

RESUMEN EJECUTIVO

APUESTAS ONLINE Y ADOLESCENCIA

construyendo entornos seguros

OBSERVATORIO HUMANITARIO DE LA
CRUZ ROJA ARGENTINA

CENTRO DE REFERENCIA IFRC / RC³

ENCUESTA NACIONAL EN ESCUELAS SECUNDARIAS | ARGENTINA,
2025



www.cruzroja.org.ar/observatorio-humanitario

INFORME COMPLETO

Accedé al informe completo a través del [formulario](#) de solicitud.

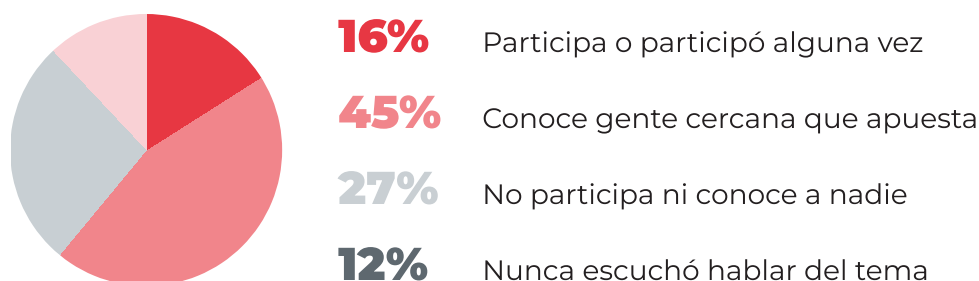
Consultas: observatorio@cruzroja.org.ar

Ficha técnica · 11.421 casos válidos · 231 escuelas · 16 provincias · 13 a 18 años · campo agosto-octubre de 2025 · encuesta presencial autoadministrada

1. LA MAGNITUD: 6 DE CADA 10 ADOLESCENTES ESTÁN ALCANZADOS

GRÁFICO 1

Experiencia con las apuestas online



61%

expuesto al fenómeno

Base: total de adolescentes encuestados (11.421 casos).

El dato relevante no es solo la prevalencia (16%), sino la circulación social: casi la mitad de quienes nunca apostaron tienen a alguien cercano que sí lo hace. La práctica es visible, comentada y normalizada en las redes juveniles.

La participación se cuadruplica entre los 13 y los 18 años (del 6% al 24%) y los varones apuestan tres veces más que las mujeres (24% vs. 8%).

2. CÓMO ENTRAN: TRES CAPAS DE MOTIVACIÓN

GRÁFICO 2

Principales motivaciones para participar



Base: adolescentes con experiencia directa. Respuesta múltiple: los porcentajes pueden superar el 100%.

La entrada se vive como juego, no como riesgo. Sobre esa base operan la narrativa del "dinero fácil", la captación comercial (el 44% recibió un bono siendo menor de edad) y el entorno: 4 de cada 10 tienen adultos cercanos que también apuestan.

3. INFRAESTRUCTURA DEL ACCESO

83%

apuesta desde su **celular propio**.

83%

paga con **billeteiras virtuales**.

Base: adolescentes con experiencia directa en apuestas online.

La apuesta adolescente es individual, móvil y digital, fuera de todo campo de visión adulta. El 12% (1 de cada 8) quedó debiendo dinero. Las plataformas de pago son el nodo donde el control de edad podría ejercerse y hoy no se ejerce.

4. PUBLICIDAD: ALCANCE UNIVERSAL, PREVIO AL CONSUMO

TABLA 1

Exposición a publicidad de apuestas

Canal	Participa	Conoce	No conoce
Redes sociales / medios	78%	79%	71%
Influencers o famosos	76%	75%	66%

Base: total de encuestados, según nivel de vinculación.

Incluso quienes no participan ni conocen a nadie declaran exposición del 55% al 71%: la publicidad no sigue al consumo, lo precede y alcanza a la totalidad del universo adolescente.

5. RIESGOS: ALTA CONCIENCIA, BAJA PREOCUPACIÓN

79-89% reconoce que **genera adicción**

74-86% prevé **problemas económicos**

69-79% asocia las apuestas a **ansiedad o malestar**

Rango entre los tres niveles de vinculación.

La conciencia del riesgo, sin embargo, no se traduce en preocupación: solo el **20%** de quienes apuestan dice preocuparse mucho o bastante, contra el 36-39% de quienes no participan.

"Quienes están más cerca de la práctica perciben menos riesgo. La cercanía anestesia."

6. REGULACIÓN: BRECHA ENTRE LA NORMA Y LA REALIDAD DIGITAL

El problema no es de desconocimiento: el **61-68%** sabe que existe una edad mínima y el consenso sobre los 18 años es amplio (**84-86%**). El problema es de aplicación: **8 de cada 10** afirman que los controles no funcionan y el **93%** de quienes participan considera fácil o muy fácil acceder.

78-85%

dice que **no existen medidas suficientes** para impedir el acceso de menores.

51-66%

no puede distinguir una **plataforma habilitada de una ilegal**.

7. EL SILENCIO DE LOS ENTORNOS PROTECTORES

84-87%

habla **poco o nunca** del tema en el hogar.

78-79%

habla **poco o nunca** del tema en la escuela.

Un fenómeno que alcanza al 61% de los adolescentes casi no se conversa donde podría detectarse tempranamente. La demanda, en cambio, es clara: el **75%** pide controles más estrictos, 4 de cada 10 talleres educativos, y la herramienta más valorada es poder contarle a un adulto cercano sin sentirse juzgado/a.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El acceso está técnicamente resuelto y sin barreras efectivas; la publicidad precede al consumo; la normalización opera entre pares y adultos; y los entornos protectores, que concentran la demanda de acompañamiento, están en silencio.

- 1 Responsabilizar a las plataformas:** bloqueo de dominios ilegales y validación de identidad y fondos en billeteras virtuales.
- 2 Regular la publicidad:** prohibir la promoción encubierta y fijar códigos de ética digital para influencers y figuras públicas.
- 3 Fortalecer entornos protectores:** alfabetización digital crítica en la escuela y diálogo preventivo en el hogar, sin punitivismo.
- 4 Redes de acompañamiento entre pares:** convertir la vía principal de iniciación en espacio estratégico de prevención.
- 5 Campañas co-creadas con adolescentes** para desactivar la narrativa del "ganar fácil".
- 6 Herramientas prácticas:** educación financiera y pautas para distinguir sitios legales de ilegales.