



Memoria

2024 — 2025

"Eppur si muove".
Galileo Galilei, 1633

Introducción: frente a los retos, un sector comprometido por seguir avanzando.



Introducción: frente a los retos, un sector comprometido por seguir avanzando.

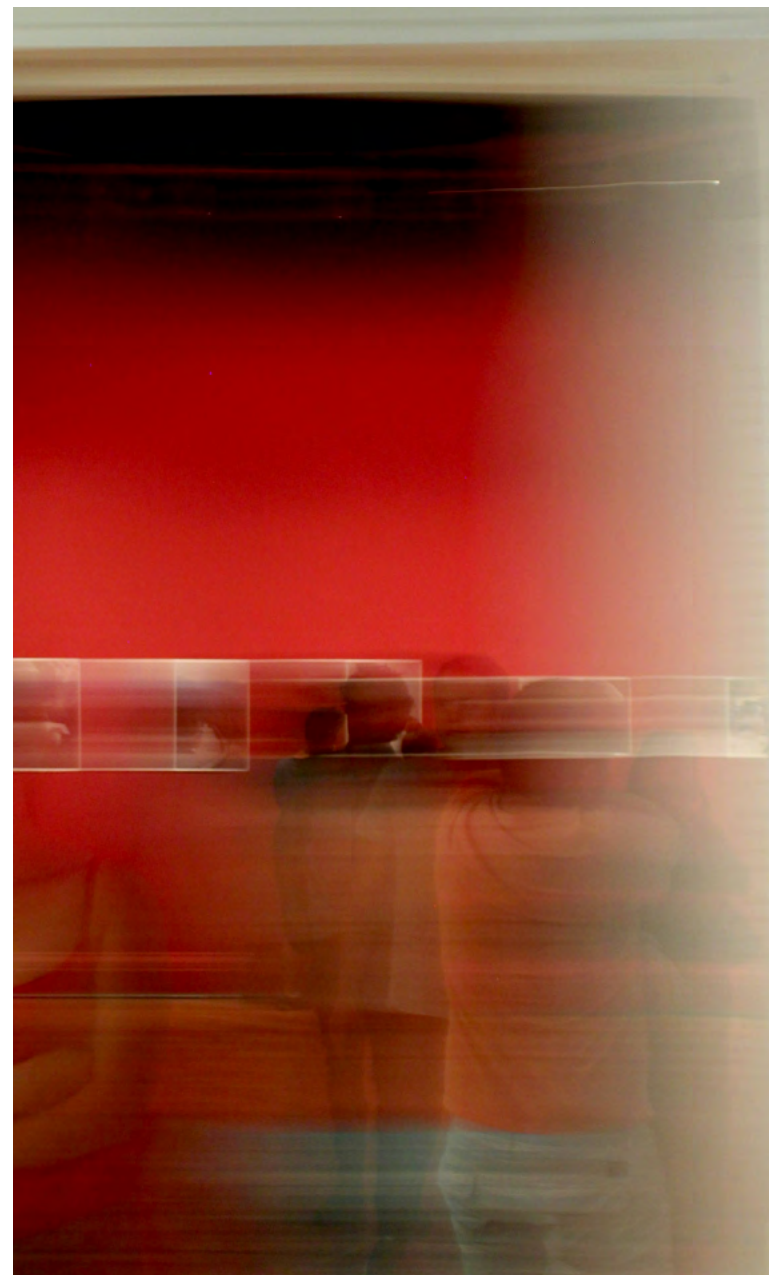
Una carrera de obstáculos

El sector del juego online se encamina a cerrar **otro año más de crecimiento en España**. Una situación económica favorable que se confirma por tercer año consecutivo: si en 2023 se superó, por primera vez, la barrera de los 1.000 millones de euros en GGR, en 2024 este volumen ascendió hasta los 1.400 millones de euros. **Una tendencia creciente que, a la luz de los datos conocidos en los dos primeros trimestres de 2025, parece confirmarse.**

Un desempeño económico que se logra, no sin esfuerzo y obstáculos en el camino, en un **entorno regulatorio complejo para el sector, ajeno a las necesidades y singularidades de los operadores** y elaborado, como ya viene siendo habitual desde hace años, de espaldas al mismo. A los ya conocidos reales decretos de publicidad (958/2020) y entornos más seguros de juego (176/2023) -normas que tuvieron un ineludible impacto en el sector y que obligaron a los operadores a un importante esfuerzo económico y técni-

co- se suma este año el nuevo **Real Decreto de Límites Conjuntos de Depósito**, medida amparada bajo el paraguas del juego seguro, aunque de necesidad y oportunidad insuficientemente justificadas.

Oleada regulatoria que, en línea con la **práctica habitual de diálogo cero con la industria por parte de la Dirección General de Ordenación de Juego (DGOJ)**, se intensifica, en un contexto de aparente urgencia preelectoral: antes de cerrar el año, la DGOJ ha decidido presentar dos nuevas exigencias normativas. Por un lado, el **algoritmo de detección de comportamientos de riesgo**, cuya puesta en marcha entraña, como el decreto de límites conjuntos, **dificultades técnicas y logísticas adicionales**, particularmente lesivas para operadores pequeños y medianos, ya fuertemente limitados en su capacidad competitiva. Por otro lado, **el ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 anuncia nuevos requerimientos** en el marco del Real Decreto 958/2020 para obligar a los



Introducción: frente a los retos, un sector comprometido por seguir avanzando.

4

operadores a introducir nuevos avisos sobre el riesgo del juego, en sustitución de los ya existentes, aparentemente insuficientes e ineficaces a ojos del regulador. Una medida que, en cualquier caso, solo afectará a operadores privados, dejando de lado de nuevo al juego público, que parece no plantear, a ojos del regulador, ningún riesgo para el usuario.

Medidas todas que **limitan el margen de acción de los operadores**, que reducen su nivel competitivo y que, en último término, **impactan negativamente en su atractivo frente al jugador**. La experiencia de los usuarios se ve obstaculizada, tanto que, en este contexto de hiperregulación, muchos de ellos podrían verse **empujados hacia alternativas fuera de la ley**, con los riesgos y consecuencias negativas que esto implica tanto para el usuario en sí como para los operadores con licencia. Conviene recordar que, en el mercado no regulado, no existen todas esas medidas de prevención y protección del jugador -límites de depósito, límites de sesión, mensajes de aviso, etc.-. **Tales políticas se vuelven ineficaces en una práctica, la del juego ilegal, que crece en España.**

Por lo demás, son precisamente los jugadores más jóvenes aquellos que presentan mayor desconocimiento de las diferencias entre el juego regulado y el no regulado y, por tanto, los más vulnerables frente a este fenómeno.

Por ello, Jdigital ha decidido liderar la conversación en torno a este problema, cada vez mayor: junto a EY, **hemos lanzado el primer estudio sobre juego no regulado en España**. A partir de una sólida encuesta, el informe pretende conocer el nivel de conocimiento del usuario sobre la oferta no regulada, así como los incentivos y atractivos que lo empujan a decidirse por ello. Asimismo, esperamos que este informe sirva también como fuente de referencia no solo para nuestro país, sino también para Europa, de cara a una posible réplica del mismo en otros mercados de nuestro entorno. Sus resultados, que se conocerán a partir de la **presentación definitiva el 27 de noviembre**, buscan así contribuir al debate sobre el juego no regulado y la necesidad de tomar medidas para combatirlo y limitarlo.

En definitiva, un sector que, a pesar de la vorágine legislativa y de la falta de respuestas por parte del regulador, continúa moviéndose, creciendo, avanzando a paso firme. Un sector que, en un contexto cada vez más desafiante, demuestra su resiliencia y su capacidad de transformación, y que aspira a seguir haciéndolo un año más.

Lideramos la conversación:
este año hemos lanzado el
primer estudio sobre juego
no regulado en España.

Informes trimestrales: descripción y análisis



Informes trimestrales: descripción y análisis

Los informes trimestrales publicados por la Dirección General de Ordenación del Juego reflejan una tendencia favorable en la evolución económica del sector.

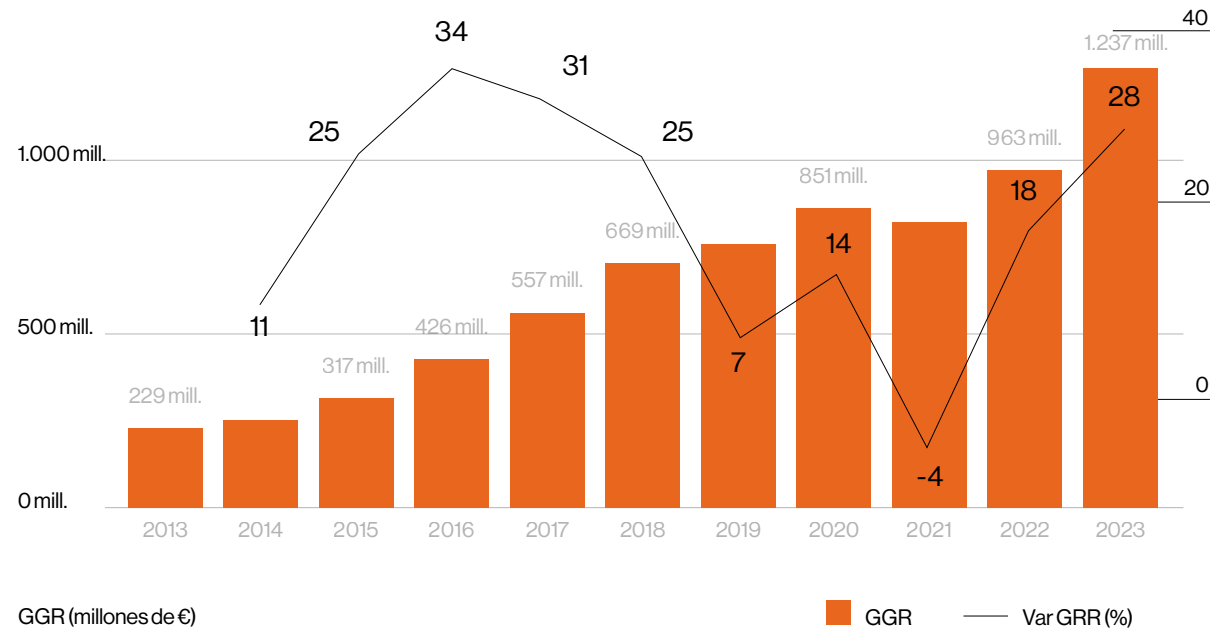


Informes trimestrales: descripción y análisis

2024: otro año de crecimiento

En 2024, el sector cerró el ejercicio con un **Gross Gaming Revenue (GGR) de 1.454,59 millones de euros**, lo que supone un crecimiento del 17,61% respecto al año anterior. Estas cifras reflejan la consolidación y maduración del mercado, que se confirma como un espacio de entretenimiento seguro y sostenible.

En cuanto a la distribución por segmentos, el Casino lidera la actividad con 730,71 millones de euros (50,23%), seguido de las Apuestas con 608,85 millones (41,86%). El Póquer alcanzó 100,08 millones (6,88%), mientras que el Bingo registró 14,94 millones (1,06%). Por su parte, los Concursos experimentaron una disminución del -98,53% en tasa de variación anual.

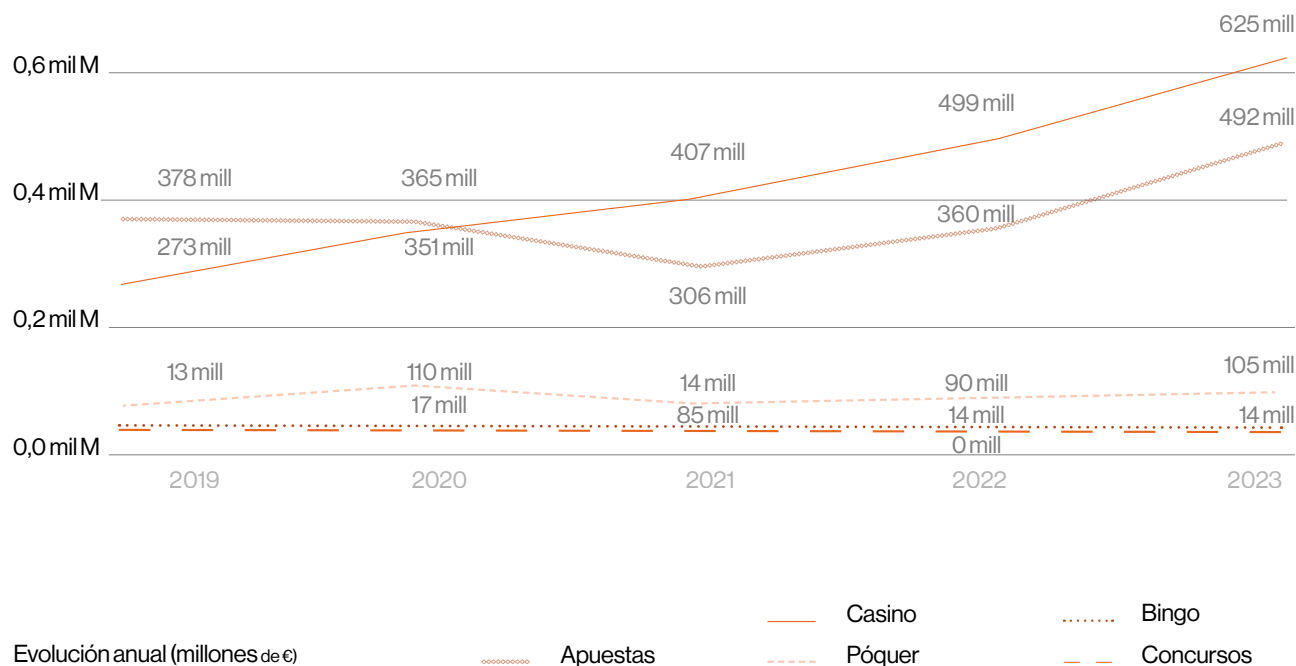


Informes trimestrales: descripción y análisis

Los juegos de casino reafirman su papel como motor principal de la actividad

En 2024, el segmento de casino registró un crecimiento del 16,96% en su tasa de variación anual, impulsado principalmente por el buen rendimiento de las máquinas de azar. Desde su incorporación en 2015, este producto ha consolidado una presencia creciente, situándose con una cuota de mercado cada vez más destacada frente al resto de segmentos.

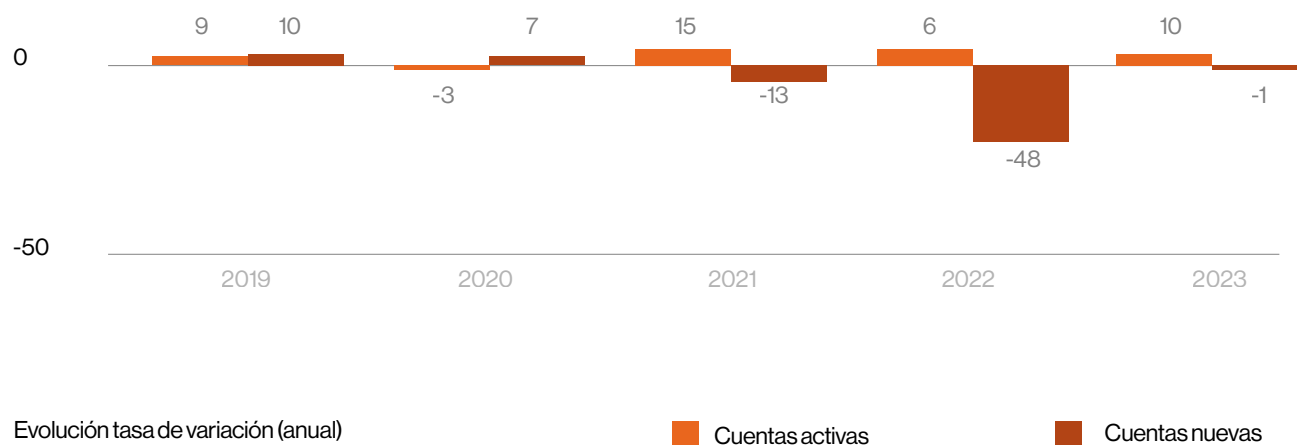
Por su parte, el segmento Apuestas tiene una tasa de crecimiento respecto al año anterior del 23,80%. El aumento de las apuestas deportivas de contrapartida convencionales (23,69%) y en directo (24,05%) han propiciado este crecimiento. Asimismo, las otras apuestas de contrapartida crecieron un 33,45%, mientras que las hípicas cayeron un 16,99%.



Informes trimestrales: descripción y análisis

Más cuentas activas, menos usuarios ocasionales

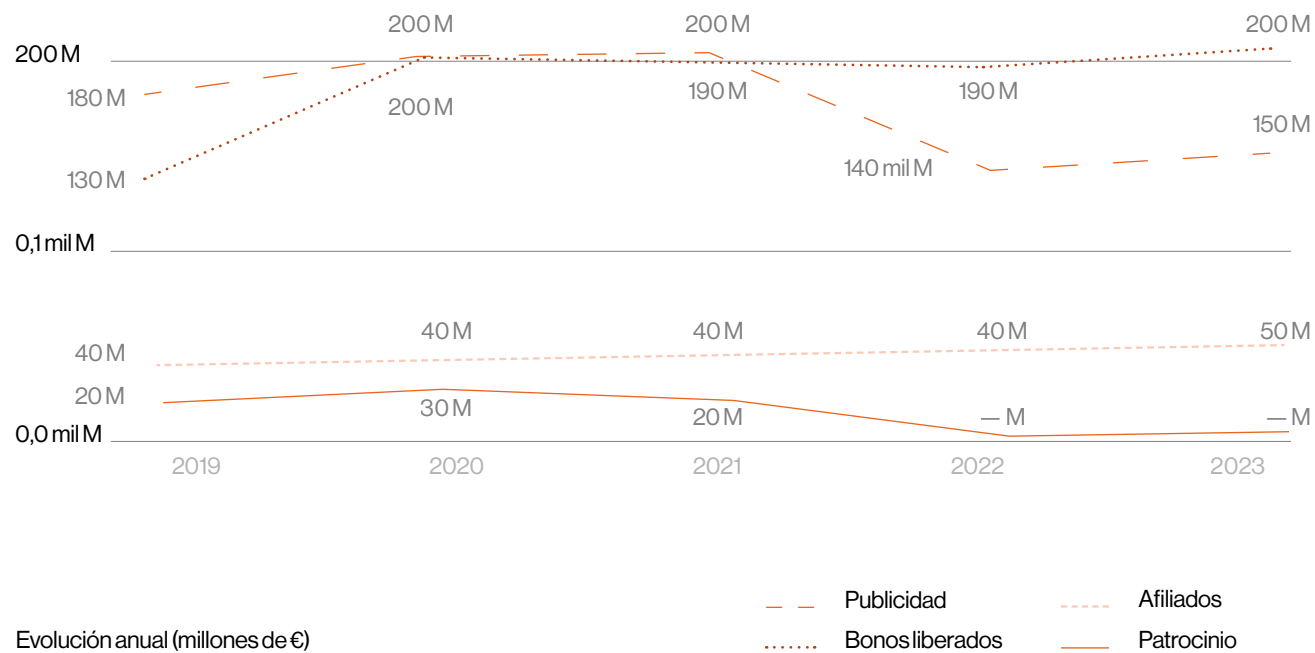
En 2024, el número medio mensual de cuentas activas alcanzó las 1.433.715, lo que supone un incremento del 23,48% respecto al año anterior. La media mensual de nuevas altas también creció, situándose en 151.898 usuarios (+34,73%). Un mayor volumen de usuarios activos implica la necesidad de seguir innovando en productos, experiencia digital y comunicación responsable, manteniendo el atractivo del canal regulado frente a otras formas de ocio.



Informes trimestrales: descripción y análisis

Incremento de bonos liberados

La inversión en marketing sigue al alza y supera los 526 millones de euros, un 30,36% más que el año anterior. El desglose de esta inversión revela un incremento de la publicidad (37,17%) y las promociones (30,84%), seguido del patrocinio (14,01%) y afiliados (10,27%).

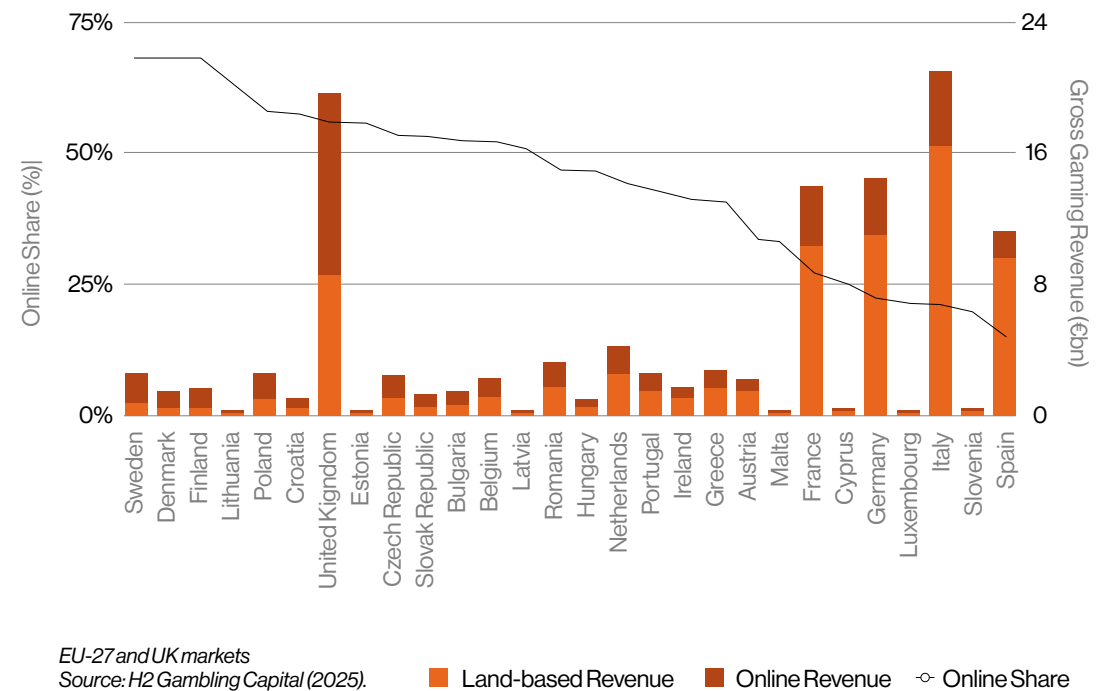


Cifras 2025

Los informes publicados por la DGOJ en 2025, correspondientes al primer y segundo trimestre del año, muestran una continuación en la **tendencia de crecimiento de la industria del juego online**, que se corresponde con la de otros verticales del comercio digital como por ejemplo las agencias de viajes, transporte aéreo, moda o servicios financieros.

El GGR del 1º trimestre roza los 400 millones de euros y, aunque supone una disminución del -2,68% respecto al trimestre anterior, ha aumentado un 13,68% respecto al mismo trimestre de 2024. En cuanto al 2º trimestre, el GGR ha alcanzado los 410,26 millones de euros, un 2,79% más en comparación con el trimestre anterior y un aumento del 18,60% en relación con el mismo trimestre de 2024.

A pesar de mantener su tendencia de crecimiento, **el juego online continúa representando una parte relativamente reducida del mercado en España** — apenas un 14,2 % frente al 85,8 % del juego presencial —. Esta proporción contrasta con la de otros países europeos, donde en casi la mitad de los casos el canal online ya supera el 50 % de los ingresos totales del sector, incluso en un contexto de repunte cada vez más visible del juego ilegal.



Informe EDADES / ESTUDES 2024

Población de 15 a 64 años (EDADES)

Según el Informe EDADES 2024, **el 53,8% de la población española de entre 15 y 64 años ha participado en algún tipo de juego de azar**, ya sea online o presencial. La tendencia a la baja en la prevalencia del juego, iniciada en 2022, continúa consolidándose, con descensos observados tanto entre hombres como entre mujeres.

El juego presencial sigue concentrando la mayor parte de la participación de la sociedad (52,9%), muy por encima del juego online (5,5%), a pesar de la alarma social que se genera desde algunas instancias. Entre las modalidades más populares, las apuestas deportivas — pese a la pérdida continuada de jugadores — y la lotería se mantienen como las principales opciones, con un 36% y un 33% de participación, respectivamente.

En cuanto al gasto, la cantidad media desembolsada en un solo día por quienes han jugado, ya sea en formato presencial o digital, se sitúa entre los 6 y los 30 euros.

La edad media de primer contacto con los juegos de azar también muestra diferencias significativas entre ambas modalidades: 24,1 años en el juego presencial y 27,5 años en el online. En comparación con 2022, se observa un comienzo más tardío, tanto en el entorno presencial como en el digital.

Fuente: Informe sobre adicciones comportamentales y otros trastornos adictivos 2024

Informe EDADES / ESTUDES 2024

Población de 15 a 64 años (EDADES)

Según el Informe EDADES 2024, el 53,8% de la población española de entre 15 y 64 años ha participado en algún tipo de juego de azar, ya sea online o presencial. La tendencia a la baja en la prevalencia del juego, iniciada en 2022, continúa consolidándose, con descensos observados tanto entre hombres como entre mujeres.

El juego presencial sigue concentrando la mayor parte de la participación de la sociedad (52,9%), muy por encima del juego online (5,5%), a pesar de la alarma social que se genera desde algunas instancias. Entre las modalidades más populares, las apuestas deportivas — pese a la pérdida continuada de jugadores — y la lotería se mantienen como las principales opciones, con un 36% y un 33% de participación, respectivamente.

En cuanto al gasto, la cantidad media desembolsada en un solo día por quienes han jugado, ya sea en formato presencial o digital, se sitúa entre los 6 y los 30 euros.

La edad media de primer contacto con los juegos de azar también muestra diferencias significativas entre ambas modalidades: 24,1 años en el juego presencial y 27,5 años en el online. En comparación con 2022, se observa un comienzo más tardío, tanto en el entorno presencial como en el digital.

Fuente: Informe sobre adicciones comportamentales y otros trastornos adictivos 2024

Población de 14 a 18 años (ESTUDES)

Según los datos del estudio ESTUDES 2023, el **21,5% de los encuestados de entre 14 y 18 años** reconoce haber participado en juegos con dinero, tanto en formato online como presencial.

Se observan diferencias destacadas por sexo: mientras que el 29,4% de los chicos ha jugado con dinero, solo el 13,3% de las chicas declara haberlo hecho. En conjunto, el juego presencial continúa siendo el más habitual (17,7%) frente al online (10,7%).

Más allá de los juegos de azar, resulta relevante que la mayoría de los **jóvenes jugadores ha destinado dinero principalmente a videojuegos** (51,5%), seguidos — a bastante distancia — por las apuestas (35,2%) y las criptomonedas (26,8%).

Informe EDADES / ESTUDES 2024

Población de 15 a 64 años (EDADES)

Según el Informe EDADES 2024, el 53,8% de la población española de entre 15 y 64 años ha participado en algún tipo de juego de azar, ya sea online o presencial. La tendencia a la baja en la prevalencia del juego, iniciada en 2022, continúa consolidándose, con descensos observados tanto entre hombres como entre mujeres.

El juego presencial sigue concentrando la mayor parte de la participación de la sociedad (52,9%), muy por encima del juego online (5,5%), a pesar de la alarma social que se genera desde algunas instancias. Entre las modalidades más populares, las apuestas deportivas — pese a la pérdida continuada de jugadores — y la lotería se mantienen como las principales opciones, con un 36% y un 33% de participación, respectivamente.

En cuanto al gasto, la cantidad media desembolsada en un solo día por quienes han jugado, ya sea en formato presencial o digital, se sitúa entre los 6 y los 30 euros.

La edad media de primer contacto con los juegos de azar también muestra diferencias significativas entre ambas modalidades: 24,1 años en el juego presencial y 27,5 años en el online. En comparación con 2022, se observa un comienzo más tardío, tanto en el entorno presencial como en el digital.

Fuente: Informe sobre adicciones comportamentales y otros trastornos adictivos 2024

Población de 14 a 18 años (ESTUDES)

Según los datos del estudio ESTUDES 2023, el 21,5% de los encuestados de entre 14 y 18 años reconoce haber participado en juegos con dinero, tanto en formato online como presencial.

Se observan diferencias destacadas por sexo: mientras que el 29,4% de los chicos ha jugado con dinero, solo el 13,3% de las chicas declara haberlo hecho. En conjunto, el juego presencial continúa siendo el más habitual (17,7%) frente al online (10,7%).

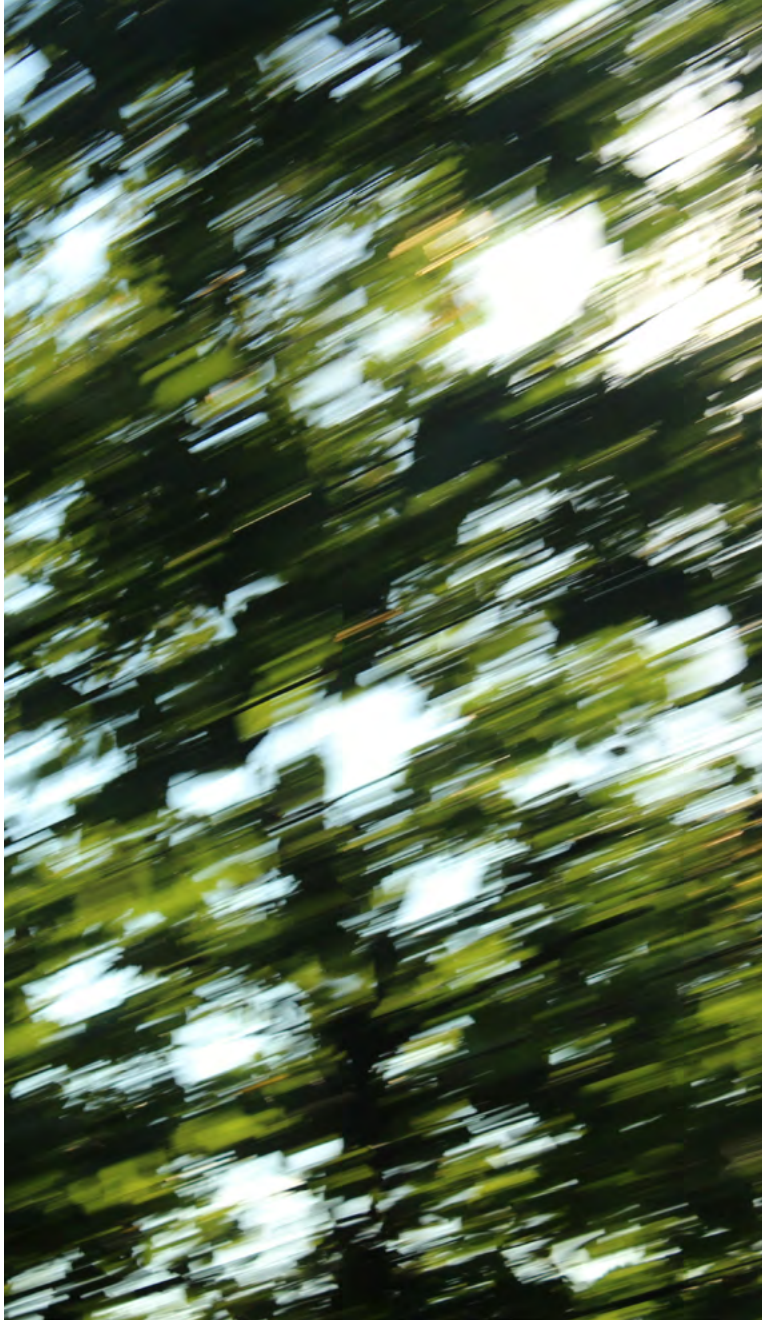
Más allá de los juegos de azar, resulta relevante que la mayoría de los jóvenes jugadores ha destinado dinero principalmente a videojuegos (51,5%), seguidos —a bastante distancia— por las apuestas (35,2%) y las criptomonedas (26,8%).

El juego problemático

Tanto la encuesta EDADES (población de 15 a 64 años) como la encuesta ESTUDES (jóvenes de 14 a 18 años) confirman una **disminución en la prevalencia del posible juego problemático**.

En el grupo de población de 15 a 64 años, la proporción de personas con indicios de juego problemático se ha reducido del 2,6% en 2018 al 1,4% en 2024.

Entre los estudiantes de 14 a 18 años, la tendencia también es descendente, pasando del 4,7% al 4%. Esta mejora resulta especialmente significativa en el caso de los hombres, cuyo porcentaje ha pasado del 7,6% en 2019 al 6% en 2023.



Hitos regulatorios y políticos

Real Decreto por el que se establecen límites conjuntos de depósito

Con su aprobación prevista para el verano de 2025, el Proyecto de Real Decreto **volvió al trámite TRIS durante el mes de octubre**, con fecha límite establecida para el 20 de enero de 2026. Debido a este nuevo envío a las instancias europeas, la aprobación del Real Decreto se retrasa, posiblemente, al primer trimestre del año próximo.

Elaboración de un mecanismo de detección de comportamientos de riesgo

La DGOJ elevó a audiencia pública el **mecanismo de detección de comportamientos de riesgo**, iniciativa derivada del Real Decreto 176/2023 de Entornos más Seguros de Juego. El objetivo de esta regulación es el de establecer **criterios y umbrales comunes, con carácter obligatorio a todos los operadores**, para categorizar de forma homogénea los jugadores en riesgo. A falta de su aprobación definitiva, Jdigital remitió alegaciones al texto propuesto, considerando la medida desproporcionada, ineficaz y sin justificación técnica y jurídica adecuada. El mecanismo es excesivamente complejo (61 indicadores) e impone restricciones obligatorias de seis meses sin revisión, lo que podría generar estigmatización y el desplazamiento de jugadores al mercado ilegal. Además, el mecanismo, tal y como se propone, **introduce desventajas competitivas entre operadores y requiere un plazo razonable de implementación**.



Hitos regulatorios y políticos

Tramitación de la Ley de Servicios de Atención a la Clientela

Una de las principales novedades legislativas del año ha sido la tramitación en el Congreso de los Diputados del **Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela**. Entre las numerosas enmiendas presentadas, los grupos parlamentarios Socialista y Sumar han presentado una enmienda dirigida específicamente al sector del juego, fuera del ámbito de la presente ley, lo que en la jerga parlamentaria se conoce como “enmienda intrusa”. La enmienda contempla lo siguiente:

(1) **Reintroducción de los límites publicitarios** del RD 958/2020, anulados por el Tribunal Supremo, a través de una modificación de la Ley 13/2011, de regulación del juego.

(2) Modificación de esta misma ley para exigir **nuevos requisitos a los medios de pago y proveedores**, estableciendo un nuevo Registro Estatal de Proveedores, todo ello con la intención de combatir el juego ilegal.

A pesar de la insistencia por recuperar los límites publicitarios, el Código de Conducta se ha mantenido en todo momento vigente, demostrando la responsabilidad del sector tras la sentencia del Tribunal Supremo.

Nuevos mensajes obligatorios para alertar de los riesgos del juego

Siguiendo el anuncio del ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Pablo Bustinduy, la DGOJ ha elaborado un Proyecto de Resolución por el que se establecen **nuevos mensajes obligatorios que los operadores deberán introducir para alertar de los riesgos del juego problemático**. Estos nuevos mensajes, similares a los que ya aparecen en sectores como el del tabaco o las bebidas alcohólicas, consisten en los siguientes:

“La ludopatía es un riesgo del juego”

“La probabilidad de ser un jugador que pierde dinero es del 75%”

“Las pérdidas del total de jugadores superan en 4 veces sus ganancias”

Se trata, de nuevo, de una medida anunciada y elaborada de espaldas al sector, que continúa contribuyendo a la estigmatización del operador regulado. Jdigital ha presentado alegaciones durante el periodo de participación pública.

El 2024-2025 para Jdigital



Hitos de posicionamiento

11.24

01.25

02.25

Celebración de la jornada sectorial “El juego online frente al espejo”, organizada junto a Europea Press, que reunió a los principales actores del sector y expertos en regulación del juego. Durante las diferentes mesas redondas plateadas se debatió sobre el impacto de la regulación en el mercado de juego y sus posibles consecuencias en el crecimiento de la oferta ilegal.

ICE Barcelona 2025. Reunión con la DGOJ para comentar los principales retos sectoriales del año.

Reunión con SEPBLAC y DGOJ sobre lucha contra el blanqueo de capitales.

Reunión con el Grupo Parlamentario Popular sobre situación general del sector del juego.

Reunión con CEOE.

Hitos de posicionamiento

05.25

06.25

09.25

Reunión con el secretario general de Consumo y Juego, Andrés Barragán.

Reunión sobre **Protocolo PACS** con la DGOJ.

Reunión con el Grupo Parlamentario Popular sobre la Ley de Servicios de Atención a la Clientela.

Participación de Jorge Hinojosa en Bet on Ceuta.

Participación en la mesa redonda sobre **protocolo PACS** en Melilla.

Participación en **Gaming in Spain 2025**.
Premios Jdigital 2025.

SBC Lisboa 2025.

Presentación de alegaciones al **mecanismo de detección de comportamientos de riesgo**.

Hitos de posicionamiento

10.25

11.25

XVIII Viaje a Melilla: Jorge Hinojosa participa en el curso de formación en juego online, organizado por la ciudad de Melilla y AJOM

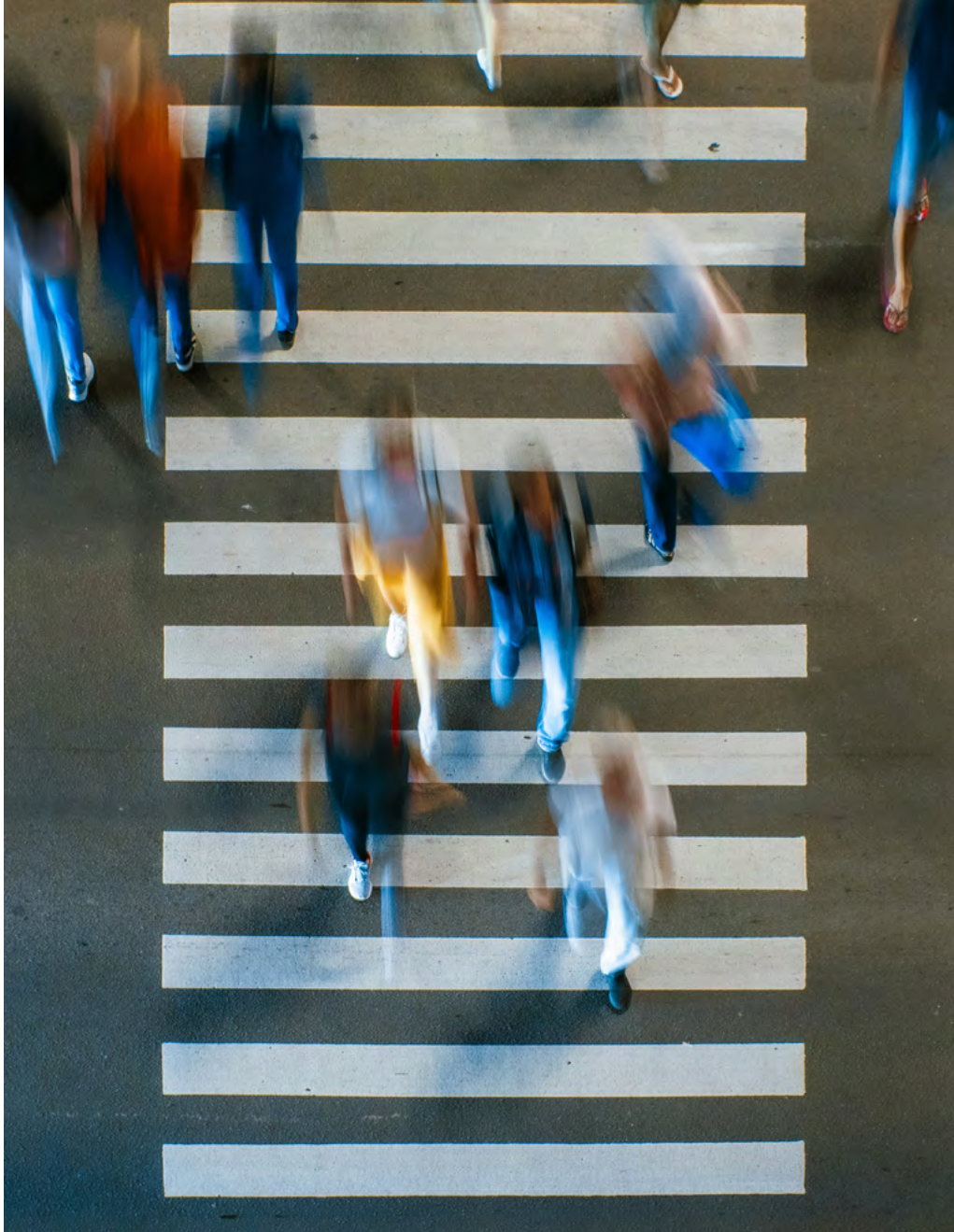
Congreso de Juego de Castilla y León:

Jorge Hinojosa participó en una de las mesas redondas, dedicadas a regulación del juego online.

Ley de Servicios de Atención a la Clientela: el Congreso aprueba el Proyecto de Ley, que pasa al Senado. Se introduce una enmienda transaccional vinculada al sector del juego.

Jornada sectorial de Jdigital: se presenta el Estudio sobre juego online ilegal, elaborado en colaboración con EY.





Estudio de Juego Ilegal de EY

Jdigital ha lanzado el primer estudio sobre el mercado no regulado de juego online en España, de la mano de EY.

El estudio responde a dos necesidades: por un lado, **visibilizar un fenómeno cada vez más importante en nuestro sector**, que impacta negativamente tanto en el mercado como en la protección del jugador, a la vez que se ofrecen datos concretos y magnitudes que informen y favorezcan el diseño de políticas públicas contra el juego ilegal.

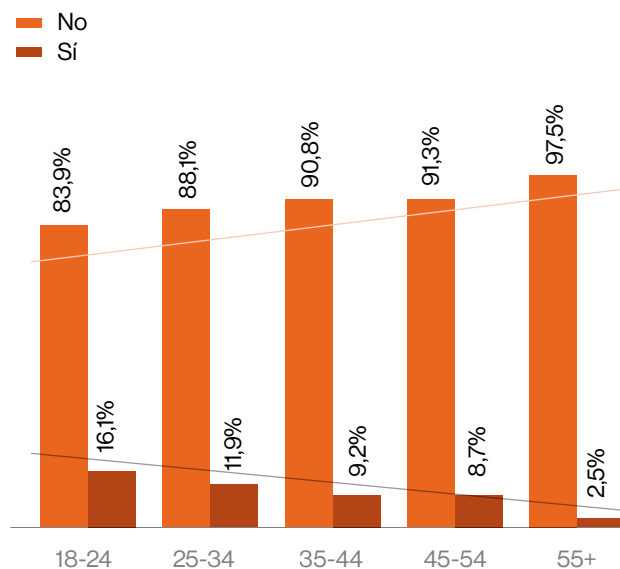
El estudio se ha apoyado en los operadores miembros de Jdigital, a través de los cuales se ha lanzado un cuestionario dirigido a sus usuarios. Este cuestionario anónimo presentaba una serie de preguntas relacionadas con la actividad del juego, a través de las cuales se infiere el uso de operadores no regulados. Por ejemplo: sin referirnos directamente a la naturaleza del operador, se preguntaba si en alguna ocasión habían utilizado páginas web .com, o si habían recibido bonos de bienvenida superiores a 200 € (recordemos que el Código de Conducta sectorial establece este límite).

Estudio de Juego Ilegal de EY

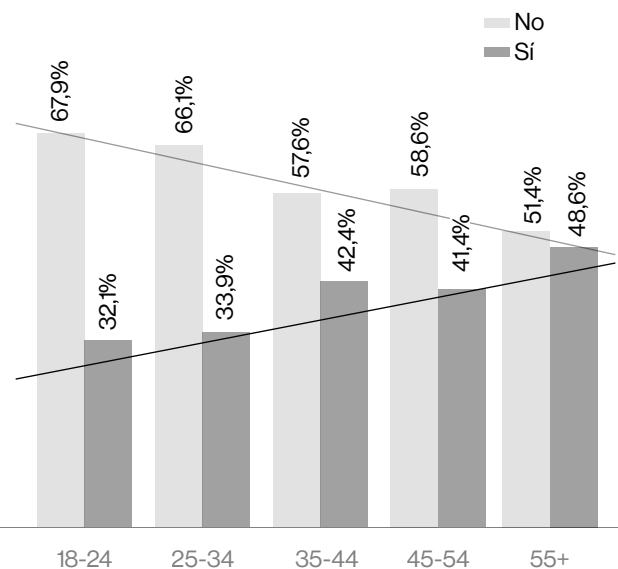
Según los resultados del estudio, **un 9,3% de los encuestados ha llegado a utilizar, al menos, un operador sin licencia**. A lo que se une un alto nivel de desconocimiento: un 59,3% no conocía siquiera de su existencia. De hecho, un 47,5% de los que afirmaron utilizar exclusivamente operadores legales declaró haber accedido a dominios diferentes al .es, lo que refuerza la conclusión de que existe un gran desconocimiento de este fenómeno entre los usuarios. Un 15,2%, además, declaró no saber que al jugar en operadores sin licencia no están cubiertos por las políticas de juego seguro.

Por otro lado, **son los usuarios más jóvenes (18-24 años) los más expuestos a estos operadores no regulados**, especialmente a raíz de su desconocimiento: un 16,1% de los jóvenes en esta franja usó al menos 1 operador de naturaleza ilegal, a la vez que hasta un 67,9% de ellos no sabía de su existencia.

Jugadores según la naturaleza de plataformas utilizadas (%)
Ha usado al menos 1 operador de naturaleza ilegal en los últimos 12 meses (Inferido)

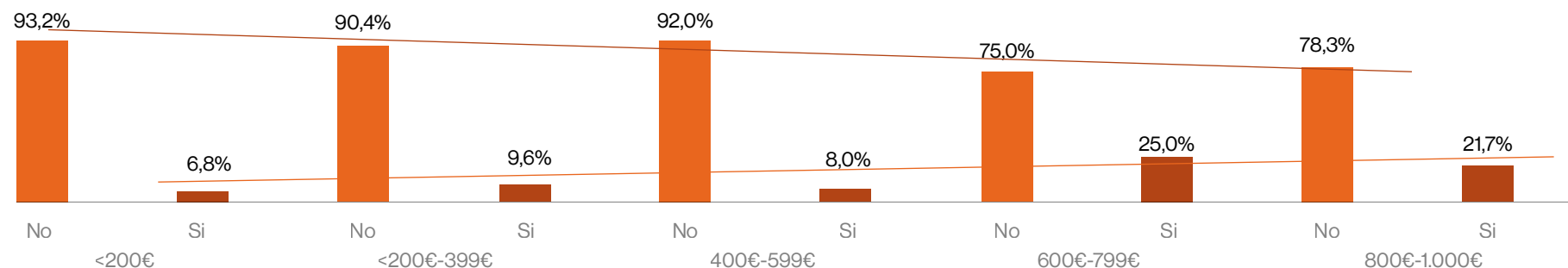


Jugadores en base al conocimiento de operadores sin licencia
¿Sabías que existen operadores sin licencia? (Declarado).



Estudio de Juego Ilegal de EY

Asimismo, son los jugadores con mayor gasto los más proclives a optar por operadores sin licencia. A medida que aumenta el importe jugado, también lo hace la probabilidad de recurrir a plataformas no reguladas; se observa una mayor propensión de los jugadores de mayor gasto a operar fuera del ámbito autorizado. De mantenerse esta pauta, **el mercado regulado podría estar perdiendo hasta un 32,4% de su valor potencial.**



Importe semanal apostado en juegos online por segmento de mercado (%)

Las restricciones de publicidad, la carga regulatoria, la reducción de competitividad y atractivo del mercado y, en definitiva, la limitación y obstrucción de la actividad del juego por parte de la DGOJ son algunas de las razones que expulsa al usuario fuera del mercado legal. Lo que conlleva un crecimiento de las alternativas no reguladas, mucho menos seguras y garantistas. El estudio demuestra que es preciso abordar una **revisión del marco regulatorio que favorezca al operador legal y refuerce el mercado**, aumentando su atractivo y competitividad.

El estudio demuestra que es preciso abordar una revisión del marco regulatorio que favorezca al operador legal y refuerce el mercado.

Jdigital *on the road*: viajes y encuentros



▲ PALENCIA
10/25: Participación en el
XVIII Congreso de Juego

▲ BARCELONA
01/25: Participación
en ICE Barcelona 2025.

▲ LISBOA
09/25: Participación
en SBC Lisboa 2025.

▼ CEUTA
06/25: Participación
en el evento anual
de Bet on Ceuta.

▼ MELILLA
06/25: Participación en evento sobre el
protocolo PACS.
18/03: participación en el curso de
formación sobre juego online, organizado
por el gobierno autonómico y AJOM.

Presencia en medios

Medios de comunicación

Entre noviembre de 2024 y octubre de 2025, Jdigital ha difundido un total de **ocho notas de prensa dirigidas a medios de comunicación**, generando 142 impactos en medios nacionales, regionales y especializados.

Durante este periodo, se han atendido **19 solicitudes de información por parte de periodistas** —entrevistas, declaraciones y valoraciones—, al tiempo que se han impulsado encuentros proactivos con medios de referencia como El Economista, Relevo o Europa Press, con el objetivo de abordar temas de actualidad y dar visibilidad a la actividad del sector.

Como novedad, **Jdigital ha organizado su primera Jornada Sectorial en colaboración con la agencia Europa Press**, un encuentro que reunió a expertos de distintos ámbitos y permitió reforzar la proyección mediática de la asociación. Esta acción se tradujo en 31 impactos en medios y un alcance estimado de más de 3 millones de usuarios en redes sociales.

Presencia en medios

Medios de comunicación

Entre noviembre de 2024 y octubre de 2025, Jdigital ha difundido un total de ocho notas de prensa dirigidas a medios de comunicación, generando 142 impactos en medios nacionales, regionales y especializados.

Durante este periodo, se han atendido 19 solicitudes de información por parte de periodistas —entrevistas, declaraciones y valoraciones—, al tiempo que se han impulsado encuentros proactivos con medios de referencia como El Economista, Relevo o Europa Press, con el objetivo de abordar temas de actualidad y dar visibilidad a la actividad del sector.

Como novedad, Jdigital ha organizado su primera Jornada Sectorial en colaboración con la agencia Europa Press, un encuentro que reunió a expertos de distintos ámbitos y permitió reforzar la proyección mediática de la asociación. Esta acción se tradujo en 31 impactos en medios y un alcance estimado de más de 3 millones de usuarios en redes sociales.

Redes sociales

Entre noviembre de 2024 y octubre de 2025, la actividad de Jdigital en LinkedIn ha continuado consolidándose como un canal clave de comunicación. En este periodo, la comunidad de seguidores ha crecido en 83 usuarios, pasando de 621 a 704.

A lo largo del año se han publicado:

Que han generado un total de:

32 contenidos
432 reacciones,
16.658 impresiones
y 5 comentarios

La publicación con mayor alcance obtuvo
Y un nivel de interacción de:

3.235 impresiones
80 reacciones.

Presencia en medios

Medios de comunicación

Entre noviembre de 2024 y octubre de 2025, Jdigital ha difundido un total de ocho notas de prensa dirigidas a medios de comunicación, generando 142 impactos en medios nacionales, regionales y especializados.

Durante este periodo, se han atendido 19 solicitudes de información por parte de periodistas —entrevistas, declaraciones y valoraciones—, al tiempo que se han impulsado encuentros proactivos con medios de referencia como El Economista, Relevo o Europa Press, con el objetivo de abordar temas de actualidad y dar visibilidad a la actividad del sector.

Como novedad, Jdigital ha organizado su primera Jornada Sectorial en colaboración con la agencia Europa Press, un encuentro que reunió a expertos de distintos ámbitos y permitió reforzar la proyección mediática de la asociación. Esta acción se tradujo en 31 impactos en medios y un alcance estimado de más de 3 millones de usuarios en redes sociales.

Redes sociales

Entre noviembre de 2024 y octubre de 2025, la actividad de Jdigital en LinkedIn ha continuado consolidándose como un canal clave de comunicación. En este periodo, la comunidad de seguidores ha crecido en 83 usuarios, pasando de 621 a 704.

A lo largo del año, se han publicado:
Que han generado un total de:

La publicación con mayor alcance obtuvo
Y un nivel de interacción de:

32 contenidos
432 reacciones,
16.658 impresiones
y 5 comentarios

3.235 impresiones
80 reacciones.

Comunicación interna

La **Video Newsletter mensual** se ha consolidado como un canal estratégico de comunicación directa, a través del cual el director general de Jdigital comparte con los distintos stakeholders la actualidad y principales hitos de la asociación.

Durante el periodo analizado, se han difundido 8 ediciones, que han generado un impacto estimado de 6 noticias en medios especializados y **más de 2.300 impresiones en el canal de LinkedIn**.

Por su parte, la **newsletter interna dirigida a los miembros asociados** ha mantenido una comunicación periódica y efectiva, con 13 envíos realizados, alcanzando una tasa media de apertura del 55,3%, un dato ligeramente superior al 53,6 % registrado el periodo anterior, y un ratio de clics del 18,6%, estable frente al 18% de 2023, lo que convierte a este canal como una herramienta eficaz para reforzar la transparencia, la visibilidad institucional y la comunicación continua entre Jdigital y sus miembros.



Engagement institucional

Interlocución con el regulador

Durante el año, Jdigital se ha reunido en diversas ocasiones con la DGOJ y la Secretaría General de Consumo y Juego para tratar los principales retos del sector (siempre a instancias de Jdigital). Sin embargo, y a pesar de la predisposición de la asociación a mantener el diálogo con el regulador -participando además en todos sus trámites de consulta pública-, desde la DGOJ se ha preferido actuar y anunciar nuevas medidas (algoritmo, nuevos mensajes sobre riesgos del juego), así como plantear jornadas como el I Congreso Internacional de Juego, sin contar con Jdigital.

Cortes Generales:

Con motivo de la tramitación de la Ley de Servicios de Atención a la Clientela y la introducción de una enmienda referida al sector y a la Ley 13/2011, Jdigital ha mantenido reuniones con diferentes grupos parlamentarios.

Ceuta y Melilla

La asociación ha continuado reforzando su relación con las dos ciudades autónomas. Se erigen así en el mayor activo institucional del sector.

Consejo Asesor de Juego Responsable:

Jdigital ha mantenido la interlocución con este organismo, contribuyendo además a algunas de las iniciativas canalizadas a través del mismo, como el Programa de Juego Responsable 2026-2030 de la DGOJ.

Autocontrol:

A través de la Comisión Mixta de Seguimiento, se ha garantizado la vigencia del Código de Conducta, que ha cobrado especial relevancia tras la sentencia del Tribunal Supremo sobre el Decreto de Comunicaciones Comerciales. Este marco de referencia ha permitido que, a pesar de la anulación de algunos artículos de aquel decreto, el sector se haya mantenido dentro de los límites marcados por el Código, demostrando el valor y eficacia de este mecanismo de correulación publicitaria.

Nuevos interlocutores:

Jdigital ha tenido oportunidad de establecer contacto con nuevos organismos, como SEPBLAC, en el ámbito de la lucha contra el blanqueo de capitales.

Acciones internas

Nuestras acciones internas

Un año más, Jdigital apuesta por fomentar la participación interna de sus miembros a través de una comunicación continua y fluida de las principales novedades sectoriales, con especial foco en la newsletter mensual y en su versión en vídeo, presentada por el director general.

Asimismo, se ha reforzado la coordinación y el posicionamiento de la asociación a través de los grupos de trabajo puestos en marcha en 2024.

Grupo de Trabajo de Desarrollo Técnico:

Su papel ha sido fundamental tanto las conversaciones relativas a asuntos de carácter marcadamente técnico, como el Real Decreto de Sistema de Límites Conjuntos de Depósito, la lucha contra el blanqueo de capitales o las novedades relativas al mecanismo de detección de comportamientos de riesgo.

Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social Corporativa:

Ha desarrollado su labor principalmente en lo relativo a las aportaciones dirigidas al Programa de Juego Seguro 2026-2030, presentado por la DGOJ ante el CAJR.

Asimismo, la asociación ha contado con la inestimable colaboración de los operadores en la encuesta del Estudio de Juego Ilegal elaborado por EY.

Hemos reforzado el papel de nuestros miembros a través de los grupos de trabajo internos.





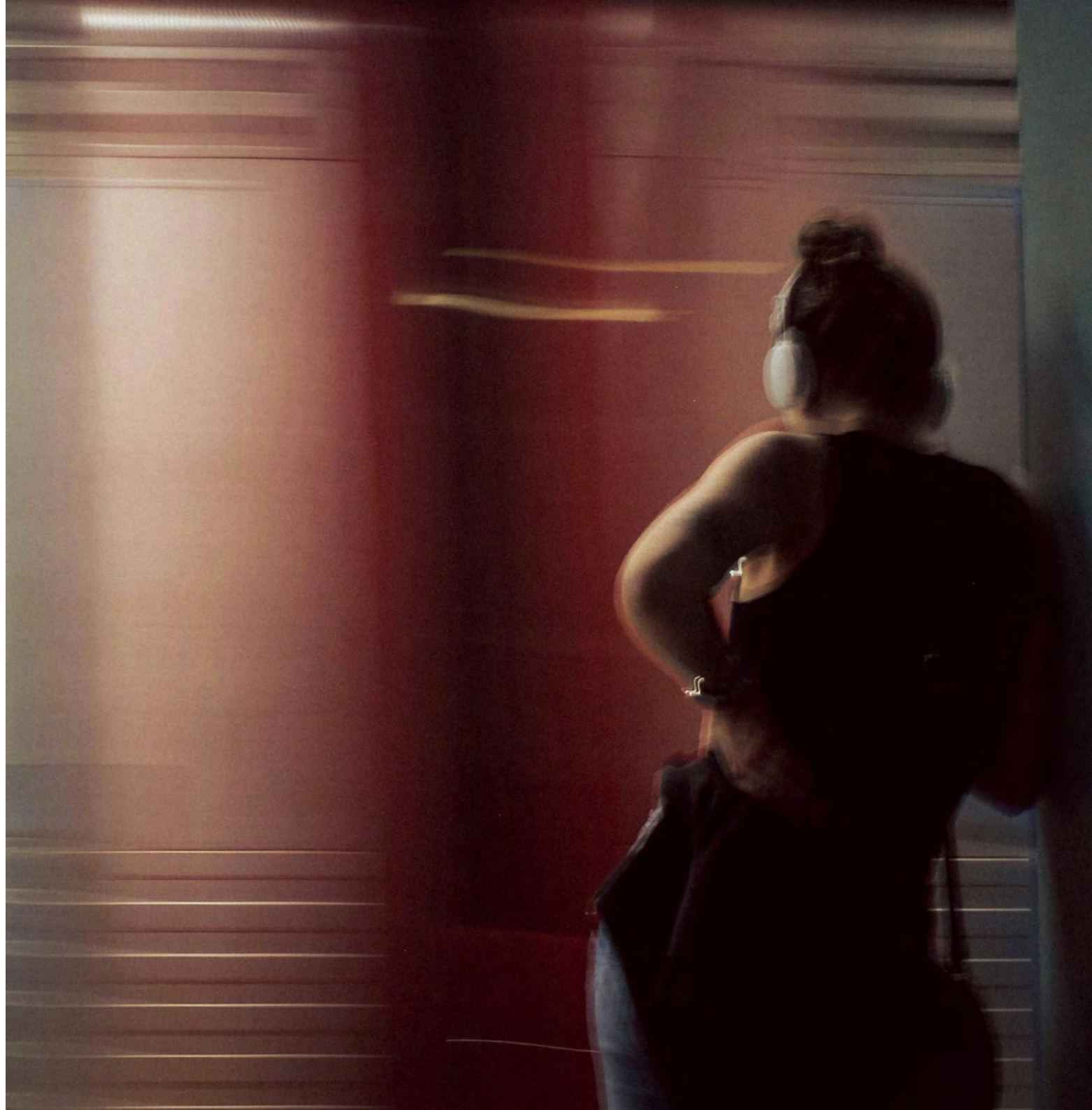
Premios Jdigital

2025 — Una década de reconocimiento a la industria del juego online en España

La 10ª edición de los Premios Jdigital reafirmó su papel como el principal punto de encuentro y reconocimiento del sector del juego online en España. El evento contó con la presencia de representantes institucionales como Jesús Martínez, director general de Innovación Tecnológica de Melilla, y Enrique Reyes, jefe de Tributos de Ceuta, reflejando el respaldo institucional y el compromiso de una industria cada vez más madura, innovadora y orientada hacia un juego seguro y responsable.

En esta edición, el Premio a la Personalidad del Año fue otorgado a Ewa Bakun, directora de Análisis de la Industria en Clarion Gaming, mientras que el galardón al Mejor Operador del Año, ex aequo, recayó en BWIN y Casino Gran Madrid.

Previsiones de cara a 2025-2026





Prospección político-regulatoria

España se encamina a un nuevo ciclo electoral, con la celebración de **comicios autonómicos en Castilla y León** (posiblemente durante el mes de marzo de 2026) y **Andalucía, que preparan el terreno de unas elecciones generales en 2027**. Unas elecciones generales que, ante la compleja situación parlamentaria -por tercer año consecutivo, el Gobierno parece obligado a **prorrogar los Presupuestos Generales del Estado**, ante la falta de acuerdos-, el Presidente del Gobierno podría decidir adelantar.

La **incertidumbre política y el clima pre-electoral** que comienza a vivirse en España puede tener su efecto a nivel legislativo: a falta de un consenso en torno a los PGE, desde los partidos del Gobierno se procurará avanzar en aquellas leyes con mayor resonancia entre su electorado. Es posible que, en este contexto, Sumar busque intensificar la actividad regulatoria que es competencia de sus ministerios. De hecho, es algo que se ha evidenciado en los últimos tres meses, con anuncios improvisados relativos al sector, de los cuales destaca la propuesta de incluir nuevos mensajes obligatorios sobre los riesgos del juego.

En lo que respecta específicamente al juego, **2026 será un año marcado por la implementación del sistema de límites conjuntos de depósito**, que comenzará su andadura con tres meses de vacatio legis y nueve más de periodo de pruebas.

Por otra parte, continuará la tramitación del mecanismo de detección de comportamientos de riesgo, cuya aprobación definitiva se espera para la primera mitad del año.

Regulaciones que requerirán un **importante esfuerzo de adaptación por parte de los operadores**, en un contexto creciente de **hiperregulación**: no en vano y como se ha mencionado con anterioridad, deberán concretarse las **nuevas medidas anunciadas por el ministro en el marco del Real Decreto 958/2020**, así como las implicaciones de la enmienda de modificación de la Ley 13/2011, introducida durante la tramitación del Proyecto de Ley de Servicios de Atención a la Clientela.

Retos y objetivos de la asociación

De cara al nuevo año, **Jdigital quiere continuar profundizando en la importancia de la lucha contra el mercado no regulado**. En el contexto político-regulatorio actual, y tal como demuestran los principales datos del Informe de Juego Ilegal elaborado en colaboración con EY, los operadores sin licencia plantean un auténtico reto para el sector: los esfuerzos de adaptación y las medidas planteadas en los últimos años han reducido el atractivo de la oferta legal.

La fuga de usuarios -especialmente entre las franjas más jóvenes-, unido al desconocimiento generalizado sobre el mercado no regulado, nos obliga a abordar las **posibles medidas y enfoques que contribuyan a reforzar el juego legal** y regulado y luchar contra la proliferación del mercado no regulado. Jdigital pretende, en 2026, liderar esta imprescindible conversación, de la mano de los operadores, confiando que sea prioridad para el regulador.

En ese sentido, **resulta fundamental la recuperación de una interlocución más fluida con la DGOJ**, basada en un auténtico diálogo regulador-sector en el que la opinión de los operadores sea tomada en cuenta en el diseño y elaboración de las políticas públicas. Jdigital reclama una mayor coordinación y colaboración desde los organismos públicos, particularmente de la DGOJ, especialmente ante la evidencia de que se siguen planteando modificaciones normativas de amplio alcance y de compleja implementación técnica. Sin olvidar, además, tal y como se ha dicho anteriormente, que el fenómeno del juego no regulado plantea nuevos y acuciantes desafíos.

Los operadores sin licencia plantean un auténtico reto para el sector: los esfuerzos de adaptación y las medidas planteadas en los últimos años han reducido el atractivo de la oferta legal.



Retos y objetivos de la asociación

Jdigital continuará construyendo **puentes con otros actores relevantes del sector**, como ICE Barcelona, evento que, por segundo año consecutivo, se celebrará en nuestro país y que nos permite visibilizar los aspectos más destacados e innovadores de nuestro sector. Asimismo, **la colaboración con Ceuta y Melilla continuará siendo una línea de trabajo central para la asociación**: la presencia de Jdigital en estas ciudades, así como la participación en proyectos comunes, seguirá definiendo gran parte de nuestra actividad. Cabe destacar que estas ciudades concentran más del 60% de las licencias del sector: solo en Ceuta, la facturación de los operadores supone ya el 80% de toda la facturación del sector a nivel nacional. Asimismo, su aportación al PIB ceutí creció un 12% en 2023 (últimos datos disponibles), representando un 8,2% del total de la riqueza de la ciudad. Datos que demuestran el éxito de las políticas impulsadas por estos gobiernos, que se posicionan así como una auténtica referencia para el sector, tanto en España como a nivel europeo.

Más allá de los retos inmediatamente nacionales, **Jdigital continuará apoyando a EGBA en sus acciones a nivel europeo**, con especial énfasis en la V Edición de la Semana Europea del Juego Seguro, que se celebrará del 17 al 23 de noviembre de 2025. Además, ya en 2026, apoyaremos a la EGBA en uno de los hitos más destacados del nuevo año: **la implementación del recientemente aprobado sistema europeo de marcadores de daño**, iniciativa impulsada por EGBA y el Comité Europeo de Normalización. Esta iniciativa tiene por objeto establecer una lista de indicadores de comportamiento que, analizados conjuntamente, permitan detectar un comportamiento de juego de riesgo o problemático. Los indicadores miden, por ejemplo, los cambios en la velocidad, el tiempo y la duración del juego, y son herramientas esenciales para permitir la intervención temprana y la prevención de daños en el entorno del juego online. Que se haya impulsado, a nivel europeo, una estandarización de este sistema supone, sin duda, un paso adelante fundamental en la lucha contra el juego problemático.

El sector del juego online en España afronta así el 2026 convencido de la necesidad de **seguir apostando por un mercado legal fuerte y dinámico**, que se transforme y progrese, no solo hacia una mayor protección del usuario, sino también y muy especialmente hacia una mayor protección del operador con licencia. Un sector para el que los retos que enfrenta, más que un impedimento, suponen un aliciente para seguir avanzando.

Afrontamos 2026 convencidos de la necesidad de apostar por un mercado legal fuerte y dinámico, que progrese hacia una mayor protección del operador.

Asociados

ADMIRAL BET

A S E N S I
ABOGADOSCASINOS
DE ESPAÑA
ASOCIACIÓN

Bally's

bet365

BET BROTHERS

betway

CASINO
BARCELONA.esGRAN MADRID
CASINO ONLINECASINO
païse&play

Casino.es

< CHEVRON >
>>> GROUP <<<

codere

@ dafabet

DAN BET

E C I J A

Σntain

Flutter™

• GOLDENPARK.

indra

KIROLBET.es

legalbet

luckia

OlyBet

PAF

♦ PaysafeCard

PLATIN CASINO

playtech
SOURCE OF SUCCESSRank
Groupsistemas
de control
interno

SPORTIUM

VERSUS

William HILL

WINAMAX

Jorge Hinojosa
Director general
jorge.hinojosa@jdigital.es

Ana Buxó
Secretaria general
abuxo@adigital.org

Jdigital
Av. Diagonal, 530 - 2ª pl. of. 209 ·
08006 Barcelona

C. Velázquez, 126 ·
28006 Madrid

932 40 40 70