

A photograph of a group of people playing roulette at a casino table. A man in a grey suit and tie is leaning over the table, smiling, with his hands near several stacks of red and yellow chips. A woman with long blonde hair is leaning over him, also smiling, with her hands near a stack of pink chips. Another woman with dark hair is visible in the background, also smiling. The table is covered with a blue felt and has yellow markings for betting numbers. The scene is lit with warm, ambient lighting typical of a casino.

Mitos y realidades del sector del juego












Juego Público
Juego Privado

Mito

El juego público es bueno,
el privado es malo

Realidad

La esencia del juego es la misma, sea público o privado y, por tanto, su consideración y regulación deben ser similares. A modo de ejemplo, las apuestas deportivas no dejan de ser una evolución de la quiniela, o el Rasca de la ONCE se basa en el mismo concepto que las máquinas de Casino: **premio aleatorio e inmediato.**

	JUEGO PÚBLICO			JUEGO PRIVADO	
Loterías					
	4.167 Administraciones de loterías	6.795 Red secundaria		3.752 Salones de juego	481 Locales de apuestas
ONCE					
	19.552 Vendedores	8.581 Oficinas de Correos	7.309 Red secundaria	319 Bingos	55 Casinos



Regulación del juego

Mito

El sector del juego es una jungla;
es necesario regularlo

Realidad

El juego **está intensamente regulado en España** desde su legalización en 1977. El juego privado presencial está regulado por cada CCAA, mientras que el juego público y el privado online lo está por el Estado.

- ◆ Todas las CCAA tienen regulados estrictos controles de entrada en los locales de juego privado, donde se comprueba el DNI del cliente, de forma que no se deja entrar a los menores de edad ni a aquellos jugadores inscritos en el registro de autoprohibidos.
- ◆ Hay una extensa normativa en cuanto a licencias, fianzas, sanciones, planificación de la actividad (distancias entre locales de juego, a centros escolares, número máximo de locales por zonas...).
- ◆ Sin embargo, esta regulación no afecta al juego público (Loterías) ni a la ONCE, cuando, en esencia, son lo mismo.

A man in a dark blue suit and white shirt is holding a tablet. Overlaid on the image is a futuristic data visualization with glowing blue and green bars, lines, and numbers. A white triangle on the left side of the image contains the text 'Contribución social y económica'.

Contribución social y económica

Mito

El juego solo trae problemas a la sociedad

Realidad

El juego está plenamente **integrado en la sociedad española** desde hace siglos, como parte de una actividad de ocio y entretenimiento, ejercida en el ámbito de la responsabilidad y la libertad individual. Además, es un **método de socialización**.

- ◆ El juego privado en España realiza una importante contribución económica y social ya que las empresas tienen una fuerte presión fiscal, con elevados impuestos y tasas. Por ejemplo, un salón de juegos llega a pagar, además de la tasa especial de juego, 4 actividades contempladas en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), cuando un establecimiento medio de España paga solo por una.
- ◆ El 98% de las empresas del sector son autónomos y PYMES, siendo un importante motor económico y de empleo para muchas localidades y regiones. Solo el 2% de la actividad recae en grandes corporaciones.
- ◆ El sector contribuye a la generación del 0,45% del Producto Interior Bruto y supone más de 47.000 empleos directos y 175.000 empleos indirectos, aportando 1.341 millones de euros a las arcas públicas por impuestos directos.

A modo de ejemplo, Hostelería de España calcula que el sector hostelero español posee más de 1,2 millones de empleos directos y una facturación cercana a los 94.000 millones de euros, lo que implica una aportación del 4,7% al PIB.



El juego ha crecido desmesuradamente en los últimos años

Mito

Crecimiento sin control del juego

Realidad

Actualmente, **se juega menos (un 6%)** que en 2009, cuando no existía esta percepción de alarma social en cuanto al juego y estábamos en plena recesión económica.

- ◆ A finales del 2019, el sector aún no se había recuperado de la última crisis económica, donde sufrió una caída cercana al 30%.
- ◆ ¿Por qué hay una sensación de crecimiento? Desde 2014 ha habido una leve recuperación del sector, aunque todavía no hemos alcanzado el nivel de 2009. También se ha producido una reestructuración de la oferta, en la que los nuevos productos, como las apuestas deportivas o el juego online, han tenido crecimientos de dos dígitos, en detrimento de los tradicionales.
- ◆ La falta de regulación del juego online (televisiones y radio) ha contribuido claramente a esta impresión de crecimiento desmesurado que no es real.
- ◆ En aquellas CCAA donde no existían medidas de planificación de la actividad se ha producido una congregación de la oferta.
- ◆ Se observa cierta intencionalidad por parte de algunos sectores políticos y mediáticos en crear alarma social en torno al juego.



Publicidad

Mito

Hay sobredosis de publicidad del juego que busca atraer dinero fácil y “engancha” a los jóvenes/menores

Realidad

Todas **las CCAA tienen regulada la publicidad** del sector del juego presencial siendo en casi todas muy estricta, estando claramente limitada y requiriendo autorización previa en la mayoría de los casos.

- ◆ Por lo que se refiere al Reglamento de publicidad que desarrolla la Ley 13/2011 de Regulación del Juego de ámbito estatal, en el segundo semestre de 2020 se ha aprobado un Real Decreto profundamente restrictivo sobre la comercialización y publicidad del juego online, que es, a efectos prácticos, casi una prohibición.
- ◆ Durante los 9 años en los que no estaba regulada este tipo de publicidad, se ha producido un exceso de la misma, tanto en televisión como en radio, que ha podido distorsionar la imagen del sector del juego en la sociedad.
- ◆ Mientras la publicidad del juego está restringida o prohibida para las empresas privadas, ONCE y Loterías aumentan anualmente el presupuesto y las acciones publicitarias. De hecho, el Rasca de ONCE se ha convertido en el juego más común entre los jóvenes.



Planificación

Mito

Los operadores se instalan en barrios marginales ya que les interesan los clientes más vulnerables

Realidad

La presencia de locales **está muy distribuida por toda la geografía**. La propia idiosincrasia de este tipo de negocios (tipo retail, de bajo margen) determina que estos locales proliferen en aquellas zonas donde existe mayor densidad población y, dentro de ellas, en las arterias más comerciales, de mayor tránsito, con amplias aceras, visibilidad y cuyo alquiler pueda ser sostenido con el margen del negocio.

- ◆ Como cualquier otro negocio, nadie busca localizaciones para perjudicar a sus clientes. Pinchar el siguiente [enlace](#) para ver estudio sobre distribución de locales y renta familiar en Madrid.
- ◆ Estamos a favor de medidas regulatorias de planificación (distancias entre locales de juego, número de establecimientos...), ya que creemos que es la mejor garantía de un desarrollo controlado y sostenible del sector del juego, además de transmitir seguridad y confianza a la ciudadanía, pero siempre respetando la seguridad jurídica de las empresas que ya operan cumpliendo con la legalidad y la Constitución española.



Planificación

Mito

A los empresarios del juego les interesa estar cerca de los colegios y los menores se cuelan en los locales de apuestas

Realidad

En España, el juego está prohibido para menores, por lo que se han implementado medidas de acceso al juego en todos los subsectores y canales. En cualquier caso, los menores nunca han sido ni serán el público objetivo del sector del juego.

- ◆ Estas medidas de control de acceso al juego son eficaces, y así lo demuestran las actas llevadas a cabo en las inspecciones realizadas, ya que el número de incidencias sancionadas por caso de juego de menores puede calificarse de irrelevante.
- ◆ En España no hay un problema real de acceso de menores al juego:
 - Operación ARCADE: el 7 de octubre de 2019 la policía nacional realizó una operación sin precedentes. Inspeccionó en todo el territorio nacional, salvo País Vasco, más de 1.800 locales de juego, realizando más de 3.000 visitas en dos días. Resultado: 28 actas por presencia de menores; es decir, un 0,9%. Estos datos evidencian que no existe un problema de acceso de menores al juego.
 - El último [INFORME EUROPEO ESPAD](#) confirma que la prevalencia del juego entre los menores de edad españoles es menor que la media europea.
- ◆ La planificación para evitar que los menores accedan a este tipo de locales debería afectar tanto al juego privado como a Loterías y ONCE.
 - Estos establecimientos de juego público no cuentan con ningún tipo de control ni de acceso, por lo que los menores pueden entrar fácilmente a estos locales, como cualquier persona puede observar casi a diario.



Planificación

Mito

Los locales son oscuros para buscar que los jugadores pierdan la noción del tiempo

Realidad

La Administración no permite hacer publicidad del juego ni que se vea lo que pasa dentro del salón, con el argumento de no incitar al juego. Por nuestra parte, no tenemos ningún problema en que nuestros locales sean luminosos y cuenten con luz natural.



Planificación

Mito

A los empresarios no les interesa que haya distancias entre salones

Realidad

Estamos a favor de que se regulen las distancias entre los salones y otros establecimientos del juego y así lo hemos reiterado repetidamente, pero siempre respetando la seguridad jurídica de las empresas ya establecidas, tal y como defiende la Constitución española.

- ◆ Consideramos que una correcta planificación, global para todos los subsectores y adecuada a las características intrínsecas de cada CCAA, son la mejor garantía de un desarrollo controlado y sostenible del sector del juego.
- ◆ Esta planificación debe aplicarse tanto al juego privado como a las Loterías y a la ONCE, ya que la actividad de ambos subsectores es idéntica.
- ◆ Apoyamos aquellas distancias que, por un lado, eviten la proliferación de locales en determinadas arterias, pero que, al mismo tiempo, permitan que estos negocios puedan desarrollarse con normalidad y de una forma sostenible.



Juego problemático

Mito

El juego es la droga del siglo XXI

Realidad

El juego es una actividad legal, estrictamente regulada y plenamente integrada en la sociedad española como parte de su actividad de ocio y entretenimiento, ejercida en el ámbito de la responsabilidad y la libertad individual.

- ◆ El 75% de la población adulta afirma que juega con asiduidad, y el 97,7% lo hace sin ningún problema, siendo la tasa de juego problemático del 0,3%. España se encuentra entre los países con menor tasa de juego problemático del mundo.
- ◆ El juego problemático es considerado por la Estrategia Nacional de Adicciones del Ministerio de la Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, en línea con el criterio de la Asociación Americana de Psiquiatría dentro de las adicciones conductuales (sin sustancia), tales como las compras compulsivas o las nuevas tecnologías, siendo el juego la que menor tasa presenta.
- ◆ Hay un grave error de base al comparar, de manera injustificada, actividades totalmente distintas como son las drogas, el tabaco y el alcohol, que son catalogadas como adicciones con ingesta de sustancia.



Juego problemático

Mito

La ludopatía es un gravísimo problema que afecta cada vez a más españoles

Realidad

Según todos los estudios de reconocimiento nacional como internacional, **el juego problemático en España no crece** y se mantiene constante desde hace más de 10 años.

- ◆ La mayoría de los casos de juego problemático están vinculados a adicciones a otras sustancias o a consecuencias de comportamientos conflictivos previos.
- ◆ España se encuentra entre los cuatro países del mundo occidental con menor índice de juego problemático, siendo este tan sólo del 0,3%, por detrás únicamente de Noruega.

CE♦JUEGO
CONSEJO EMPRESARIAL DEL JUEGO