

# 3<sup>ER</sup> FORO Nacional DEL BINGO

DISEÑANDO EL FUTURO HACIA UNA  
OFERTA GLOBAL DE OCIO

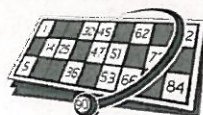


10/ABRIL/2018  
RIOJAforum  
LOGROÑO

ORGANIZAN:



Gobierno  
de La Rioja



FEJBA  
FEDERACIÓN EMPRESARIAL  
DE JUEGOS DE BINGO Y AZAR

cej

Confederación Española de Organizaciones  
de Empresarios del Juego del Bingo



10/ABRIL/2018  
RIOJA FORUM  
LOGROÑO

**Programa de Trabajo PROVISIONAL, durante los días 9 y 10 de abril de 2018.**

**Martes, 10 de abril de 2018**

- 9.30h: Recepción de asistentes a Jornada en la Sala de Congresos Rioja-Forum.
- 10.00h: Inauguración del III Foro Nacional de Bingo a cargo de Autoridades
- 10:15h: "Introducción a la jornada: situación del sector".

**Interviene:** D. Manuel Matamoros. Secretario técnico de OMEGA y asesor de CEJ

- 10.30h: Ponencia: "Qué piensan los empresarios y directivos de las empresas de Bingo". Presentación de las conclusiones del BARÓMETRO de Bingos.

**Interviene:** D. José Antonio Gómez Yáñez, Profesor de sociología de la Universidad Carlos III.

- 10:50h: 1ª Mesa "Políticas públicas de Juego Responsable y de RSC en el sector del Bingo y en la Industria del Juego"

**Intervienen:** Responsables de la Administración en materia de Juego.

- D. Jose Antonio García García,  
*SG de Gestión y Relaciones Institucionales de la D.G.O.J*
- D<sup>a</sup>. María Ángeles Júlvez León,  
*Directora General de Justicia e Interior de Aragón.*
- D<sup>a</sup> Pilar Alonso Alonso,  
*Directora General de Interior de Asturias.*
- Juan José Sánchez Colilla,  
*Gerente de CEJ*

**Modera:** D<sup>a</sup> Cristina Bella Gómez, *Directora General de Tributos de La Rioja.*

ORGANIZAN:



- 12.00h: Café
- 12:15h: "Visión del sector del Bingo desde la DGOJ"  
**Interviene: D. Juan Espinosa García,**  
*Director General de Ordenación del Juego del Ministerio de Hacienda y Función Pública.*
- 12:35h: 2ª Mesa "Necesidades para una oferta global del ocio en las Salas de Bingo"  
**Intervienen:** Responsables de la Administración en materia de Juego y Presidentes de CEJ y FEJBA.
  - **D. Fernando Prats Máñez,**  
*Director General de Tributos y Ordenación de Gestión del Juego de la CAM.*
  - **Dª Susana Pastor Pons,**  
*Directora General de Tributos y Ordenación del Juego de Castilla- La Mancha.*
  - **D. Aitor Uriarte Unzalu,**  
*Director General de Juego y Espectáculos del País Vasco.*
  - **D. Fernando Luis Henar,**  
*Presidente de CEJ*
  - **D. José Ballesteros,**  
*Presidente de FEJBA*

**Modera: D. Miguel Angel Blanes,** Secretario técnico de AMEJ-FEJBA

- 13.45h: CONCLUSIONES  
**Interviene: D. Jesús Serrano.** Secretario técnico de FEJBA
- 14.00h: Clausura de la Tercera Edición del Foro Nacional a cargo de Autoridad del Gobierno de La Rioja.
- 14.15h: Almuerzo en el mismo Rioja-Forum

Para los asistentes que deseen, el día 10 de abril por la tarde, se ha programado una visita guiada al Monasterio de San Millán de La Cogolla. Una oportunidad única.

## BARÓMETRO DE LAS SALAS DE BINGO (Abril 2018/01)\*

### DATOS FUNDAMENTALES:

- ✓ El 66,8% de los **empresarios y directivos de las empresas de bingo** cree que la situación económica del país ha mejorado en los seis últimos meses.
- ✓ Creen que el bingo debe renovarse: el 50,5% piensa que la situación del sector es "regular" y el 33,6% "mala".
- ✓ Los empresarios observan tres problemas:
  - **La crisis socavó la economía doméstica** de una parte relevante de **sus clientes** (personas con ingresos medio bajos, pensionistas) que encuentran en el bingo un rato de esparcimiento.
  - **La rigidez normativa impide renovar el bingo**, las normativas autonómicas regulan al detalle todos sus aspectos, lo que impide a las empresas innovar: ofrecer otras variantes, incrementar los premios, etc. El 88% piensa que las salas deberían tener libertad para ofrecer variantes del juego a sus clientes. También **impide integrar avances tecnológicos**, lo que hace que el bingo **se vea** por los jóvenes como un **entretenimiento anticuado**.
  - El bingo soporta una **fiscalidad muy elevada**: el 43% de los ingresos de las salas se destina a los impuestos de las comunidades. El reducido margen que queda es insuficiente para renovar salas o material.
- ✓ Los empresarios del bingo desean una **regulación publicitaria** similar al juego online, con restricción en los horarios de audiencia infantil.

### EL SECTOR DEL BINGO EN ESPAÑA (2017)

- ✓ 310 salas de bingo. 106.644 localidades de aforo.
- ✓ 45 millones de visitas al año.
- ✓ 8.450 empleos directos.
- ✓ 236 Mill. € en impuestos directos sobre el bingo.
- ✓ 16,5 Mill. € en impuestos sobre máquinas de juego.
- ✓ 67,5 % de las cantidades jugadas destinado a premios.



## PRESENTACIÓN. RENOVAR EL BINGO EN LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA.

El **bingo** es una **opción de ocio y entretenimiento socialmente valiosa**, que permite disfrutar a personas que quieren pasar un rato de ilusión, relajación y encuentro con amigos, sin complicaciones, a costes muy moderados.

Los mercados del juego deben estar regulados: las reglas deben ser claras para los clientes, las empresas deben competir en un mercado transparente. La opinión de los empresarios del bingo es que **las normativas son excesivas** en número y minuciosidad, **e impiden al bingo ofrecer nuevas variantes del juego más atractivas para los clientes habituales y para los jóvenes. Las empresas se sienten encorsetadas** por no poder variar los porcentajes de las ventas destinadas a premios, tener límites a la interconexión de locales, **frenos el desarrollo tecnológico** del propio juego y no poder ofrecer nuevos incentivos que lo hagan más atractivo.

El bingo fue clave en el desarrollo del juego en España. **En los setenta, las normativas lo regularon cautelosamente y su fiscalidad fue elevada.** Pasada aquella etapa, la inercia de las normas y la dificultad de las negociaciones con las Administraciones redujeron sus posibilidades de modernización.

Este barómetro muestra que **las empresas del bingo tenemos confianza en la economía de nuestro país, pero también temor de que el encorsetamiento de nuestra actividad nos impida su desarrollo.** El bingo necesita libertad para atraer nuevos clientes, ajustar su fiscalidad a su real dimensión económica y a la que recae sobre otros sectores del juego. Necesitamos ajustar nuestra oferta de precios a sectores de nuestros clientes que han sufrido intensamente la crisis, en forma de pérdidas de empleo o de reducción de ingresos familiares, a los que la recuperación no parece alcanzar. A cambio, **las empresas del bingo ofrecemos buen servicio a nuestros clientes y contribuir a crear o conservar el empleo. La inmensa mayoría de los empresarios del bingo no deseamos reducir plantillas, pero no podemos ampliarlas.**

*Fernando Henar*  
*Presidente de CEJ*

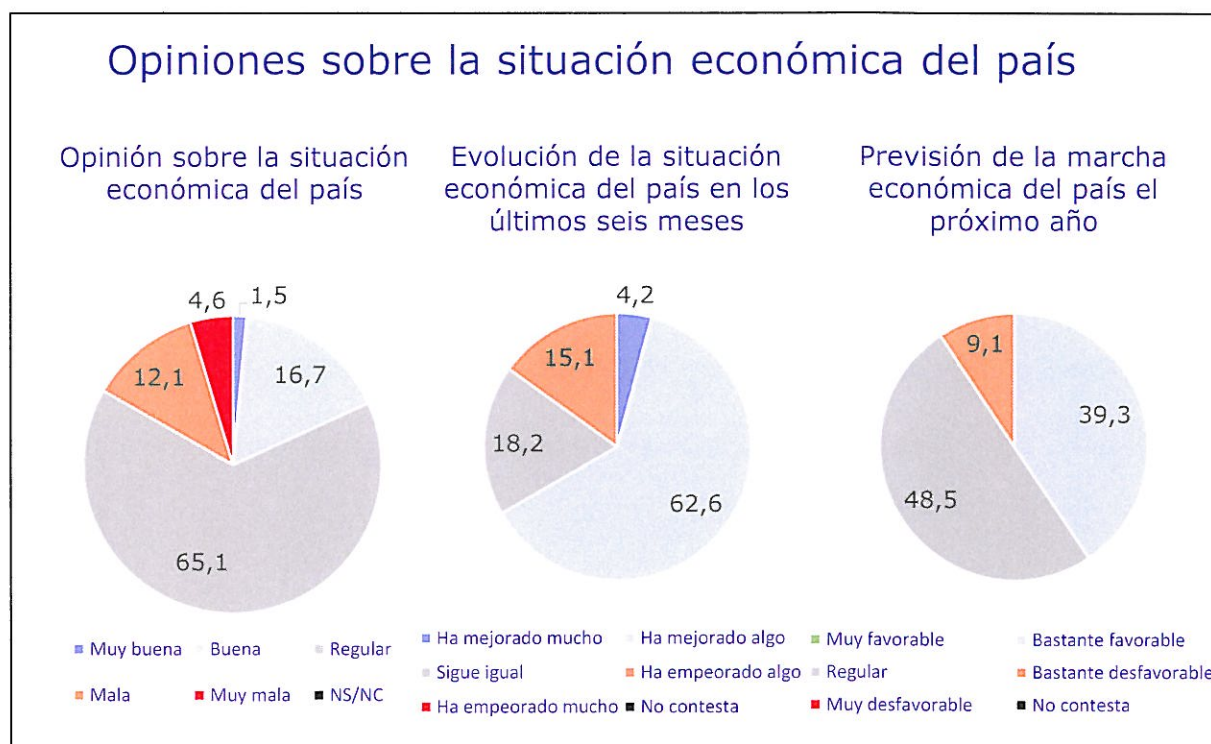
*José Ballesteros.*  
*Presidente de FEJBA*

## ¿QUÉ PIENSAN LOS EMPRESARIOS Y DIRECTIVOS DEL BINGO?

### La situación económica del país.

Los empresarios y directivos del bingo contemplan la **situación económica del país con moderado optimismo:**

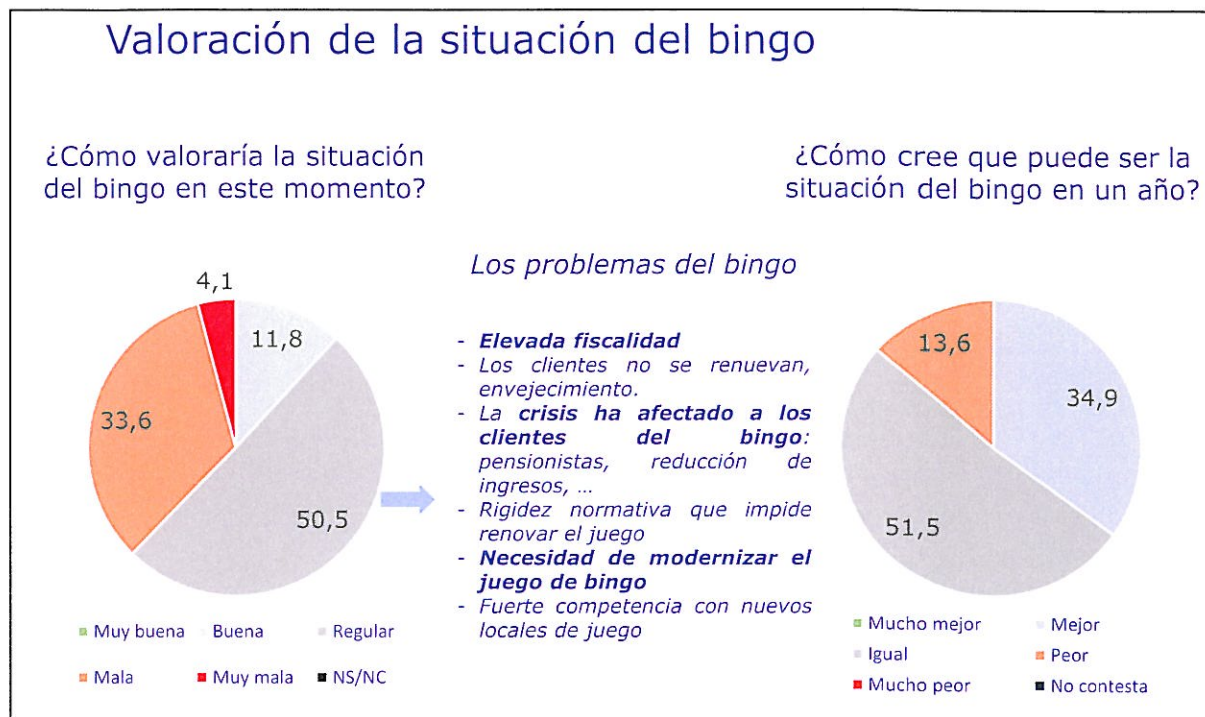
- ✓ El 18,2% piensa que es muy buena o buena, aunque un 16,7% la valora negativamente y un 65,1% sólo regular.
- ✓ La gran mayoría cree que a que **ha mejorado en los últimos seis meses:** el 4,2% piensa que mucho y el 62,6% "algo".
- ✓ Hay una **perspectiva positiva para el próximo año** ya que el 39,3%% cree que será bastante favorable.
- ✓ Este clima moderadamente optimista se matiza porque **hay alrededor de un 10% con opiniones sistemáticamente pesimistas.**



Al valorar la situación del bingo **las cautelas son mayores:**

- ✓ **El 11,8% opina que su situación es buena,** el resto se divide en **dos grupos:** uno ve las cosas "regular" (50,5%) y otro **negativamente** (37,7%).

- ✓ Las expectativas para el próximo año son algo mejores: **el 34,9% cree que el próximo año será mejor** y un 51,5% igual. Pero un 13,6% se mantiene en clave negativa, piensa que el próximo año será peor.



### Los problemas del bingo.

Esta visión problemática del propio sector se apoya en varios elementos:

- ✓ Una **elevada presión fiscal**, excesiva para sus ventas (27,3% del total lo cree así) que impide renovar instalaciones o invertir en promoción.
- ✓ El **envejecimiento de sus clientes, cuyas economías familiares han sido socavadas por la crisis**, provocando un cambio de hábitos. En etapa postcrisis algunos empresarios consideran que el bingo se ha convertido en un entretenimiento demasiado caro para algunos hogares (21,6%).
- ✓ La **rigidez normativa impide innovar sobre el bingo**, introducir cambios en el bingo se ve como la manera de reactivar este entretenimiento (incrementar las cantidades destinadas a premios, introducir novedades en la forma del juego, etc.) (19,9%). Hay acuerdo en que la regulación del juego impide hacerlo más divertido o emocionante para atraer nuevos clientes. Algunos entrevistados señalan que la normativa **no se está adaptando a los avances tecnológicos**

lo que limita las posibilidades de "reinención" del bingo y acentúa su imagen de entretenimiento anticuado, alejando al sector de potenciales nuevos clientes más jóvenes.

- ✓ La **ambigua recuperación económica** que, en su opinión, **no alcanza a gran parte de los clientes** del bingo.
- ✓ **Para compensar la pérdida de atractivo del bingo tradicional, las salas tienen que introducir nuevos juegos, basados en máquinas.**
- ✓ Los empresarios señalan otros problemas: la aparición de nuevos locales de juego y nuevos juegos (en salones), la falta de apoyo de las Administraciones, la competencia del bingo online que no requiere inversión en instalaciones ni en personal y soporta una fiscalidad inferior por lo que puede ofrecer mejores premios, etc.

### **Evolución de las ventas de los bingos.**

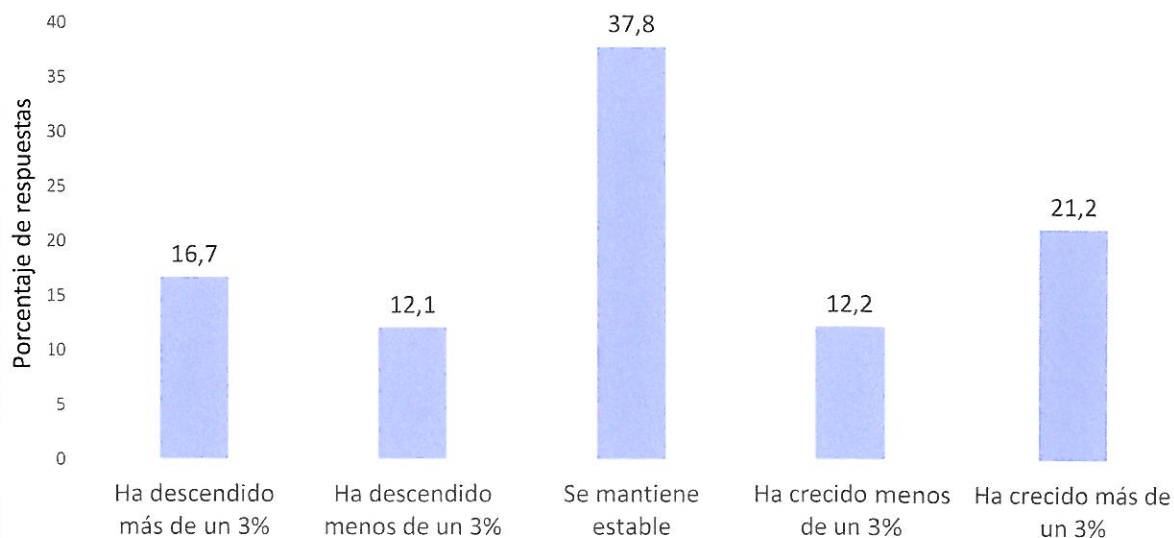
Los datos del barómetro sugieren que **se está abriendo una brecha entre las salas de bingo**. Se están dividiendo en cuartas partes algo desiguales:

- ✓ Un 21,2% reporta incrementos en sus ventas por encima del 3%, que viene a corresponder a los empresarios y directivos que daban respuestas moderadamente optimistas a las preguntas anteriores.
- ✓ Un 12,2% se mantiene en crecimientos moderados, inferiores al 3%.
- ✓ Algo más de un tercio (37,8%) se mantiene estable.
- ✓ Algo más de la cuarta parte (28,8%) reporta descensos en sus ventas en relación con hace seis meses.



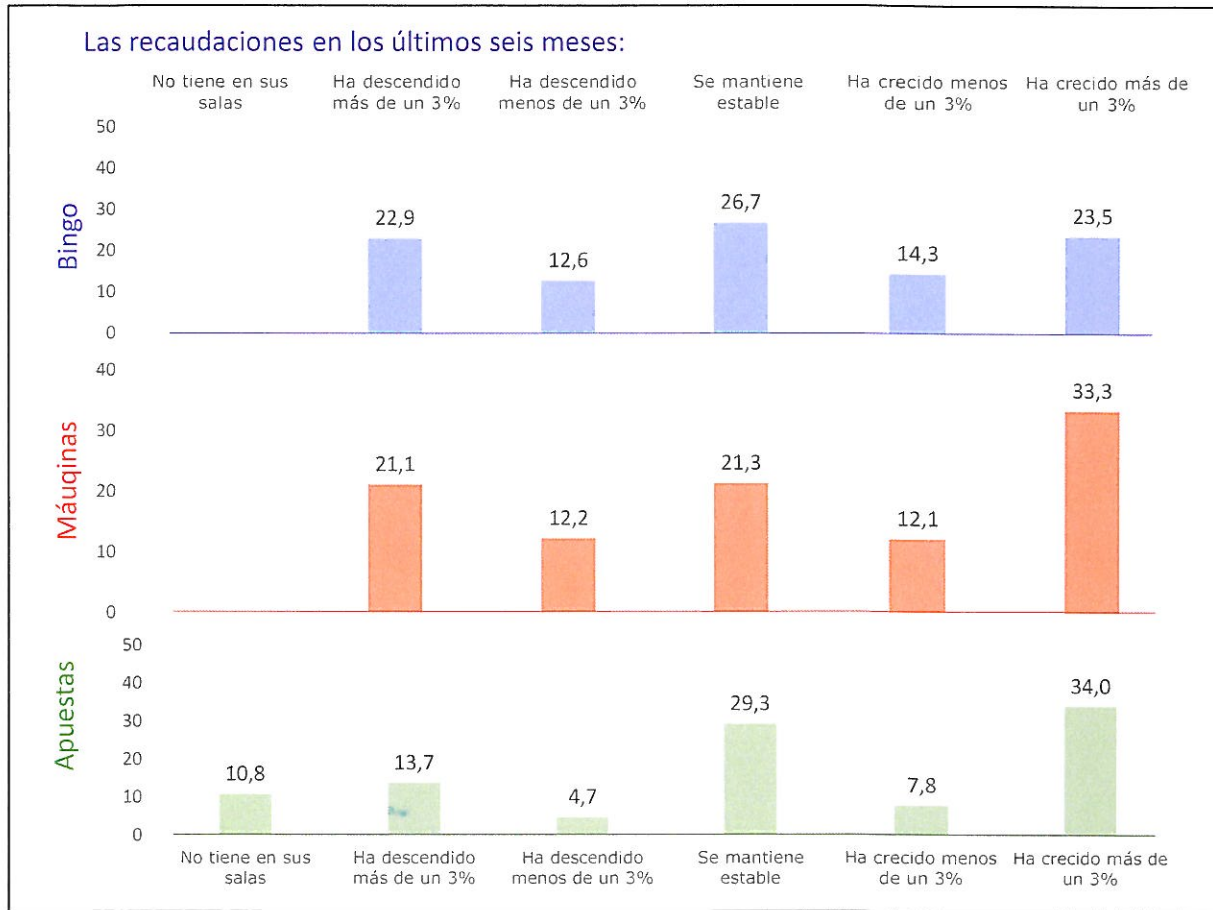
## Evolución de las ventas totales de los bingos

Pregunta: En comparación con hace seis meses, ¿cómo han evolucionado las ventas de su/s bingo/s? (%)



**Los mayores crecimientos de las ventas se están registrando en las máquinas** (45,4% reporta crecimientos) y **en las apuestas** (41.8%), por encima del bingo (37.8%). Pero, más del 40% de los entrevistados señala descensos en los últimos meses en máquinas y en bingo, algo más moderados en apuestas.

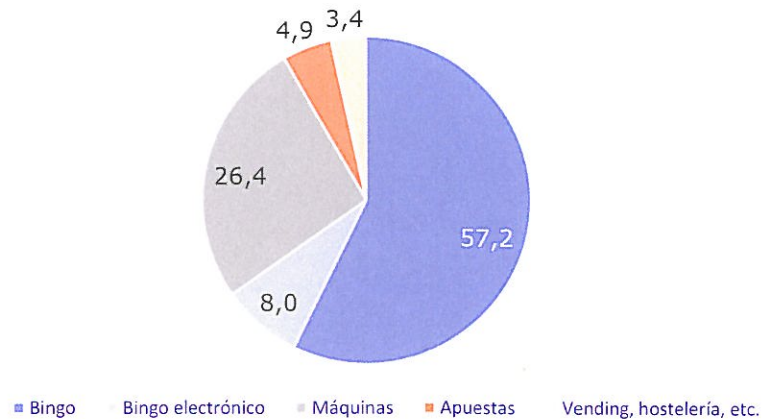
Cabe concluir que los bingos, en general, sigue en un punto de equilibrio precario. Esto hace que una parte relevante de los empresarios y directivos no descarte cerrar algún local (19.2%) y la mayoría descarte incrementar plantillas (73,1%) aunque se descarte mayoritariamente reducirlas (76,9%).



El resultado de esta evolución es que los ingresos de las salas de bingo se diversifican paulatinamente, **perdiendo importancia el bingo tradicional**, en parte, sustituido por el bingo electrónico, en conjunto suman el 65,2% de los ingresos de las salas. Al margen, aparece una considerable vía de ingresos a través de las máquinas (26,4%) y en menor medida de las apuestas (4,9%) y el vending (3,4%).

### Fuentes de ingresos de las salas de bingo

¿Aproximadamente, en qué porcentajes/proporciones puede dividirse el margen bruto de su bingo/sala o de las salas que gestiona? (%)



## Las decisiones que tomarán las empresas.

El cuadro descrito hace que las empresas de bingo se muestren **muy cautelosas sobre sus posibles decisiones, aunque en una dinámica más bien expansiva:**

- ✓ Casi el 70,0 % piensa cambiar máquinas por otras más modernas o instalar más (42,3%), un 26,9% piensa instalar máquinas multipuesto o ruletas. Claramente, las máquinas aparecen como la vía de expansión del sector.
- ✓ Está muy extendida la idea de mejorar los servicios de hostelería en la sala (60,6%).
- ✓ La formación de los empleados aparece como una vertiente relevante en las inversiones, el 50% piensa invertir en este terreno.
- ✓ Por otro lado, está prácticamente excluida la idea de reducir plantillas (un 76,9% lo descarta), aunque en contrapartida hay escasas intenciones de contratar más personal (sólo el 11,5% de los entrevistados lo señala).
- ✓ Sólo un 19,2% parece tener en perspectiva cerrar alguna sala.

| Decisiones previsibles de las empresas de bingo en los próximos meses                                       |      |      |         |
|---|------|------|---------|
|   | (%)  |      |         |
|   | Sí   | No   | No sabe |
| Cambiar máquinas antiguas por otras modernas  | 69,2 | 7,7  | 23,0    |
| Mejorar la oferta de hostelería en la sala  | 60,6 | 6,1  | 33,3    |
| Formar a los empleados para conseguir mayor implicación con las empresas y reducir la rotación del personal | 50,0 | 19,2 | 30,7    |
| Instalar más máquinas   | 42,3 | 23,1 | 34,6    |
| Crear una web para sus salas de bingo   | 30,8 | 30,8 | 38,4    |
| Instalar más ruletas / máquinas multipuesto   | 26,9 | 42,3 | 30,7    |
| Cerrar algún local  | 19,2 | 53,7 | 27,1    |
| Comprar algún local de otras cadenas / propietarios   | 15,4 | 50,0 | 34,6    |
| Reducir plantilla   | 15,4 | 76,9 | 7,6     |
| Contratar más empleados   | 11,5 | 73,1 | 15,3    |
| Abrir otros locales   | 11,5 | 53,8 | 34,6    |
| Reducir el número de máquinas   | 7,7  | 69,2 | 23,0    |

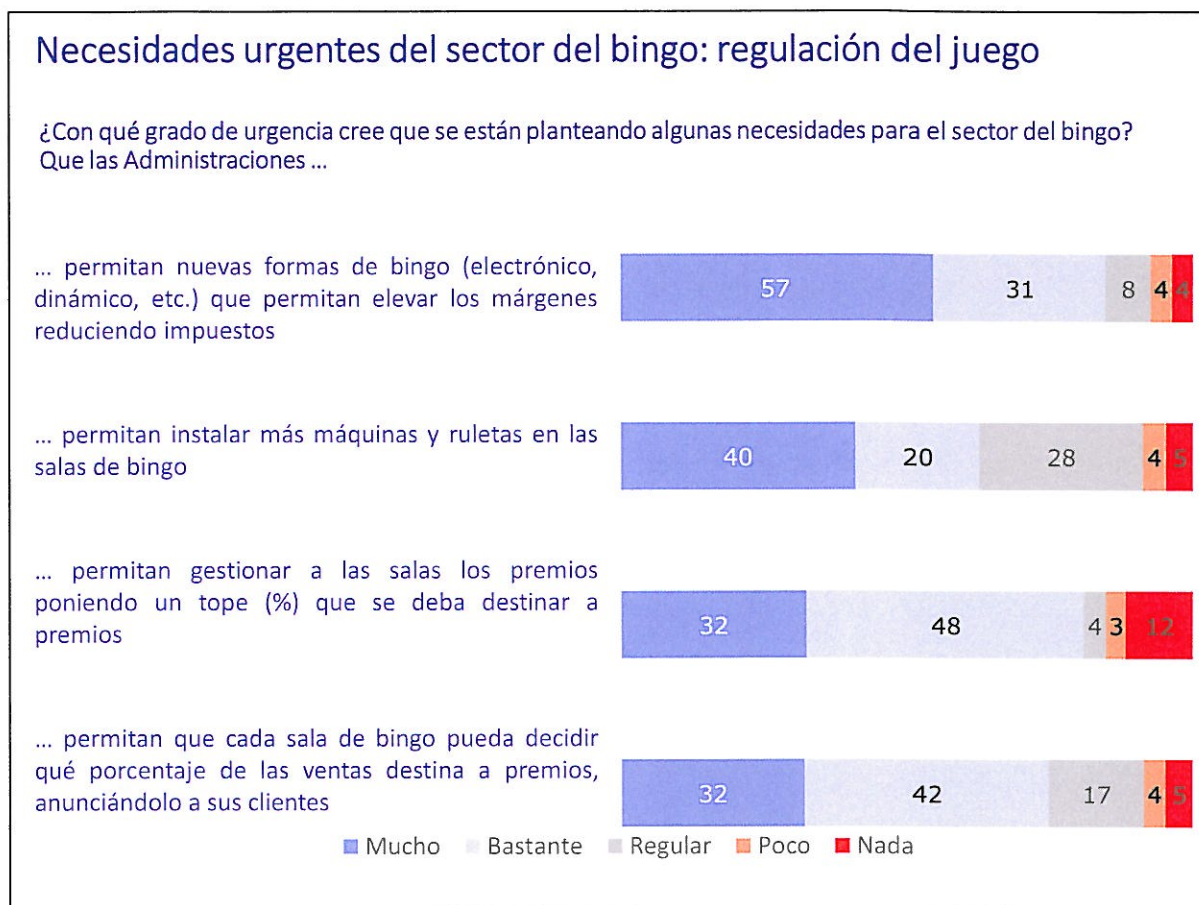
## Las demandas del sector del bingo.

**Un sector tan regulado como el bingo es natural que tenga a las Administraciones como referentes de sus demandas.** La esencial: que **permitan**

Barómetro de las salas de bingo (Abril 2018) (2018/01)

(\*) Este informe recoge los resultados de las oleadas realizadas en noviembre de 2017 y marzo de 2018

**nuevas formas de bingo que sirvan para hacer más atractivo el juego** y, por ende, elevar los márgenes y reducir impuestos (y razonablemente, **atraer nuevos clientes**) (para un 88,0% esto muy o bastante urgente) y que permitan instalar más máquinas y ruletas, convertidas aparentemente en la vía para sostener la viabilidad de bastantes salas diversificando su oferta de juegos (para el 60,0% es muy o bastante urgente).



En un plano secundario quedan que las Administraciones permitan gestionar los premios a las salas, poniendo un tope que se deba destinar a premios, y que permitan a cada sala decidir qué porcentaje de sus ventas destina a premios.

Lógicamente, dado el clima en el sector, la instalación de nuevos locales de juego preocupa por los eventuales problemas de rentabilidad que se pueden crear (88,0%). El incremento de estos locales suscita pocas aprensiones en estos empresarios y directivos por otros motivos: no detectan que haya riesgo de reacciones negativas en la opinión pública, y piensan que lo mejor es que los empresarios decidan dónde instalar sus locales.

## Opiniones sobre el número de locales de juego

Pregunta: ¿Con cuál de las opiniones siguientes sobre los locales de juego está usted más de acuerdo?

(%)

Últimamente se están instalando muchos locales destinados al juego ..

..., empiezan a ser demasiados y van a crear problemas de rentabilidad 88,2

... esto puede producir una reacción contraria al juego por parte de la opinión pública 28,3

... lo mejor sería que los locales de juego se pudieran instalar donde decidan los empresarios, de acuerdo con las normativas de las comunidades o los ayuntamientos, respetando el juego responsable y los derechos de los consumidores 28,1

..., esto puede producir una reacción de las Administraciones que traten de reducirlos, controlar horarios, etc. 12,3

0 20 40 60 80 100

La idea que domina entre empresarios y directivos es que debería haber distancias mínimas entre locales de juego o medidas más flexibles como limitar el número de salas de juego en función de la población residente en ciudades o distritos de grandes ciudades.

## Opiniones sobre posibles medidas sobre locales de juego

Pregunta: ¿Con cuál de las opiniones siguientes sobre los locales de juego está usted más de acuerdo?

(%)

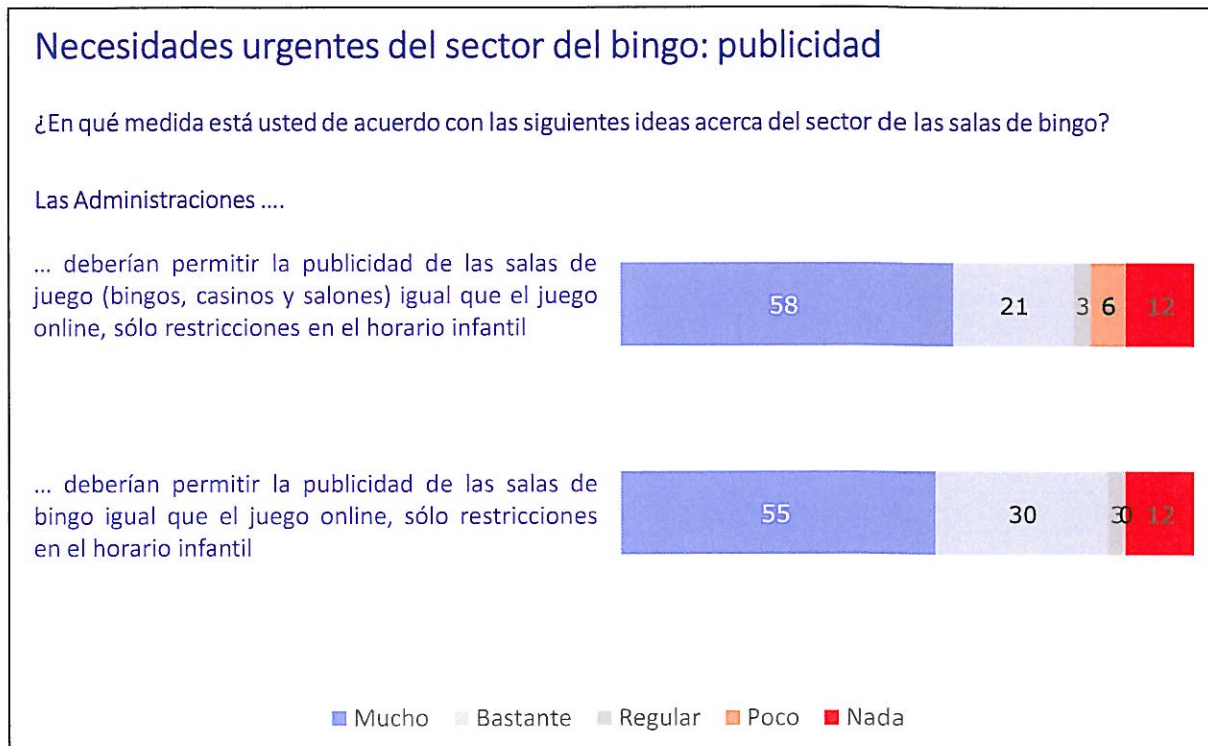
Se deberían establecer distancias mínimas entre los locales de juego (bingos, salones, casinos y tiendas de apuestas) 60,6

Las Administraciones deberían limitar el número de locales de juego en el conjunto de la ciudad o, en las grandes ciudades, en cada distrito 33,3

Los locales de juego sólo deben tener distancias mínimas con colegios y centros dónde haya jóvenes. 6,1

0 20 40 60 80

Junto a eventuales medidas para reducir incertidumbres en el desarrollo del sector del juego hay un acuerdo generalizado entre empresarios y directivos en que se debiera permitir la publicidad del bingo y las demás salas de juego en las mismas condiciones que el juego online, sólo sujeto a restricciones en horario infantil.



## RESPONSABLES Y PERSONAS DE CONTACTO

### CEJ

Fernando Henar  
Presidente  
presidencia@cejbingo.org  
Telf.  
C/ Hermosilla, 57, 51ª  
28001 Madrid

### FEJBA

Jesús Serrano  
Secretario General  
j.serrano@despachoserrano.com  
Telf.  
C/ Emilio Vargas, 18  
28043 Madrid

## DIRECCIÓN TÉCNICA

José Antonio Gómez Yáñez  
Estudio de Sociología Consultores  
Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III  
Profesor de Sociología en la Universidad Carlos III  
[jagy@telefonica.net](mailto:jagy@telefonica.net) / [jagomez@polsoc.uc3m.es](mailto:jagomez@polsoc.uc3m.es)  
Tlf. 34 649 827 619 / 34 91 375 96 32  
C/ Albadalejo, 40 c  
28037 MADRID

## METODOLOGÍA

El barómetro de salas de bingo de CEJ y FEJBA recoge las opiniones de los empresarios y directivos de empresas del sector, a través de una encuesta online destinada a un listado de 171 personas. Han respondido 46 y 33 en sendas oleadas.

La muestra se divide en propietarios de salas de bingo (59,3%) y directivos de cadenas o directores de salas (40,7%).

## TRABAJO DE CAMPO

Instituto Apolda. Carrer de Tuset, 10. 08006 Barcelona. Tlf. 91 238 55 45. [www.iapolda.net](http://www.iapolda.net)  
Dirección del trabajo de campo: Rolindo García.