

Mitos y realidades del juego

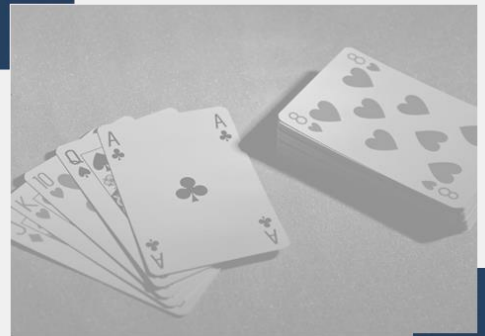
Agosto 2019

CE♦JUEGO
CONSEJO EMPRESARIAL DEL JUEGO

JUEGO PÚBLICO/ JUEGO PRIVADO

“EL JUEGO PÚBLICO ES BUENO, EL PRIVADO ES MALO”

- La **esencia del juego es la misma** sea público o privado y, por tanto, su consideración y regulación deben ser similares.
- **No hay diferencia genética** entre una quiniela y una apuesta deportiva, ni entre un rasca de la ONCE y una máquina de Casino.
- **La publicidad del juego público es el 55% toda la publicidad del sector del juego:**
“la quiniela, la apuesta deportiva que te hará millonario”



REGULACIÓN DEL JUEGO

“ES NECESARIO REGULAR EL JUEGO”

- **El juego está intensamente regulado** en España desde 1977, fecha en la que fue legalizado.
- El juego privado presencial está regulado por cada CCAA, mientras que el juego público y el privado online lo está por el Estado.
- **En 2011 se reguló el juego online** (Ley del Juego 13/2011), **quedando pendiente por desarrollar la regulación de la publicidad** tanto del juego público como del online privado (autocontrol).
- 14 de las 17 CCAA contemplan en su regulación medidas de planificación (distancias entre salas de juego, a centros escolares,... para el juego privado presencial).

“EL JUEGO SÓLO TRAE PROBLEMAS A LA SOCIEDAD”

- El juego **está plenamente integrado y normalizado** en la sociedad española como parte de su actividad de ocio y entretenimiento, ejercida en el ámbito de la responsabilidad y la libertad individuales.
- El juego privado en España es un sector que realiza una **importante contribución económica y social**.
- Contribuye a la generación del 2,3% del Producto Interior Bruto y genera más de 120.000 empleos directos e indirectos, aportando más 1.200 millones de euros a las arcas públicas.

“EL JUEGO HA CRECIDO DESMESURADAMENTE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS”

- Los datos demuestran una **bajada del 23% respecto del 2007**, aunque desde el 2014 se aprecia una recuperación del sector, si bien no es homogénea para todos los subsectores.
- Lo que ha cambiado ha sido **la composición de la oferta** con la entrada del juego online y de las apuesta deportivas, los cuales han crecido más que el resto pero no han compensado la bajada total del sector.
- **En CCAA donde no existen medidas de planificación la sensación de crecimiento** es mayor al aglutinarse los locales en arterias comerciales.
- El aumento de la publicidad del juego online (Televisiones y radios principalmente) ha contribuido también a la sensación de crecimiento del sector.



PUBLICIDAD

“HAY SOBREDOSIS DE PUBLICIDAD DEL JUEGO QUE BUSCA ATRAER DINERO FÁCIL Y “ENGANCHAR” A LOS JÓVENES/MENORES”

- La regulación de la publicidad en el sector del juego presencial es ya muy estricta, estando muy limitada, y **requiriendo autorización previa** en la mayoría de los casos.
- **No aprobado el Reglamento de publicidad que desarrolla la Ley 13/2011 de Regulación del Juego para juego de ámbito estatal.**
- **El Reglamento de Publicidad tiene que ordenar la publicidad (no prohibir) en cuanto a cantidad, mensajes y horarios** fundamentalmente.
- Esta postura se la hemos transmitido en repetidas ocasiones a los diferentes Gobiernos

CONTROL DE ACCESO

“LOS MENORES ENTRAN CON FACILIDAD EN LOS SALONES DE JUEGO Y CASAS DE APUESTAS”

- 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. Estas medidas son eficaces (inspecciones del juego y dificultad para jugar online: DNI asociado a una cuenta de un mayor de edad)
- El sector del juego privado siempre ha estado y estará al lado de la Administración para que el acceso de menores sea cero.

“LOS OPERADORES SE INSTALAN EN BARRIOS MARGINALES YA QUE LES INTERESAN LOS CLIENTES MÁS VULNERABLES”

- **La presencia de locales está muy distribuida por toda la geografía**, pero por la propia idiosincrasia de este tipo de negocio (tipo retail, de pequeño margen) estos locales proliferan en aquellas arterias de mucho tránsito, mucha visibilidad, fácil acceso y alquiler sostenible.
- Locales entre 50 y 250 m², con apuesta promedio de 5/6 euros.
- Estamos a favor de que se **regulen las distancias** entre los salones y establecimientos del juego y también de centros escolares y así lo hemos reiterado a las autoridades competentes repetidamente. Creemos que es la mejor garantía de un desarrollo controlado y sostenible del sector.



“LOS LOCALES SON OSCUROS PARA BUSCAR QUE LOS JUGADORES PIERDAN LA NOCIÓN DEL TIEMPO”

- 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.

“A LOS EMPRESARIOS NO LES INTERESA QUE HAYA DISTANCIAS ENTRE SALONES”

- Estamos a favor de que se regulen las distancias entre los salones y establecimientos del juego y también de centros escolares y así lo hemos reiterado a las autoridades madrileñas repetidamente.
- 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.
- 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.

“A LOS EMPRESARIOS DEL JUEGO LES INTERESA ESTAR CERCA DE LOS COLEGIOS”

- 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 levantadas en las inspecciones realizadas, ya que el número de incidencias sancionadas por caso de juego de menores es irrelevante.
- No obstante, el sector del juego está a favor de que se **regulen las distancias** entre los salones y establecimientos del juego y también de centros escolares.
- **(Si se aborda el tema de la retroactividad)**. Pedimos que se **garantice la seguridad jurídica** de los establecimientos ya instalados, puesto que de lo contrario implicaría la práctica inviabilidad de la renovación de un gran número de salones y locales de apuestas lo que repercutiría de forma muy negativa en un sector que realiza una importante contribución económica a la sociedad.

“EL JUEGO ES LA HEROÍNA DEL SIGLO XXI”

- El juego es una **actividad legal**, integrada y normalizada plenamente en la sociedad española como parte de su actividad de ocio y entretenimiento, ejercida en el ámbito de la responsabilidad y la libertad individuales.
- 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 lidera junto a Noruega el ranking de los países de Europa con menor juego problemático**, al mismo nivel que Suecia y por delante de Alemania.
- El **juego problemático** es considerado por la Estrategia Nacional de Adicciones del Ministerio de 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
- Hay **un grave error de base** al comparar de manera injusta actividades totalmente distintas como son las drogas, el tabaco y el alcohol que son catalogadas como **adicciones con ingesta de sustancia**.
- Según un estudio de la UNAD, de las 48.000 personas tratadas por adicciones en 2018 por esta entidad, 1.147 lo fueron por adicciones sin sustancias entre las que se encuentran por ejemplo internet o las compras compulsivas

“LA LUDOPATÍA ES UN GRAVÍSIMO PROBLEMA QUE AFECTA CADA VEZ A MÁS ESPAÑOLES”

- La actividad del juego está **plenamente integrada y normalizada en la sociedad** española como parte de su actividad de ocio y entretenimiento, ejercida en el ámbito de la responsabilidad y la libertad individuales.
- Los estudios demuestran que la prevalencia del juego ha **descendido desde 1990** hasta cuotas actuales: el 75% de la población adulta afirma que juega con asiduidad, y el 97,7% lo hace sin ningún problema.
- **Se confunden jugadores con ludópatas:** no todo cliente es un ludópata, la inmensa mayoría disfrutan del juego de forma responsable.
- **Las cifras oficiales no indican que haya habido un incremento del juego problemático entre los jóvenes.**
- El sector desarrolla, como parte de su política de Responsabilidad Social Corporativa, acciones de información, prevención, sensibilización. Dicha implicación siempre ha sido y será máxima, como demuestra el hecho de que sea uno de los sectores más autorregulados de España.
- El sector lleva años ofreciendo su colaboración al regulador aportando su total colaboración en el desarrollo de las medidas de protección al consumidor, y muy en especial a los jóvenes y menores de edad.

CE♦JUEGO
CONSEJO EMPRESARIAL DEL JUEGO

