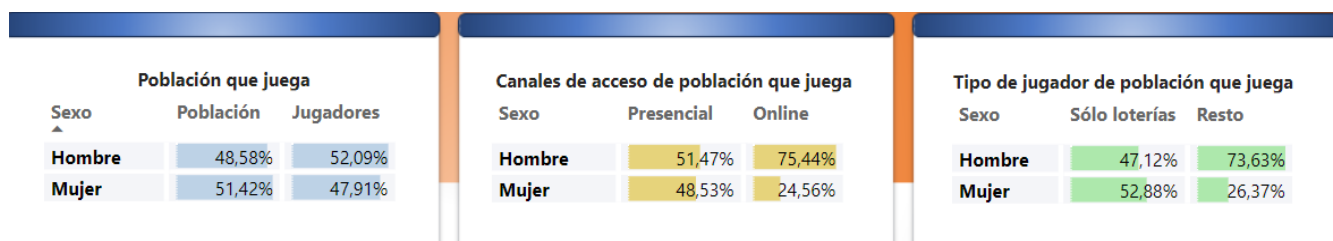
El **97,26%** de las personas que juegan lo hacen en algún juego de loterías y el **81.24%** lo hacen exclusivamente en juegos de lotería. Ante este enorme peso de los juegos de lotería en el conjunto, se ha creado una categoría específica, denominada **Tipo de jugador**, que permite analizar de manera separada ambos grupos de jugadores. Así, los jugadores del tipo Solo lotería representan el 81.24% del total y el grupo de jugadores que juegan a cualquiera de los otros tipos diferentes de juegos suponen el 18,76% (algunos de estos jugadores también lo hacen con juegos de Lotería).

Se observa una gran diferencia entre la prevalencia de juego con dinero online (el 6.61% de la población jugadora) y el juego de manera presencial (el 97.32% de la población jugadora).



b. Sexo

De las personas que juegan el 52.09% son hombres y el 47.91% mujeres. En el análisis por canales de acceso también hay una mayoría de hombres sobre mujeres en ambos canales de acceso (presencial y online) aunque principalmente en el canal online en el que representan el 75.44%. En el análisis por tipo de jugador, dentro del grupo de jugadores que solo juegan a juegos de lotería, las mujeres representan el 52.88%; en el grupo de jugadores que juegan además a otros juegos la mayoría son hombres, un 73.63%.



c. Edad

En cuanto a la edad, los jugadores del canal presencial y los que juegan solo a loterías están en los grupos de edad más altos; los jugadores del canal online y los que juegan a loterías y otros juegos están en los grupos de edad más jóvenes¹.

¹ La información que se muestra en las tablas se expresa en términos porcentuales, de acuerdo con los datos recogidos en la encuesta. A este respecto debe señalarse que, en algunos casos, los datos de que se disponen pueden ser no representativos al no haber obtenido respuestas suficientes. En estos casos, se muestra el siguiente símbolo de aviso



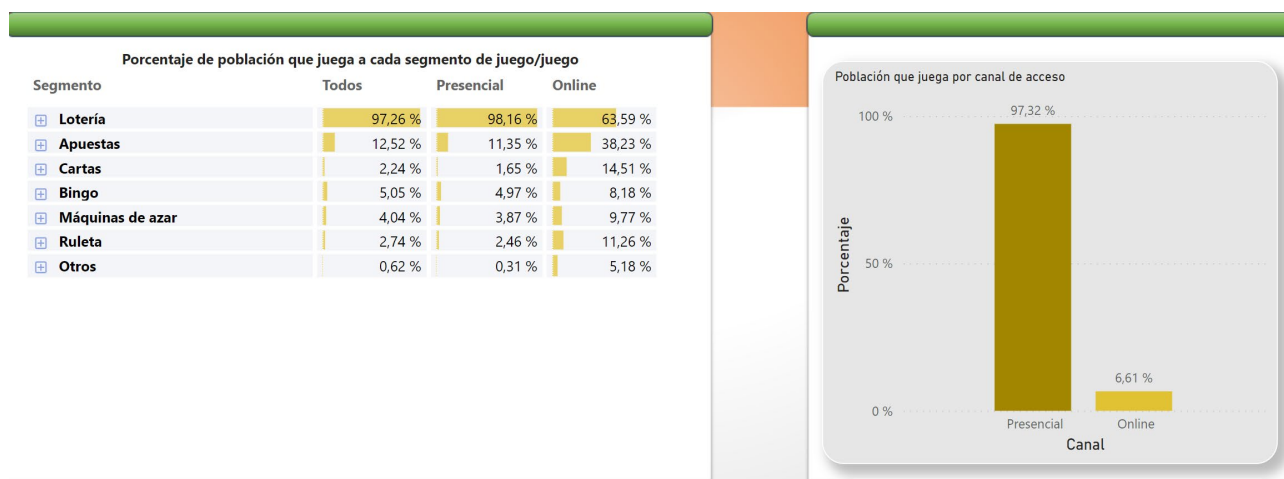
Población que juega			Canales de acceso de población que juega			Tipo de jugador de población que juega		
Rango de edad	Población	Jugadores	Rango de edad	Presencial	Online	Rango de edad	Sólo loterías	Resto
De 15 a 17 años	2,59%	0,22%	De 15 a 17 años	0,19%	0,81%	De 15 a 17 años	0,14%	0,59%
De 18 a 25 años	10,96%	6,29%	De 18 a 25 años	6,01%	22,37%	De 18 a 25 años	3,44%	18,63%
De 26 a 35 años	13,18%	11,69%	De 26 a 35 años	11,30%	23,65%	De 26 a 35 años	10,19%	18,19%
De 36 a 45 años	16,78%	17,81%	De 36 a 45 años	17,66%	23,39%	De 36 a 45 años	17,39%	19,63%
De 46 a 55 años	18,40%	21,44%	De 46 a 55 años	21,47%	19,37%	De 46 a 55 años	22,50%	16,89%
De 56 a 65 años	16,67%	19,70%	De 56 a 65 años	19,96%	7,86%	De 56 a 65 años	21,18%	13,29%
Más de 65 años	21,43%	22,85%	Más de 65 años	23,40%	2,55%	Más de 65 años	25,17%	12,79%

5. Análisis de prevalencia. Perspectiva de juego

a. Segmento y juego

Respecto a los diferentes segmentos de juego, hay un claro protagonismo del segmento de loterías, que representa un 97.26% de los jugadores, seguido por el segmento de apuestas con un 12.52%.

En los datos según el canal de acceso, se aprecian diferencias relevantes; entre aquellos que juegan de manera presencial, predominan las personas que juegan a loterías, mientras que en el canal online el segmento lotería pierde presencia a favor de otros, principalmente apuestas, juegos de cartas y ruleta.



b. Tiempo y gasto por canal y juego

El tiempo dedicado al juego se sitúa, en la mayoría de los casos, en una hora a la semana y en sesiones de juego de menos de una hora. En general, se observa una mayor cantidad de tiempo dedicada al juego en aquellas personas que han jugado online.

Media de horas por sesión/episodio			
Media de horas	Presencial	Online	Total
Menos de 1 hora	96,61%	86,17%	96,21%
Entre 1 y 3 horas	2,93%	11,18%	3,25%
Entre 4 y 5 horas	0,41%	1,87%	0,47%
Entre 6 y 8 horas	0,01%	0,10%	0,01%
Más de 8 horas	0,03%	0,69%	0,05%

Media de horas a la semana			
Media de horas	Presencial	Online	Total
Menos de 1 hora	96,46%	85,83%	96,05%
Entre 1 y 3 horas	2,84%	8,67%	3,06%
Entre 4 y 5 horas	0,41%	3,42%	0,52%
Entre 6 y 10 horas	0,16%	0,41%	0,17%
Entre 11 y 20 horas	0,08%	0,97%	0,11%
Más de 20 horas	0,05%	0,69%	0,08%

La cantidad mayor de dinero gastado en un mes por personas que han jugado se sitúa en la mayoría de los casos por debajo de 50 euros. Se observa una mayor cantidad de dinero gastada por mes en aquellas personas que han jugado online.

Gasto	Gasto mensual		Total
	Presencial	Online	
Menos de 10 €	62,20%	53,12%	61,85%
Entre 10 y 50 €	32,87%	34,49%	32,94%
Entre 50,01 y 100 €	4,15%	8,14%	4,30%
Entre 100,01 y 300 €	0,63%	2,66%	0,71%
Entre 300,01 y 500 €	0,08%	0,90%	0,11%
Más de 500 €	0,07%	0,69%	0,10%

c. Número de segmentos de juego

La gran mayoría de las personas participan en un único segmento de juego, principalmente en el grupo de juegos de loterías.

Porcentaje de población que juega a cada segmento de juego/juego	
Número de segmentos	Porcentaje de población que juega
1	83,21%
2	12,14%
3	2,60%
4 ó más	2,04%

6. Análisis de riesgos según DSM-5

En la encuesta se incorpora la escala basada en los criterios diagnósticos DSM-5² para explorar la existencia de posible juego problemático y trastorno de juego. Estas preguntas se realizan si el encuestado es mayor de edad y si participado en el juego en los últimos 12 meses.

Los síntomas evaluados en la escala DSM-5 son los siguientes:

Síntoma

- Escape
- Interferencia
- Mentir
- Necesidad de apoyo financiero
- Pérdida de control
- Preocupación
- Recuperar pérdidas
- Síndrome de abstinencia
- Tolerancia

La categorización de las participantes se realiza de la siguiente forma:

- **Sin síntomas**, cuando el jugador no presenta ninguno de los síntomas de la tabla anterior.
- **Con síntomas**, cuando el jugador presenta al menos uno de los síntomas recogidos en la tabla anterior (DSM-5 mayor o igual a uno).

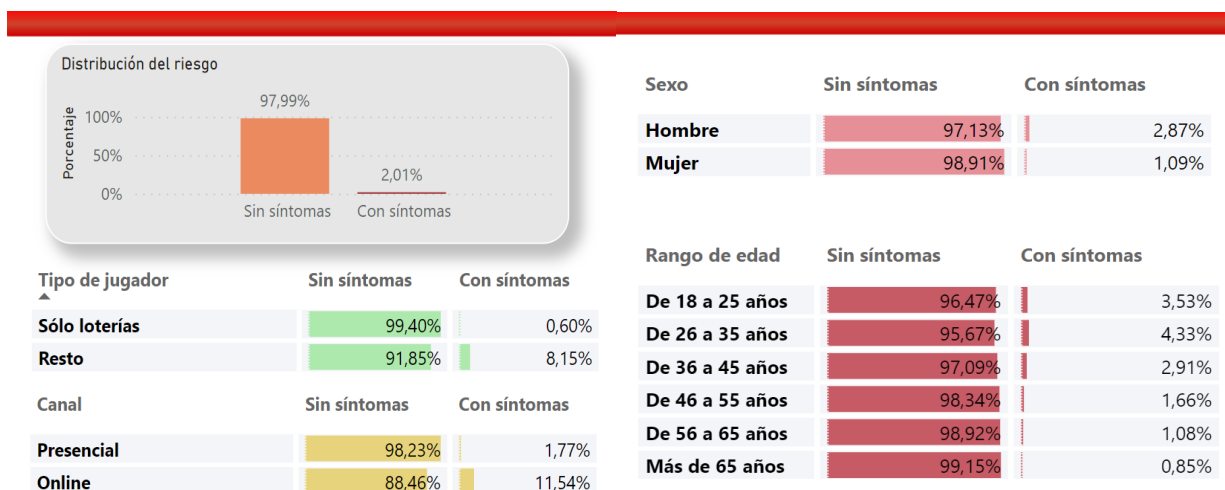
² DSM: Manual de diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (Diagnostic and Statistical Manual)

a. Riesgo global por tipo de jugador, sexo y edad

Los resultados del estudio muestran que un 2.01% de la población jugadora muestra algún síntoma de juego con problemas en los últimos 12 meses.

La presencia de síntomas de DSM-5 es menor entre la población que sólo juega a juegos de loterías (0.60%) frente a los que, además de loterías, juegan a otros juegos (8.15%). También es menor entre la población que juega presencialmente (1.77%) que entre los jugadores online (11.57%).

La presencia de síntomas de DSM-5 es menor en las mujeres y en los grupos de edad más adultos.



7. Análisis de riesgos. Perspectiva de juego

a. Riesgo por canal y segmento

Respecto a las agrupaciones de jugadores por segmentos de juego, se observa que el grupo de personas que participan en máquinas de azar, tanto en el canal presencial como en el canal online, son las que presentan una mayor proporción de jugadores con síntomas (un 21.27% de los jugadores de máquinas en presencial y un 52.56% de los jugadores de máquinas en el canal online).

En todos los segmentos se observa que en el canal online hay una mayor proporción de jugadores que presentan síntomas.

Juego presencial. Riesgo por segmento

Segmento	Sin síntomas	Con síntomas
⊕ Lotería	98,35%	1,65%
⊕ Apuestas	92,92%	7,08%
⊕ Máquinas de azar	78,73%	21,27%
⊕ Ruleta	83,01%	16,99%
⊕ Bingo	89,99%	10,01%
⊕ Cartas	80,12%	19,88%

Juego online. Riesgo por segmento

Segmento	Sin síntomas	Con síntomas
⊕ Lotería	90,51%	9,49%
⊕ Apuestas	81,72%	18,28%
⊕ Máquinas de azar	47,44%	52,56%
⊕ Ruleta	68,14%	31,86%
⊕ Bingo	70,71%	29,29%
⊕ Cartas	70,32%	29,68%

b. Número de segmentos

Se observa una relación directa entre el número de segmentos de juego en los que participa una persona y la presencia de síntomas. En el grupo de personas que han participado en más juegos diferentes - de cuatro o más de los segmentos de juego definidos - la proporción de personas con síntomas asciende al 30.03%.

Riesgo por número de segmentos

Número de segmentos	Sin síntomas	Con síntomas
⊕ 1	99,20%	0,80%
⊕ 2	96,41%	3,59%
⊕ 3	88,39%	11,61%
⊕ 4 ó más	69,97%	30,03%

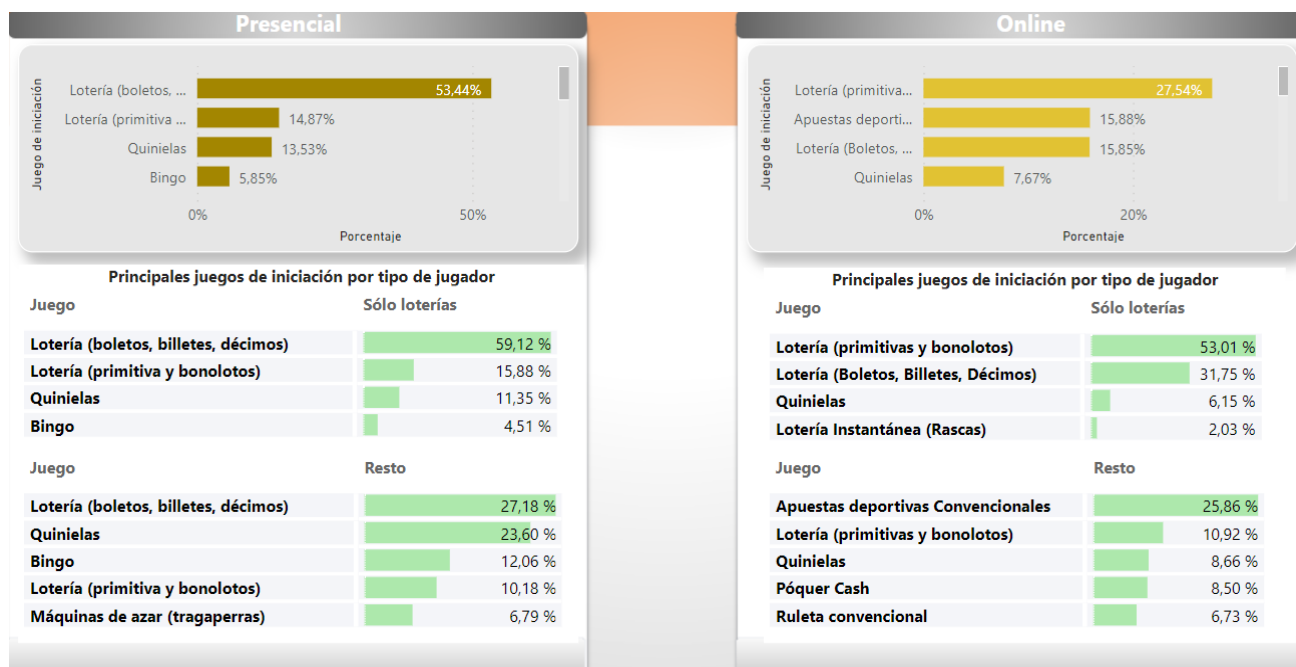
8. Iniciación y motivación en el juego

a. Juego de iniciación

Respecto al juego con el que se tuvo la primera experiencia existen también diferencias según el canal.

En el juego presencial, el juego de iniciación es la lotería pasiva (boletos, billetes, décimos). Los jugadores que también juegan a otros juegos diferentes a loterías se inician, además de con los productos de loterías, con quinielas (23.60%), bingo (12.06%) o máquinas de azar (6.79%).

En el canal online, el juego de iniciación es la lotería activa (primitivas y lotos). Los jugadores que también juegan a otros juegos diferentes a loterías se inician, además de con los productos de loterías, principalmente con apuestas deportivas convencionales (25.86%), póquer (14.93%), quinielas (10.92%) o ruleta convencional (6.73%).



b. Motivación

Los principales motivos **para jugar** que manifiestan los jugadores son ganar dinero (un 43.06% de los jugadores) y el hábito, costumbre o tradición (un 37.43%). La diversión aparece en tercer lugar en un 9.32% de las respuestas.

La mayoría de las personas con síntomas según DSM-5 juegan para ganar dinero (un 58.68%).

Motivo	Porcentaje	Sin síntomas	Con síntomas
Ganar dinero	43,06%	42,74%	58,68%
Por diversión	9,32%	9,31%	9,85%
Es un reto personal, una forma de demostrar habilidad	0,64%	0,59%	2,94%
Estar con otras personas, relaciones sociales	5,83%	5,83%	6,24%
Es un hábito, costumbre, tradición	37,43%	38,07%	5,96%
Apoyo a iniciativas sociales	1,61%	1,62%	1,41%
Evitar el aburrimiento, tedio	0,83%	0,78%	3,35%
Como una forma de evadirme o afrontar el estrés o mejorar estados de ánimo negativos	0,63%	0,50%	6,75%
Recuperar pérdidas producidas por el juego de azar	0,16%	0,07%	4,45%
Otros motivos	0,50%	0,50%	0,37%

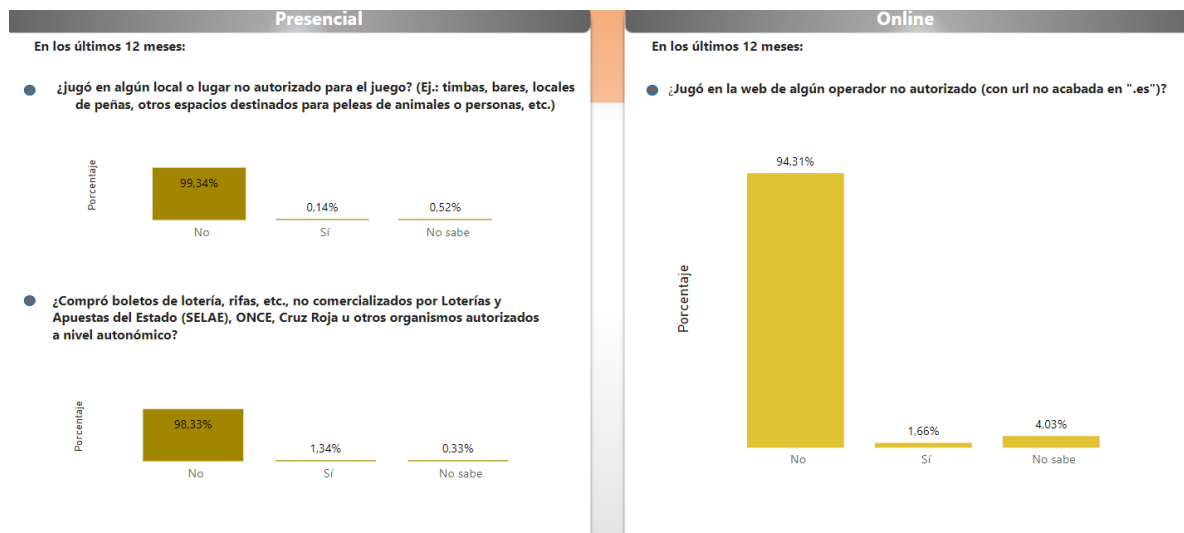
El motivo principal **para no jugar** que refieren las personas que no juegan es que no les gusta, no resulta atractivo o no les llama la atención.

Presencial	
Motivo	Porcentaje
No me gusta, no me resulta atractivo o no me llama la atención	68,48%
Es una pérdida de dinero y/o tiempo. Nunca toca. Prefiero dedicar tiempo/dinero a otras cosas	19,47%
Lo considero un riesgo, posible adicción	5,87%
No me lo puedo permitir económicamente. Es un coste que no puedo asumir	5,13%
Otros motivos	1,04%

Online	
Motivo	Porcentaje
No me gusta, no me resulta atractivo o no me llama la atención	70,67%
Es una pérdida de dinero y/o tiempo. Nunca toca. Prefiero dedicar tiempo/dinero a otras cosas	13,97%
Lo considero un riesgo, posible adicción	8,21%
Tengo problemas o no tengo conocimientos para navegar por internet	2,79%
No puedo permitirme económicamente jugar. Es un coste que no puedo asumir	2,71%
No dispongo de conexión a internet	1,03%
Otros motivos	0,55%
No puedo permitirme económicamente disponer de internet	0,08%

9. Juego no autorizado

El juego ilegal en España se mantiene en niveles bajos tanto en lo que tiene que ver con el número de personas que juega en sitios ilegales como en el conocimiento de lo que es legal e ilegal.



10. Creencias, actitudes frente al juego

La opinión mayoritaria sobre el juego es que "el juego es un vicio, una droga y a la larga se engancha uno a él" (43.37%) o "es una enfermedad" (36.02%).

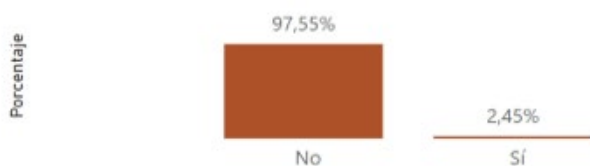
Opinión población	1-Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5-Totalmente de acuerdo
Jugar es una forma de divertirse y pasar el tiempo	39,17%	17,17%	20,65%	13,15%	9,86%
Con el juego se puede ganar dinero y mejorar la situación económica	36,85%	18,36%	18,78%	16,38%	9,64%
El juego es un vicio, una droga, y a la larga se engancha uno a él	6,04%	9,53%	16,91%	24,15%	43,37%
El juego es una enfermedad	8,09%	11,65%	21,94%	22,30%	36,02%
Los juegos tradicionales (loterías, quinielas) son buenos y los modernos (online, casino) malos	23,93%	16,32%	33,10%	13,59%	13,06%
La mayoría de las personas que juegan lo hacen de forma responsable	25,38%	20,60%	28,39%	17,60%	8,03%
El Estado debería prohibir los juegos de azar	25,95%	21,85%	26,25%	12,02%	13,93%
Las personas tienen derecho a jugar cuando lo deseen	5,53%	8,43%	24,50%	26,26%	35,27%
El juego es peligroso para la vida en familia	5,13%	10,29%	24,97%	23,83%	35,78%
Por su capacidad para generar adicción, el juego presencial es menos adictivo que el online	19,61%	13,92%	33,90%	16,33%	16,24%

11. Cajas botín

Un 2,45% de las personas entrevistadas refieren haber gastado dinero en cajas botín jugando a videojuegos, principalmente jugadores de online, hombres y en los grupos de edad más jóvenes.

Las personas que no tienen síntomas de juego problemático compran muchas menos cajas botín (2,19%) que las que sí los tienen (20,59%).

¿En los últimos doce meses ha gastado dinero en cajas botín, jugando a videojuegos?



Canal	No	Sí
Presencial	97,86%	2,14%
Online	83,79%	16,21%

Tipo de jugador	No	Sí
Sólo loterías	98,89%	1,11%
Resto	91,17%	8,83%

Riesgo	No	Sí
Sin síntomas	97,81%	2,19%
Con síntomas	79,41%	20,59%

Sexo	No	Sí
Hombre	95,89%	4,11%
Mujer	99,14%	0,86%

Rango de edad	No	Sí
De 15 a 17 años	76,26%	23,74%
De 18 a 25 años	86,21%	13,79%
De 26 a 35 años	94,43%	5,57%
De 36 a 45 años	97,20%	2,80%
De 46 a 55 años	98,37%	1,63%
De 56 a 65 años	99,75%	0,25%
Más de 65 años	99,62%	0,38%