



**7** expo **CONGRESO ANDALUZ** sobre el **JUEGO**

# La industria del juego y su repercusión económico-social

Crecimiento en los datos y problemas en la opinión pública  
¿Qué puede hacer la industria del juego?

**José Antonio Gómez Yáñez**

Socio de Estudio de Sociología Consultores

Profesor de Sociología de la Universidad Carlos III

Torremolinos, 20 de Septiembre de 2018

jagy@telefonica.net

# Juego real y circulación de dinero en el juego (2018)

**Juego real: ≈ 9.450 Mill. €**  
**Presencial: 93,9% / On line: 6,1%**



El juego es una opción de ocio como cualquier otra

Redistribución aleatoria entre los que ganan y los que pierden

≈ 77,5 %

(≈ 32.400 Mill. €)

Impuestos (≈ 450 Mill. €)

Margen de los operadores (empresas que organizan el juego)

≈ 22,5 %

(≈ 9.450 Mill. €)

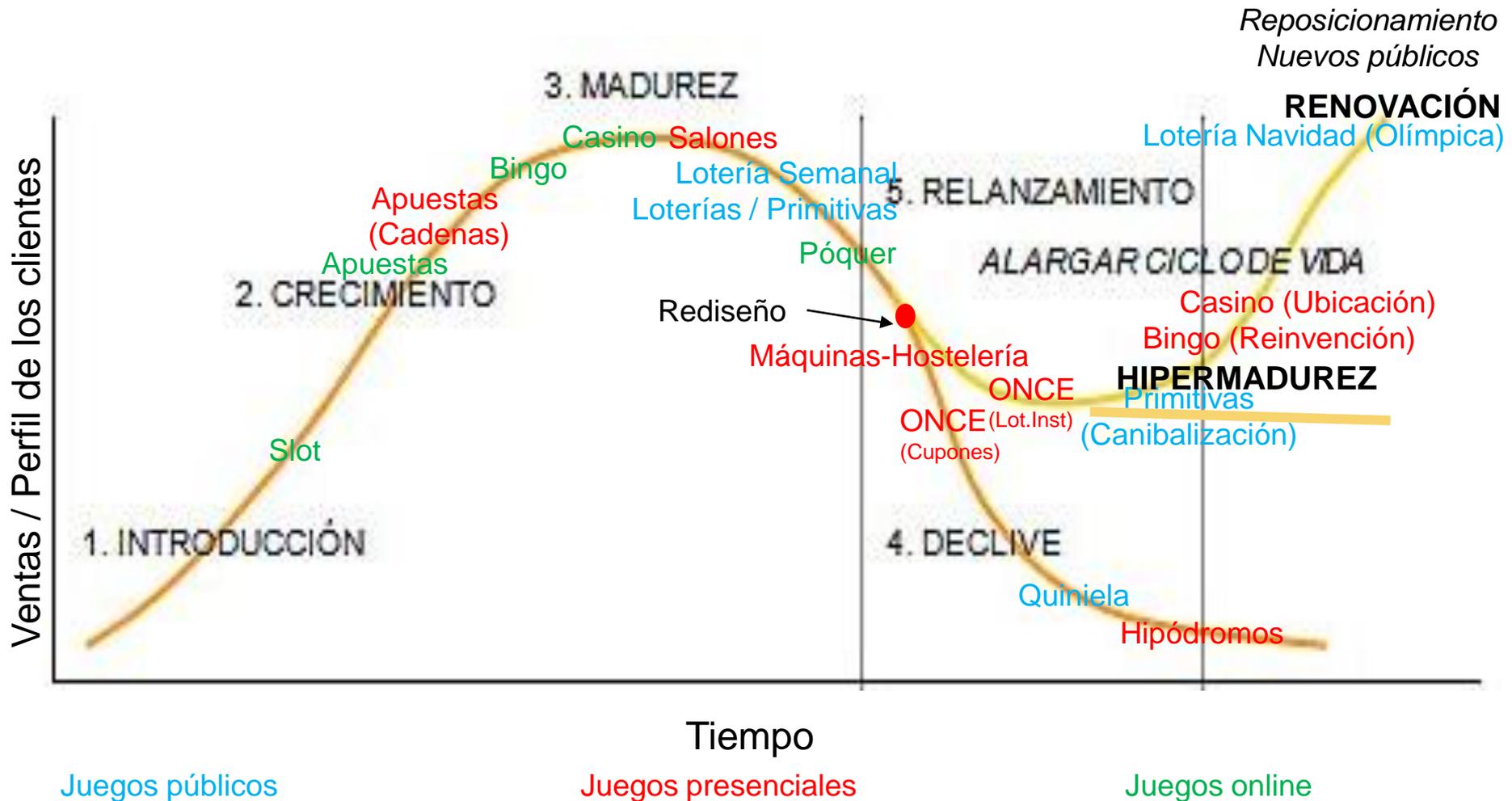
Impuestos

(≈ 1.207 Mill. €)

SELAE:	55,7 Mil. €
ONCE	0,0 Mill. E
Online	58,2 Mill €
Presencial	1,094 Mil. € (24,0% GGR)

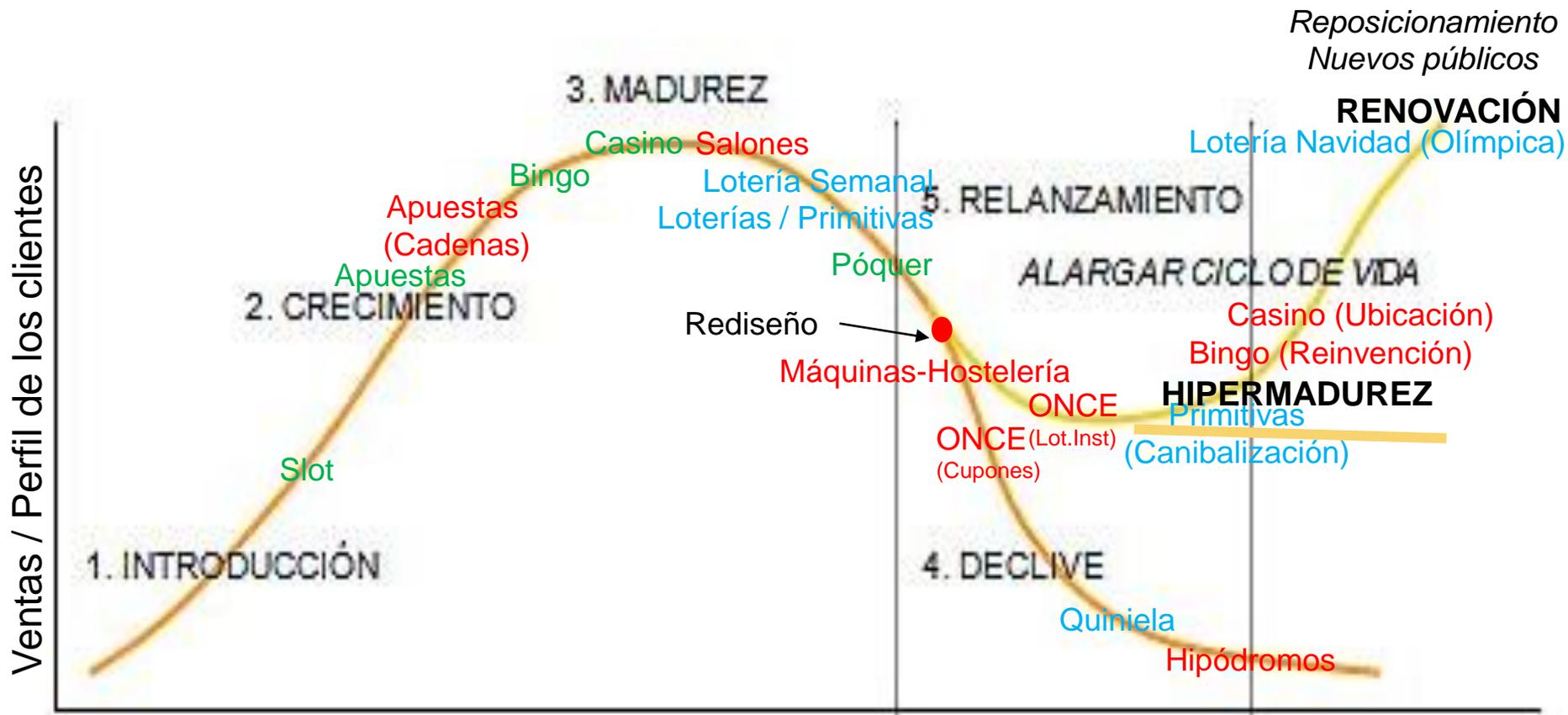


# Ciclo de vida de los productos de juego



Fuente: GÓMEZ YÁÑEZ, J.A.; LALANDA, C.: *Anuario del Juego 2018*, Universidad Carlos III-Codere, Avance de resultados (datos provisionales, los finales pueden sufrir algún leve retoque). Presentación prevista para mediados de Octubre.

# Ciclo de vida de los productos de juego



Tiempo

Juegos públicos

Juegos presenciales

Juegos online

84.000 empleos

Impuestos sobre el juego:

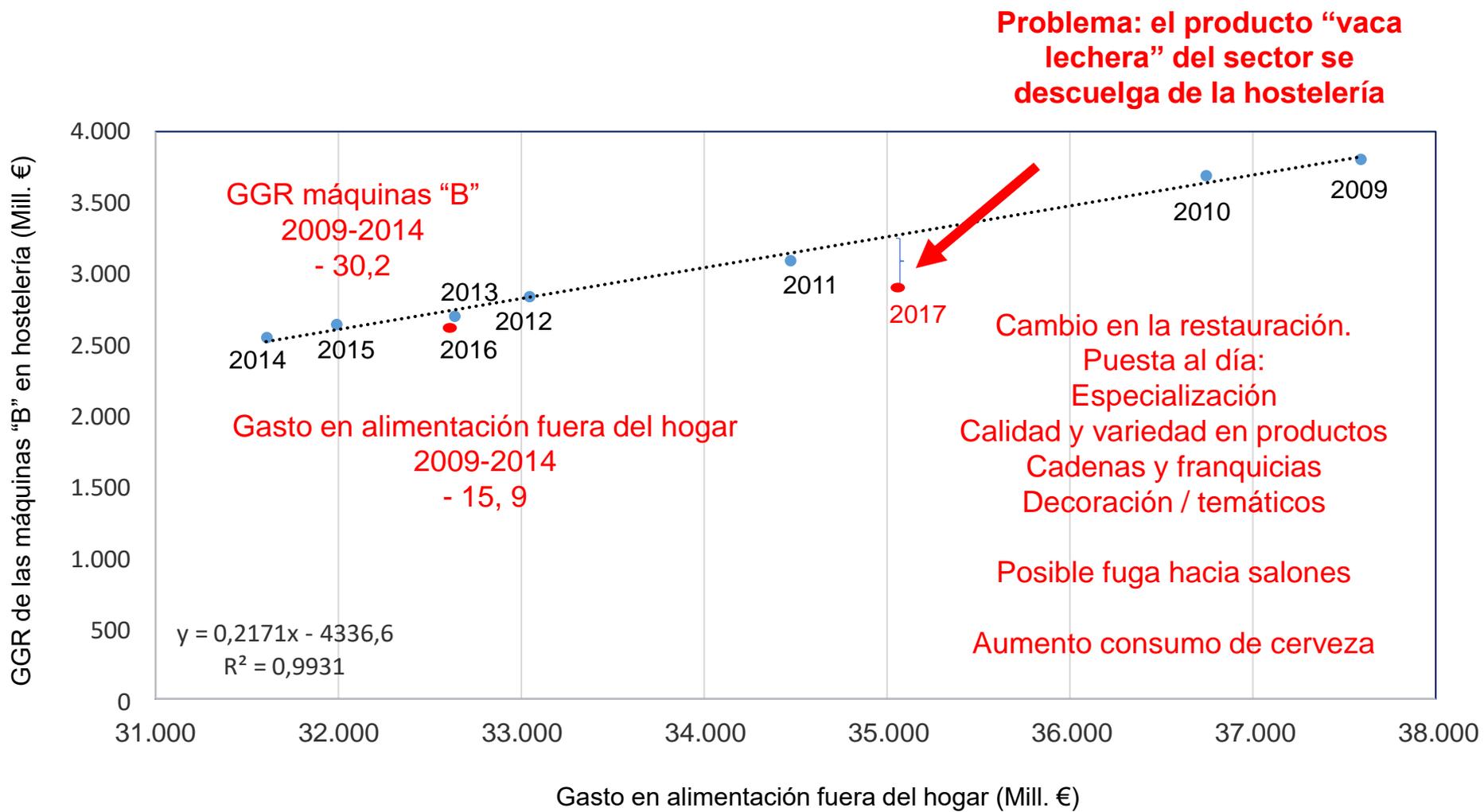
1.660 Mill. €

Un nuevo escenario para el juego:

- Cambio en la hostelería
- Crecimiento en un clima social "complicado"
- Un sector con **mucha visibilidad**

Fuente: GÓMEZ YÁÑEZ, J.A.; LALANDA, C.: *Anuario del Juego 2018*, Universidad Carlos III-Codere, Avance de resultados (datos provisionales, los finales pueden sufrir algún leve retoque). Presentación prevista para mediados de Octubre.

# Correlación entre el GGR de las máquinas "B" en hostelería y el gasto en alimentación fuera del hogar (bares, restaurantes, etc.) (2009/2017)



GÓMEZ YÁÑEZ, J.A. elaboración a partir de datos de COFAR y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Fuente: GÓMEZ YÁÑEZ, J.A.; LALANDA, C.: *Anuario del Juego 2018*, Universidad Carlos III-Codere, Avance de resultados (datos provisionales).

# Visibilidad del juego

El juego (online, apuestas, salones) pudo pasar a primer plano de la opinión pública en otro momento, pero lo ha hecho en este de “recuperación parcial” y sensación de empobrecimiento social.

Novedades:  
Apuestas  
Salones  
Juego on line

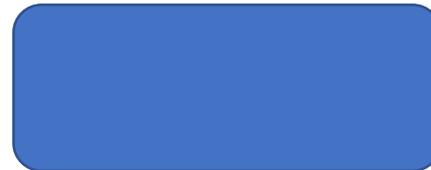
## Internet + crisis

- Cambio en los barrios
- Destrucción de un tejido social
  - Comercio “de mercancías”
  - Tiendas tradicionales
  - Bancos
  - Tiendas de ropa (cadenas)
  - Bares (autónomos)

Deterioro de los barrios  
Extraña recuperación

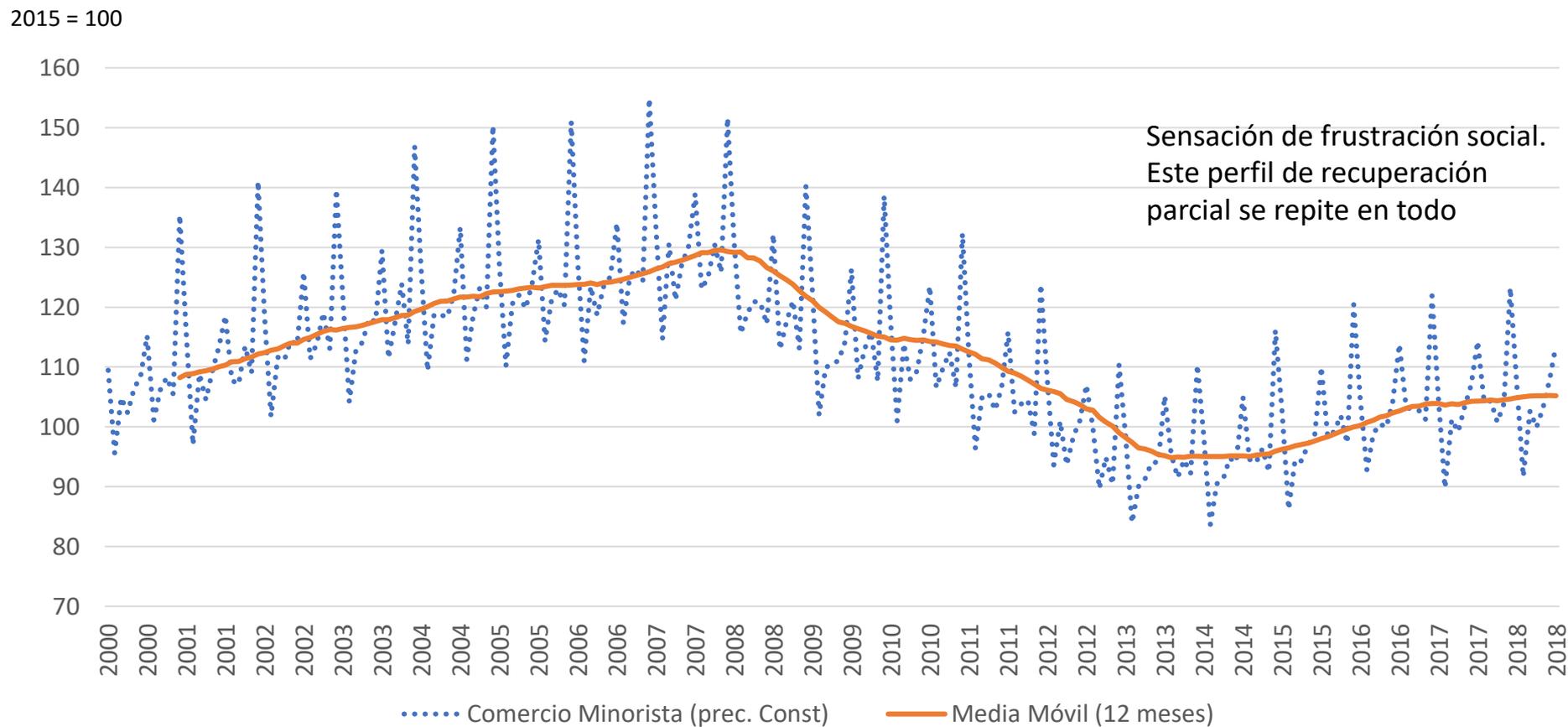
## Clima social negativo sobre el juego

*Es peligroso para la vida familiar (84,9%),  
Hay demasiadas oportunidades para jugar (78,6)  
El juego es una mala costumbre (60,8%)  
La gente que juega es poco fiable (27,3%)  
La gente que juega no conoce sus límites (53,9%)*



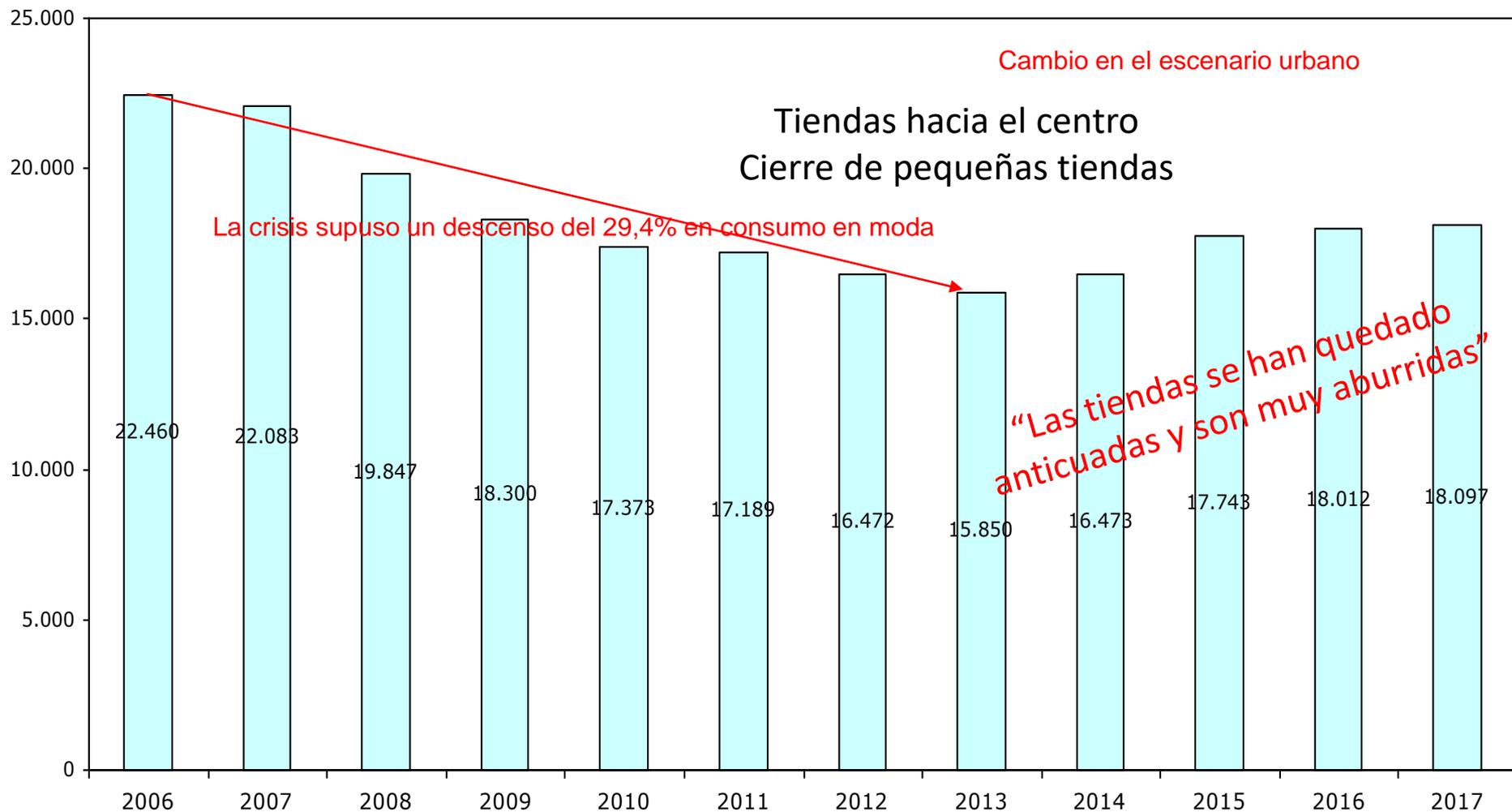
# Evolución del Consumo minorista 2000-2018 (todo menos vivienda y coche)

El consumo aún no se ha recuperado de la crisis: estancamiento de los salarios, bloqueo de acceso al trabajo de los jóvenes, salida de mayores de 50 años.



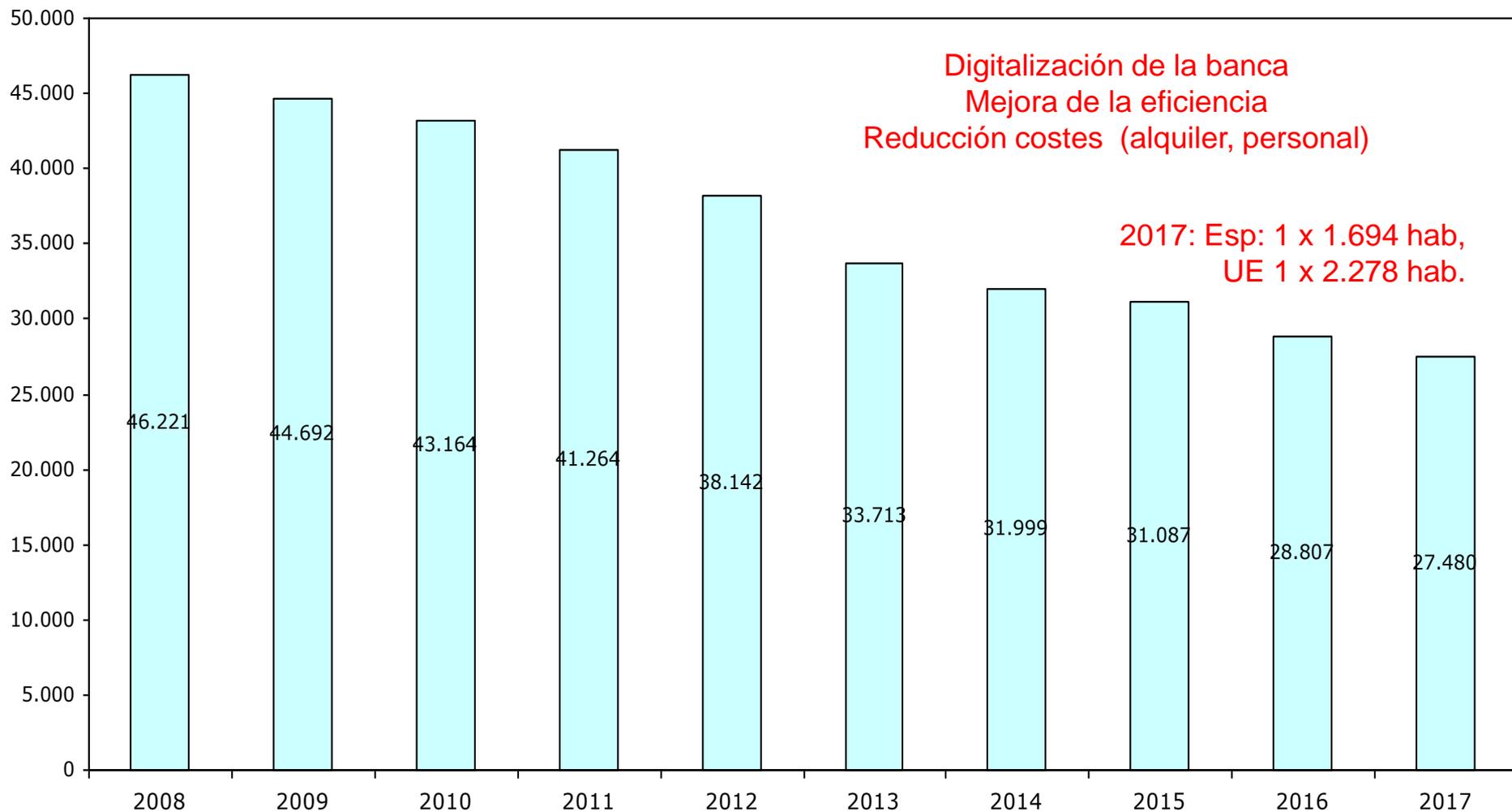
# Comercio de moda en España

(cada vez menos tiendas de moda en los barrios. Desplazamiento a los centros urbanos)  
(Mill. €)



Fuente: Acotex

# Cada vez menos sucursales bancarias ... y habrá más cierres



Fuente: Banco de España y Asociación Española de la Banca

# Visibilidad del juego

Novedades:  
Apuestas  
Salones  
Juego on line

## Internet + crisis

- Cambio en los barrios
- Destrucción de un tejido social
  - Comercio "de mercancías"
  - Tiendas tradicionales
  - Menos bancos
  - Tiendas de ropa (cadenas)
  - Bares (autónomos)

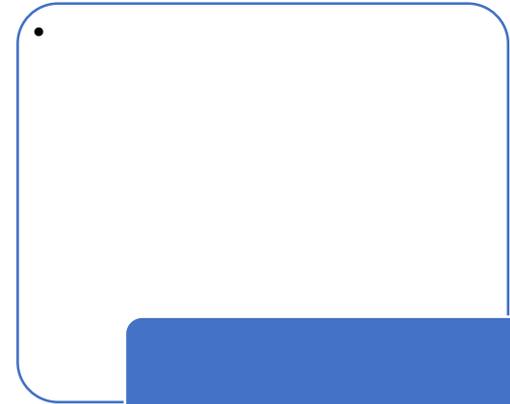
Deterioro de los barrios.  
Extraña recuperación

## Nuevo comercio

- Salud y estética
  - Clínicas dentales
  - Ópticas, audiometría
  - Gimnasios (cadenas)
  - Cirugía estética
  - Depilación
- Supermercados (burbuja)
- Bazares
- Cadenas de hostelería

## Clima social negativo

*Es peligroso para la vida familiar (84,9%),  
Hay demasiadas oportunidades para jugar (78,6)  
El juego es una mala costumbre (60,8%)  
La gente que juega es poco fiable (27,3%)  
La gente que juega no conoce sus límites (53,9%)*



# Nuevo comercio minorista basado en “servicios personales”

El paisaje urbano ha mutado a los servicios personales. Es un tipo de comercio que genera menos capital social/relaciones. Comercio efímero. Cadenas.



# Visibilidad del juego ...

... pudo pasar a primer plano de la opinión pública en otro momento, pero lo ha hecho en este de “recuperación parcial” y sensación de empobrecimiento social.

RIESGO: El juego progresa mientras la sociedad está frustrada.

Novedades:  
Apuestas  
Salones  
Juego on line

## Internet + crisis

- Cambio en los barrios
- Destrucción de un tejido social
  - Comercio “de mercancías”
  - Tiendas tradicionales
  - Bancos
  - Tiendas de ropa (cadenas)
  - Bares (autónomos)

Deterioro de los barrios  
Extraña recuperación

## Nuevo comercio

- Salud y estética
  - Clínicas dentales
  - Ópticas. Corrección de la vista
  - Audiometría
  - Cirugía estética
  - Depilación
- Supermercados (burbuja)
- Bazares
- Cadenas de hostelería

- Salones de juego.
- Presencia creciente
- Apuestas
- Juego online (apuestas)
- Notoriedad de los transmisores
- Presencia durante retransmisiones

El juego se convierte en noticia

## Clima social negativo

*Es peligroso para la vida familiar (84,9%),  
Hay demasiadas oportunidades para jugar (78,6)  
El juego es una mala costumbre (60,8%)  
La gente que juega es poco fiable (27,3%)  
La gente que juega no conoce sus límites (53,9%)*



# Nuevo comercio minorista basado en “servicios personales”

El paisaje urbano ha mutado ... han aparecido salones de juego ...



Estética llamativa

La gama cromática de los salones no es discreta



Elegidos entre las primeras imágenes de Google

# Visibilidad del juego on line

... ha aparecido el juego online (publicidad y famosos) en televisiones, publicidad, ...



*El juego online en las cenas, en los intermedios de los partidos ...*

# Visibilidad del juego

Novedades:  
Apuestas  
Salones  
Juego on line

## Internet + crisis

- Cambio en los barrios
- Destrucción de un tejido social
- Comercio “de mercancías”
  - Tiendas tradicionales
  - Menos bancos
  - Tiendas de ropa (cadenas)
  - Bares (autónomos)
  - Bancos

Deterioro de los barrios  
Extraña recuperación

Nuevo comercio

- Salud y estética
  - Clínicas dentales
  - Ópticas. Corrección de la vista
  - Audiometría
  - Cirugía estética
  - Depilación
- Supermercados (burbuja)
- Bazares
- Cadenas de hostelería

- Salones de juego.
- Presencia creciente
- Apuestas
- Juego online (apuestas)
- Notoriedad de los transmisores
- Presencia durante retransmisiones

El juego se convierte en noticia

Necesidad de los periodistas de generar noticias

Atención de los medios

Atención de los políticos y altos funcionarios

Clima social negativo

*Es peligroso para la vida familiar (84,9%),  
Hay demasiadas oportunidades para jugar (78,6)  
El juego es una mala costumbre (60,8%)  
La gente que juega es poco fiable (27,3%)  
La gente que juega no conoce sus límites (53,9%)*

# El enfoque informativo

Novedades:  
Apuestas  
Salones  
Juego on line

## Internet + crisis

- Cambio en los barrios
- Destrucción de un tejido social
- Comercio "de mercancías"
- Tiendas tradicionales
- Menos bancos
- Tiendas de ropa (cadenas)
- Bares (autónomos)
- Bancos

Deterioro de los barrios  
Extraña recuperación

## Clima social negativo

*Es peligroso para la vida familiar (84,9%),  
Hay demasiadas oportunidades para jugar (78,6)  
El juego es una mala costumbre (60,8%)  
La gente que juega es poco fiable (27,3%)  
La gente que juega no conoce sus límites (53,9%)*

## Nuevo comercio

- Salud y estética
- Clínicas dentales
- Ópticas. Corrección de la vista
- Audiometría
- Cirugía estética
- Depilación
- Supermercados (burbuja)
- Bazares
- Cadenas de hostelería

- Salones de juego.
- Presencia creciente
- Apuestas
- Juego online (apuestas)
- Notoriedad de los transmisores
- Presencia durante retransmisiones

El juego se convierte en noticia

Atención de los medios

Necesidad de los periodistas de generar noticias

Atención de los políticos y altos funcionarios

Otros sectores tienen historias que contar.  
Eficaces como lobby

## Tremendismo:

"El bombardeo publicitario de las apuestas online se centra en los jóvenes" (El País)  
Crecimiento del juego online: 4.200 Mill. € II Tr. 2018. (Antena 3)  
Publicidad clubes de fútbol.  
"El 35% de los nuevos ludópatas son adictos a las apuestas deportivas" Diario de Navarra)



**7** expo **CONGRESO ANDALUZ** sobre el **JUEGO**

Y ustedes, qué tienen que contar a los medios ...

Una historia ... (qué, cómo, cuándo, para qué, ...)  
(guión de lo que quieren comunicar)

Que sea interesante

No reaccionar, no negar, ...

... pueden contar su historia bien ... o mal  
O que otros se la escriban  
(y tirar su dinero, eso también pasa)

jagy@telefonica.net

Un ejemplo sobre buenas y malas historias ...

BMW vendió montones de coches con esta historia ...

... te atreverías?



EL PLACER DE CONDUCIR



© BMW GROUP MÉXICO 2016  
\* Mensualidades no incluyen IVA ni Seguro. Consulte modelos y equipamiento. Consulte CAT y condiciones en [www.bmw.com.mx](http://www.bmw.com.mx)

Adalberto Santa Rosa | Cel. 5529645926

Un ejemplo sobre buenas y malas historias ...

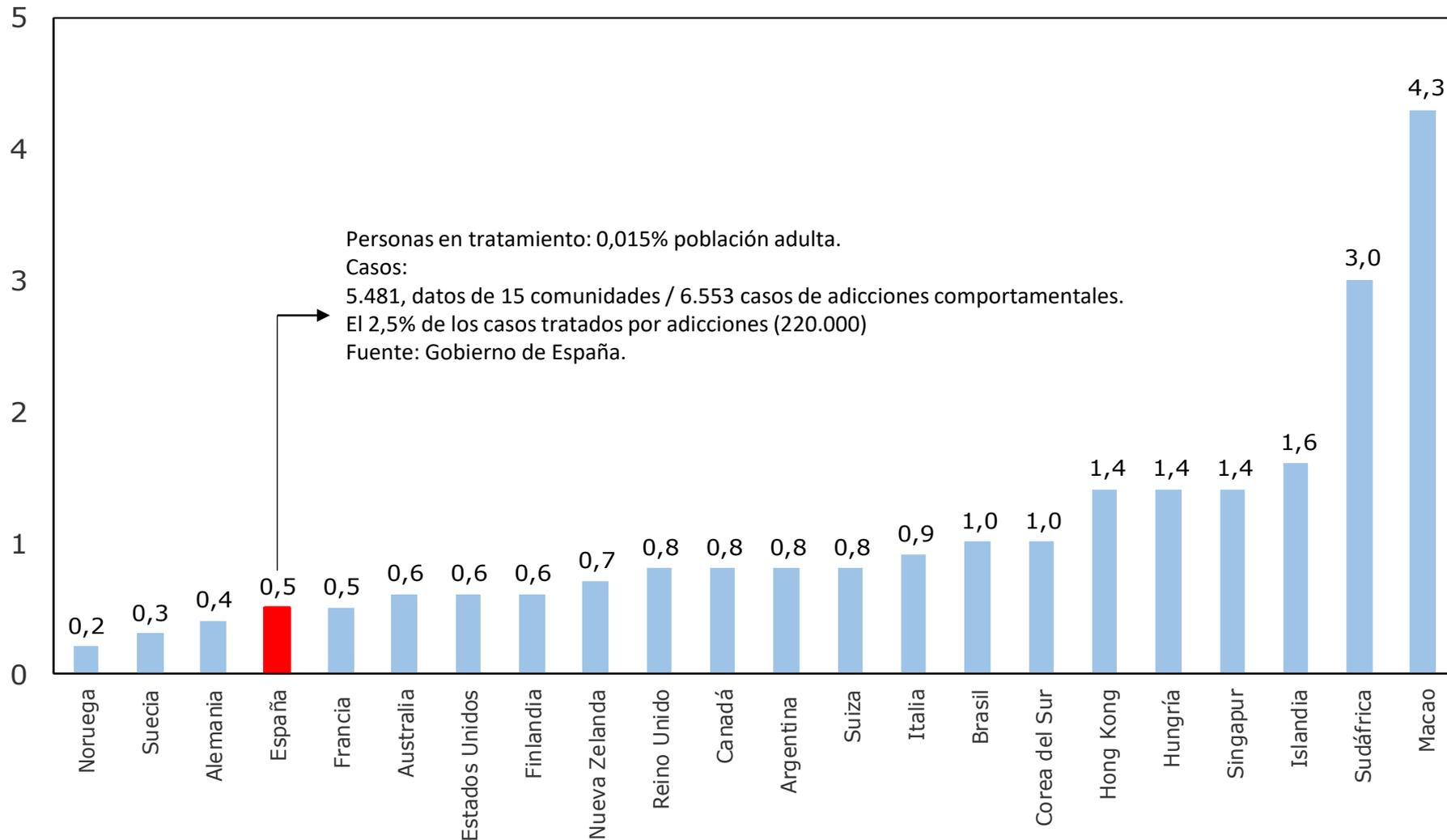
¿cuántos coches hubiera vendido con esta otra?

*"3.500 muertos en accidentes  
de tráfico el año pasado".*

Ahora, veamos uno de sus "temas": si tienen problemas con estos datos es que algo está "realmente" mal en lo que comunican.

# España es uno de los países con menor tasa de juego problemático del mundo.

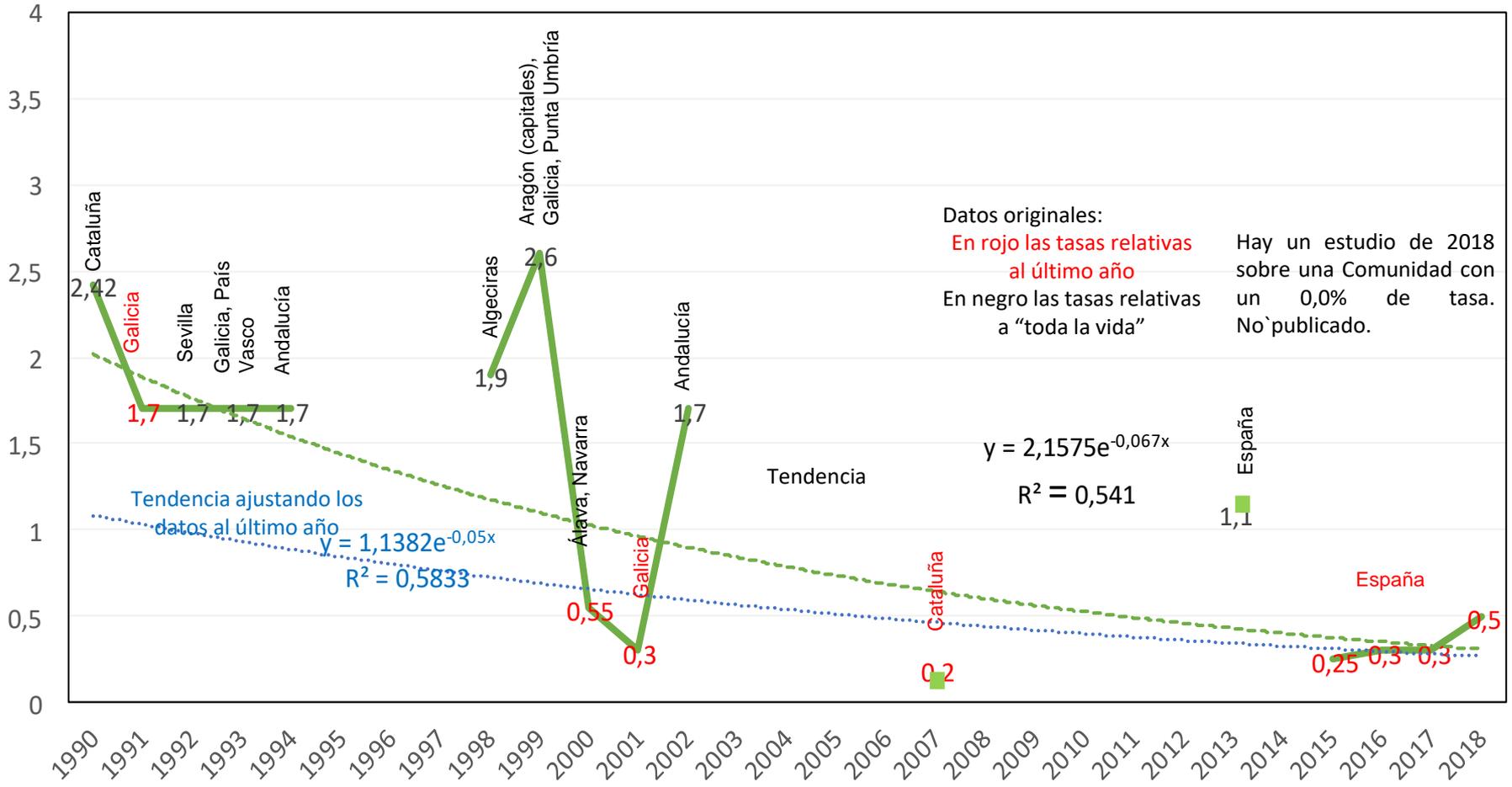
(%)



Fuente: Gómez Yáñez, J. A. (2017): La transformación del juego problemático en España, *Revista Española de Sociología*, Vol. 26 (219-252). Actualización

# La evolución del juego problemático entre la población adulta residente en España es absolutamente positiva (1990 – 2018) (%)

Estudios de ámbito nacional, autonómico, provincial o local.  
 (Tasa de juego problemático. Medias de los estudios realizados durante el año)



Fuente: Gómez Yáñez, J. A. (2017): La transformación del juego problemático en España, *Revista Española de Sociología*, Vol. 26 (219-252). Actualización.



**7** expo **CONGRESO ANDALUZ** sobre el **JUEGO**

*Tengan sus propios estudios (y gracias por encargármelos) y*

*Si quieren contar una buena historia me tienen a su disposición*

Un placer (como siempre)

jagy@telefonica.net