

EL JUEGO ONLINE EN ESPAÑA EN 2022

El Ministerio de Consumo a través de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) ha publicado en el mes de Abril el Informe anual del mercado de juego online estatal del año 2022.

No se ha publicado todavía el Informe del Juego en España, incluyendo la SELAE, ONCE y el Juego Presencial competencia de las CC.AA.

Todos los datos que señala el Informe se refieren al juego online de ámbito estatal para operadores privados con licencia nacional, no se incluyen los juegos online de las Comunidades Autónomas (CC. AA), ni los celebrados presencialmente en Salones de Juego y Casas de Apuestas competencia de las mismas.

El informe, como en años anteriores es incompleto e impreciso, ya que por una parte hace hincapié en una serie de variables como El Gross Gaming Revenue al que llaman Margen Neto de Juego, Depósitos, Nuevas Cuentas, Cuentas Activas, Marketing y Cantidades Jugadas, al que añaden literalmente para tratar de minimizar su importancia, “que esta variable no es un reflejo del gasto real, ya que una parte de las participaciones provienen de los premios obtenidos”.

Difiero de esa valoración, ya que a mi juicio es el dato más importante y no se debe minimizar, se jugaron casi Treinta Mil millones de Euros, sin decir que porcentaje de los premios se vuelven a jugar.

Por otra parte, temas tan importantes como creación de puestos de trabajo, impuestos que recaudan el Estado y las CC.AA. así como los estudios y medidas que realizan para evitar las consecuencias no deseadas de su práctica, no aparecen por ninguna parte del Informe.

Para entender adecuadamente el Informe de la DGOJ, vamos a analizar las siguientes variables:

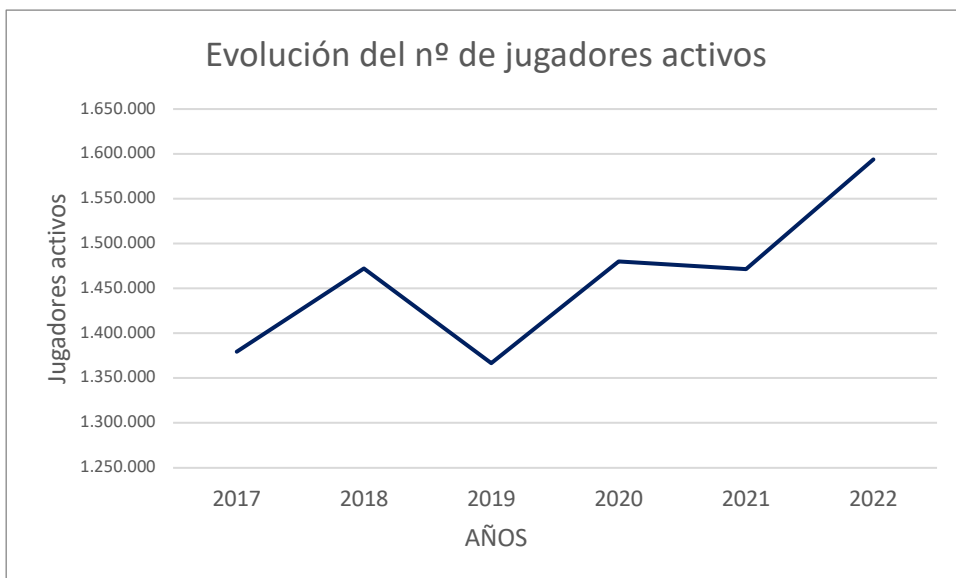
JUGADORES ACTIVOS

EVOLUCIÓN DEL Nº DE JUGADORES ACTIVOS

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	1.379.568	1.472.061	1.366.703	1.480.227	1.471.452	1.593.846

Fuente: DGOJ

La siguiente gráfica ilustra el incremento anual del número de jugadores activos



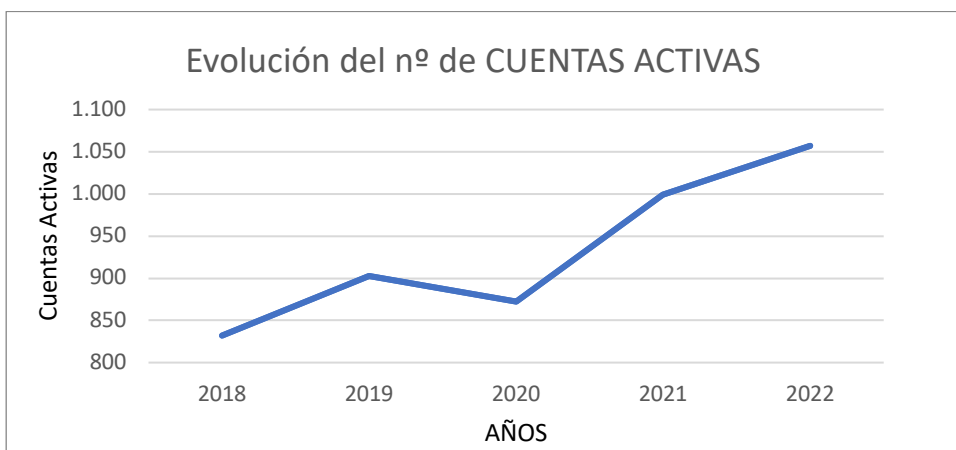
Análogamente ocurre con el número de cuentas activas

EVOLUCIÓN DEL Nº DE CUENTAS ACTIVAS

AÑO	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	832	903	872	999	1.057

Fuente: DGOJ

La siguiente gráfica ilustra el incremento anual del número de cuentas activas



CANTIDADES JUGADAS son las cantidades apostadas por lo jugadores en los distintos tipos de juego

INGRESOS NETOS - GROSS GAMBLING REVENUES (GGR) acrónimo anglosajón que es la cantidad resultante de las cantidades jugadas menos los premios que conceden los diferentes juegos.

La DGOJ la define como “el importe total de las cantidades a la participación del juego deducidos los bonos liberados y los premios a los participantes. En el caso de

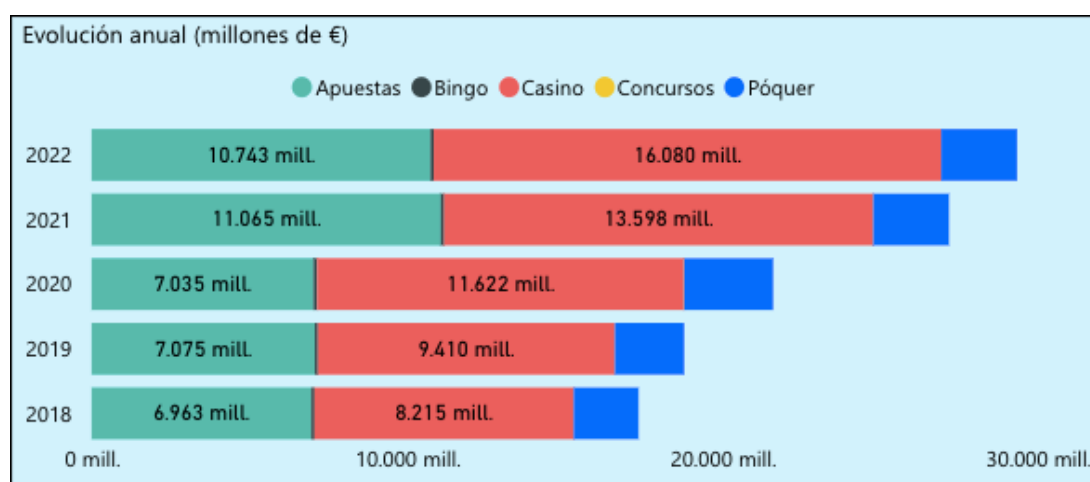
Apuestas Cruzadas y Póquer son las comisiones percibidas por el operador deducidos los bonos liberados no incluidos en premios y los premios).”

Desde mi punto de vista esta interpretación no es correcta y vulnera el Art. 48-b de la Ley 13/2011 de 27 de mayo, de Regulación del Juego al definir los Ingresos Netos, dice “DEDUCIDOS LOS PREMIOS POR EL OPERADOR AL PARTICIPANTE” y está claro que “los bonos liberados” es dinero gratis que las casas de apuestas online regalan a los jugadores para incitarlos a participar en los distintos juegos.

Con esta decisión lo único que se hace es incentivar el uso de bonos discrecionalmente por las empresas, que estas paguen menos impuestos, e inciten a la práctica de estos juegos.

CANTIDADES JUGADAS PERIODO 2017-2022

Según los datos publicados por la DGOJ las cantidades jugadas en 2022 ascienden a VEINTINUEVE MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CINCO MILLONES € (29.335mill €). Y su distribución en los distintos juegos se señalan en el siguiente cuadro



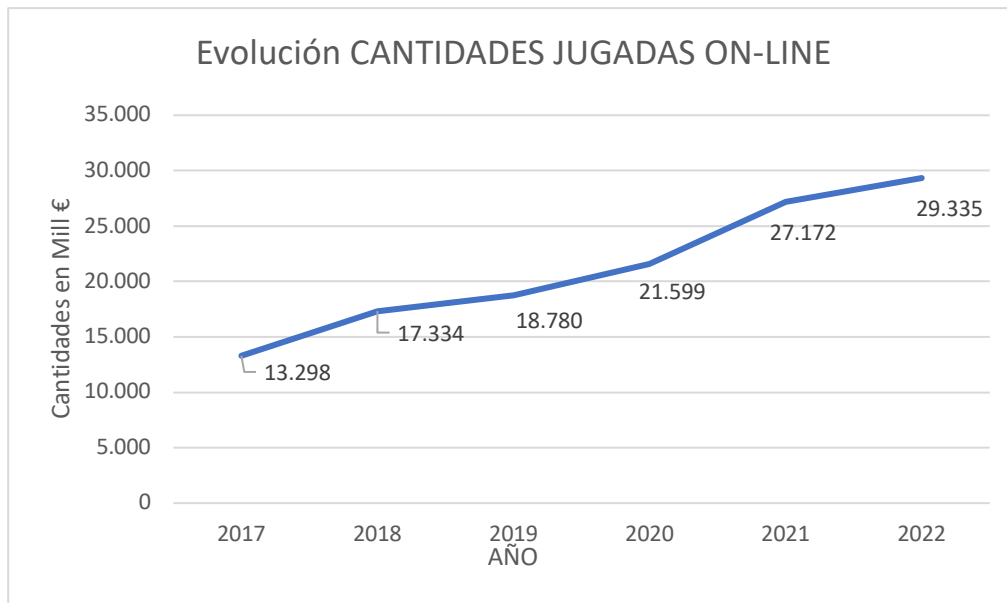
Fuente: DGOJ

Lo que nos da los siguientes datos totales:

CANTIDADES JUGADAS ON-LINE						en Mill €
AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	13.298	17.334	18.780	21.599	27.172	29.335

Fuente: elaboración propia

En la siguiente gráfica se aprecia su evolución anual:



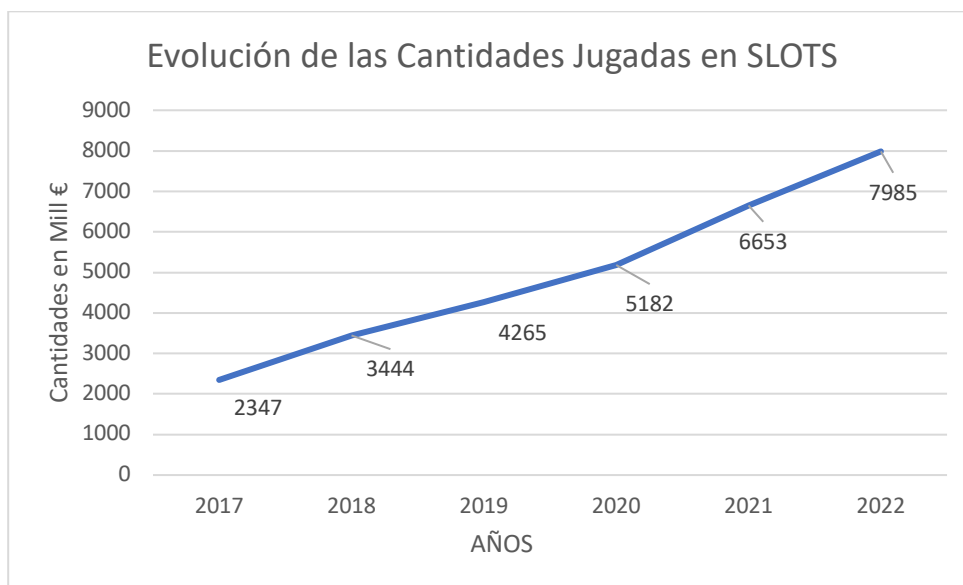
Fuente: Elaboración propia y DGOJ

En los cuadros anteriores se ve cómo han evolucionado los distintos juegos online, con un crecimiento en las Apuestas, Casinos y Póquer.

No queda clara esta clasificación, sobre todo en los Juegos de Casino, donde se incluyen las Máquinas de Azar conocidas como “Tragaperras”, que son mucho más adictivas que las que están en Bares y Salones de Juego, dadas sus principales características:

- No tienen limitación de premios
- Su inmediatez, se puede jugar las 24 horas de todos los días del año.

Ello ha provocado un incremento progresivo en las apuestas en las Máquinas de Azar hasta los 7.985mill €. Confirmando crecimientos anuales superiores al 20%



Fuente: Elaboración propia y DGOJ

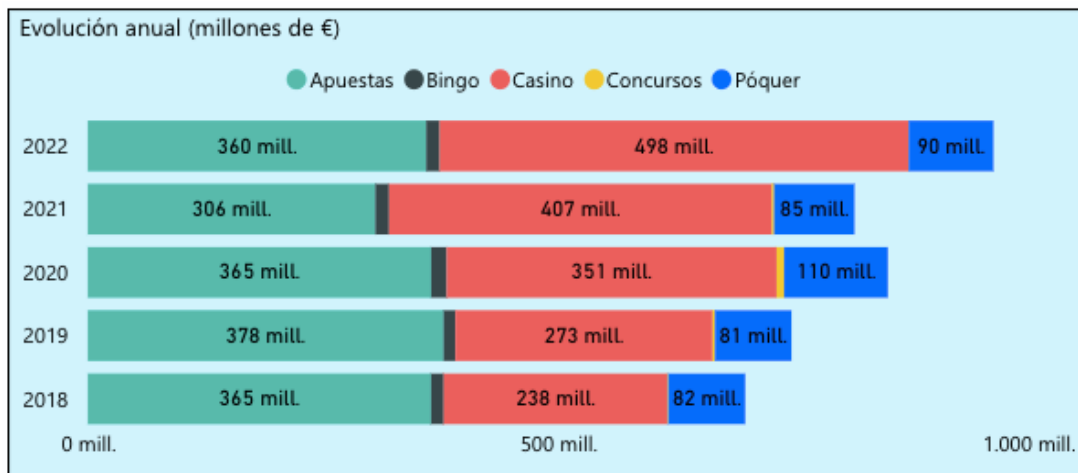
INGRESOS NETOS-GROSS GAMING REVENUE (GGR)

A mi juicio, la ley 13/2001 de 27 de mayo y sus posteriores modificaciones, sin justificación alguna, permitió que la fiscalidad se basara en el CGR, sin limitar los premios y una gran permisividad en la regulación de la publicidad, rompiendo con lo regulado para el Juego Presencial.

Siendo ambos una actividad económica especial, tienen un trato diferencial a favor de juego online; puesto que, se puede publicitar y sus impuestos son muy inferiores, aun siendo mucho más adictivo.

Siguiendo la interpretación de la DGOJ las cantidades jugadas a efectos del GGR quedan reducidas a NOVECIENTOS SESENTA Y TRES MILLONES € (963 mill €)

Cuadro de la DGOJ



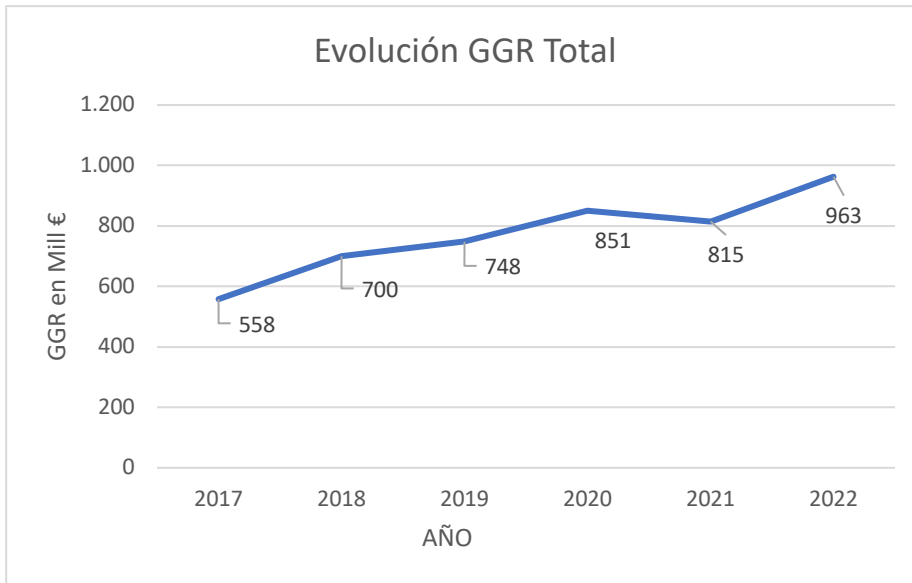
Fuente: DGOJ

GGR ONLINE

en Mill €

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	558	700	748	851	815	963
Apuestas	309	365	378	365	306	360
Bingo	12	14	13	17	15	14
Casino	171	238	273	351	407	498
Concursos	6	1	3	8	2	0,3
Póquer	60	82	81	110	85	90

Fuente: Elaboración propia y DGOJ

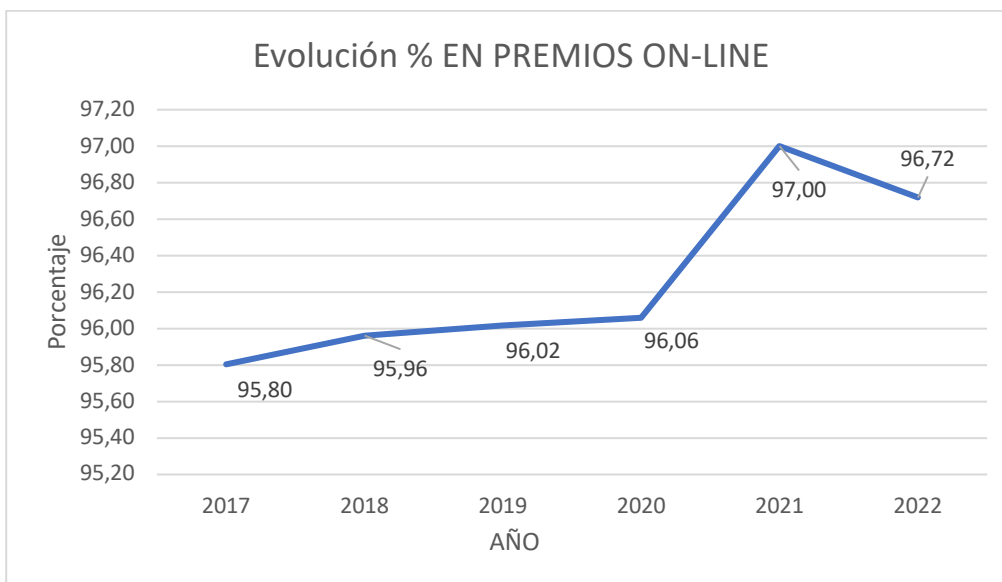


La reducción del importe sobre las cantidades jugadas por el efecto del GGR, se debe principalmente al elevadísimo porcentaje de premios que conceden estos juegos online, muy superiores a los que dan los juegos presenciales, y que se han incrementado estos últimos años como se refleja en el cuadro y gráficas siguientes:

PREMIOS en ON-LINE

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
% EN PREMIOS	95,80	95,96	96,02	96,06	97,00	96,72
TOTAL JUGADO	13.298	17.334	18.780	21.599	27.172	29.335
TOTAL GGR	558	700	748	851	815	963

Fuente: Elaboración propia



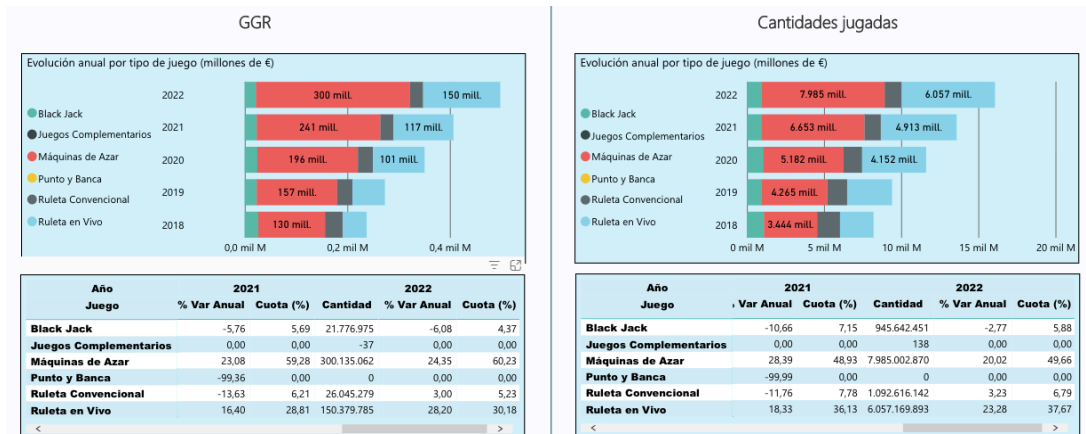
A la vista de lo anteriormente expuesto, la gran cantidad de premios es la clave, junto con la publicidad, del enorme éxito que tienen estos juegos.

Ante la pasividad de las Administraciones Públicas, el juego online, tiene la capacidad de ofrecer incentivos como la inmediatez y la cantidad de premios al no tener costes

de explotación y poder ofertar sus servicios las 24 horas del día, todos los días del año.

COMPARATIVA CGR CANTIDADES JUGADAS

Como ejemplo de todo lo señalado anteriormente dentro de los Juegos online he recogido una comparativa de las Cantidades Jugadas y el CGR en CASINOS



Fuente: DGOJ

Un ejemplo claro lo tenemos en las Máquinas de Azar, solo viendo como han evolucionado en el online y en el presencial, podemos concluir al menos con dos observaciones:

- En el online su crecimiento es espectacular (superior al 20% anual), su fiscalidad es baja, y no genera empleo,
- En el presencial, descenso en el número de máquinas, con fiscalidad alta, y como consecuencia, pérdida de empleos e ingresos en bares y hostelería.

PUBLICIDAD DEL JUEGO ONLINE

Después de varios intentos fallidos y transcurridos más de 9 años de la entrada en vigor de la Ley 13/2011 de 27 de mayo que regula el juego online, a propuesta del Ministerio de Consumo, se aprobó el Real-Decreto 958/2020 de 3 de noviembre sobre comunicaciones comerciales de la actividad del juego, que concreta el alcance al que obligada la referida en sus artículos 7 y 8.

El Decreto está lleno de buenas intenciones intentando poner coto a la misma, aunque tal como se ha aprobado, a mi juicio algunos artículos son muy confusos y su aprobación ha llegado demasiado tarde e incompleta.

En ese año se produjeron dos hechos relevantes:

- El 30 de agosto entró en vigor las restricciones sobre Comunicaciones Comerciales (Art. 18) y Patrocinio (Art. 129)

- El 1 de mayo entró en vigor el Art. 13.1 sobre restricciones de promociones que dice:

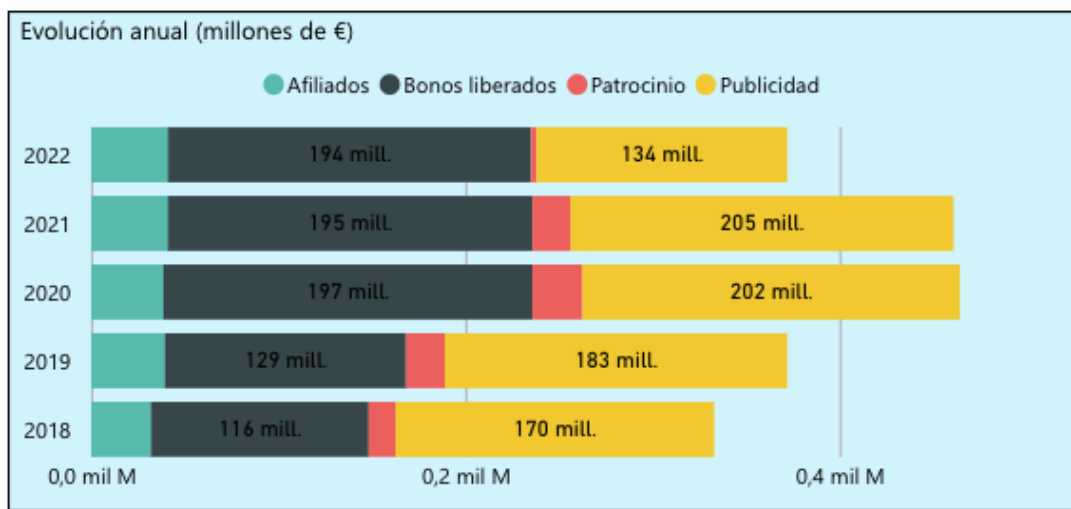
“Se prohíben las promociones de captación de clientes nuevos cualquiera que fueran las condiciones de promoción.

A estos efectos los operadores podrán ofertar promociones:

- Tengan una cuenta abierta durante al menos 30 días
- Hayan sido verificados documentalmente”

La DGOJ no ha hecho ninguna valoración de su aplicación, pero si vemos lo que ha ocurrido en Marketing en las distintas partidas en 2022, se debería estudiar cuales han sido las causas y sus consecuencias.

Marketing del periodo 2017-2022:



Fuente: DGOJ

El gasto en marketing, tal como se señala en el cuadro anterior en 2022, ha sido de 374 mill € casi un 20% menos que el año anterior, sobre todo en Publicidad en medios de comunicación e Internet que se ha reducido un 34%.

Hay que destacar, en cambio, los 194 mill € dedicados a bonos liberados, cantidad similar a la del año anterior.

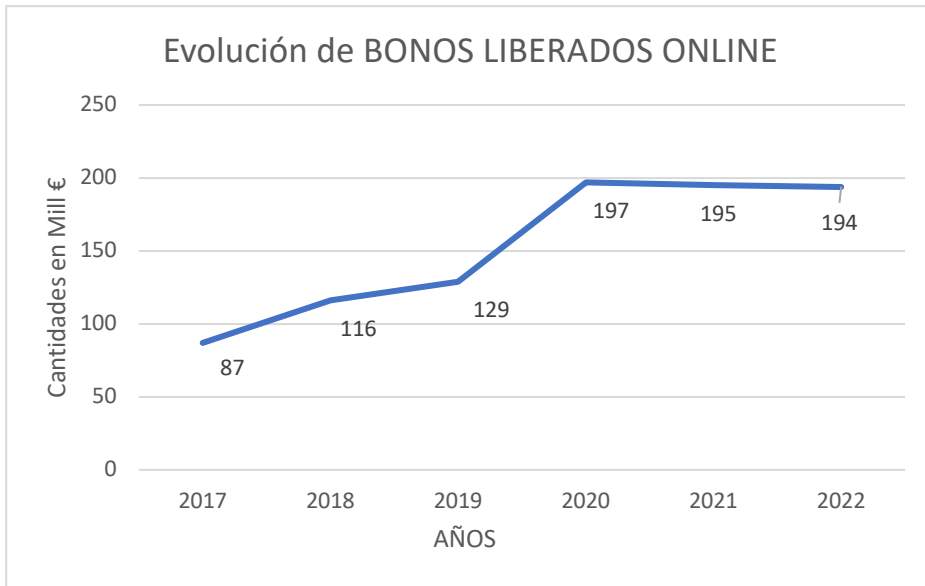
Se trata de una estrategia de las empresas: dar dinero gratis para captar y fidelizar clientes y esto sirve además para disminuir el GGR y pagar menos impuestos, vulnerando lo previsto en la Ley 13/2011 de 27 de mayo de Regulación del Juego como he señalado anteriormente.

BONOS LIBERADOS ON-LINE

en Mill €

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	87	116	129	197	195	194

Fuente: Elaboración propia y DGOJ



INGRESOS FISCALES y EMPLEO

Es sorprendente que la DGOJ, siguiendo Informes precedentes, no hable para nada de estos temas de suma importancia para valorar en su conjunto esta actividad económica.

La causa, a mi juicio, es la de intentar ocultar y enmascarar estos datos para que no los conozca la opinión pública.

IMPUESTOS

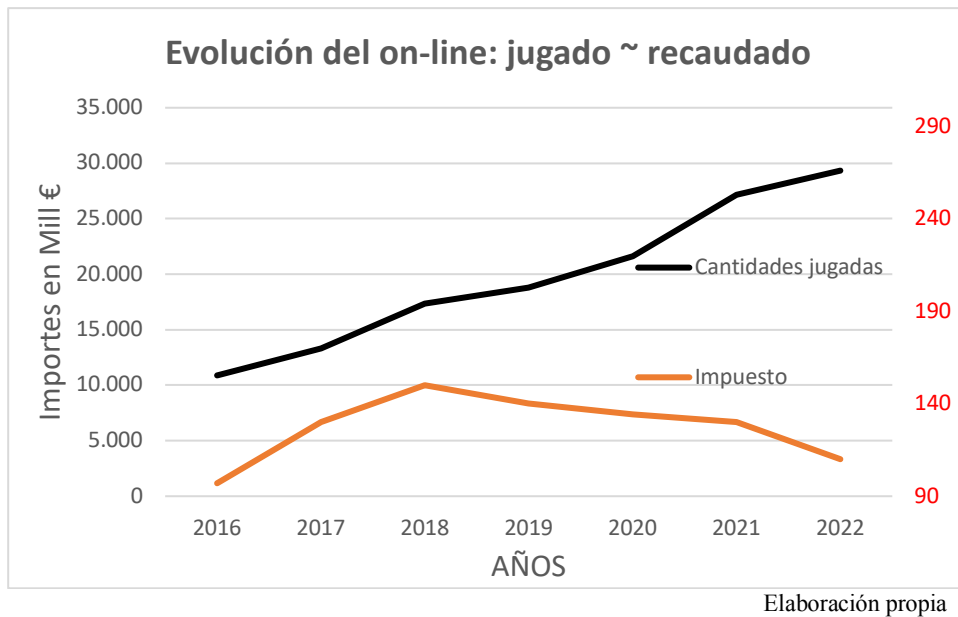
Al comparar las cantidades jugadas con el impuesto de Juego recaudado en los últimos años, resulta lo siguiente:

CANTIDADES JUGADAS E IMPUESTOS DEL JUEGO ONLINE (millones €)

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidades jugadas	10.883	13.299	17.333	18.779	21.600	27.172	29.335
Impuesto	97	130	150	140	134,2	130	110

Elaboración propia

En la siguiente gráfica se muestra la disparidad en la evolución de lo jugado y lo recaudado; debido a esta perversión 'alegal' con el tratamiento fiscal del GGR:



Nótese la diferente evolución de las curvas y las diferentes escalas de la gráfica.

A la vista de los mismos se puede deducir que las cantidades jugadas se han incrementado espectacularmente, sin embargo, sorprendentemente los ingresos por Impuesto del Juego se han reducido, en un año donde se han disparado los ingresos de todos los impuestos por causa de la elevada inflación que estamos sufriendo

El motivo de esta paradoja es su baja fiscalidad, tal como esta regulada, dejándola prácticamente en manos de las empresas de juego online al contrario que el Juego Presencial que es más elevada.

Es necesario por tanto una modificación de su fiscalidad y en concreto cambiar su Base Imponible sobre un porcentaje sobre las Cantidades Jugadas. Con las cifras actuales podríamos alcanzar una recaudación superior a los MIL QUINIENTOS MILLONES DE EUROS (1.500Mill)

Con esta medida no sólo se aspira a recaudar más, sino a crear medidas concretas para desincentivar la práctica de estos juegos.

Según lo publicado por la revista "Joc Privat" el 5 de Abril de 2023 la recaudación procedente del Impuesto sobre Actividades de Juego (IAJ) en 2022 fue de 109,93 millones de euros, un -15,4% respecto a la recaudación en 2021.

La cantidad ingresada por IAJ a cargo del Ministerio de Hacienda se reparte directamente a las distintas Comunidades Autónomas de Régimen Común. A fecha de 31 de diciembre de 2022 esa distribución de los 109,93 millones reflejaba la siguiente distribución,

- Andalucía: 18,7 millones de euros.

- Aragón: 3,3 millones de euros.
- Asturias: 2,3 millones de euros.
- Baleares: 3'1 millones de euros.
- Canarias: 5'5 millones de euros.
- Cantabria: 1'3 millones de euros.
- Castilla-La Mancha: 4,8 millones de euros.
- Castilla y León: 5,8 millones de euros.
- Catalunya: 20,1 millones de euros.
- Galicia: 6,3 millones de euros.
- Extremadura: 2'5 millones de euros.
- Comunidad Valenciana: 13,1 millones de euros.
- La Rioja: 0'95 millones de euros.
- Región de Murcia: 3'3 millones de euros.
- Madrid: 17,3 millones de euro
- Ministerio de Hacienda 1,1 millones de euros
- Ceuta y Melilla no tienen asignada percepción de cantidad alguna.

En el País Vasco y en Navarra, las cantidades revertidas se canalizan vía las respectivas Diputaciones Forales y por su acuerdo foral

EMPLEO

Tanto la Administración como las empresas de juego online no dicen nada sobre los puestos de trabajo que generan esta actividad económica de los juegos online, intentando enmascararlos con los puestos directos e indirectos que genera el juego presencial.

La razón es muy sencilla, apenas generan empleos y la cifra es tan ridícula que se niegan a informar, pese a su volumen de juego y no pagar impuestos.

Conclusiones:

Desde hace unos años por parte del sector del juego y algunas Administraciones Públicas, se empeñan en decir que las cantidades jugadas es un dato irrelevante y lo intentan minimizar hablando de Handel, drop, circulante, rejuego etc. para evitar dar la cifra de cantidades jugadas y en no publicar ni su recaudación, ni los puestos de trabajo que genera.

Tiene una legislación discriminatoria respecto al Juego Presencial en su tributación que motiva una competencia desleal, lo que explica su fuerte crecimiento en

detrimento del Presencial, al contrario del juego online, recauda mucho más y crea puestos de trabajo directos e indirectos, como veremos cuando se publique el Informe de Juego en España en 2022 por la DGOJ

Para ello sería necesario modificar la Ley 13/2011 de 27 de mayo de regulación del juego y su desarrollo reglamentario de los distintos juegos, para regular los premios que conceden y elevar su fiscalidad por encima del Juego Presencial.

Tampoco esta justificada la distinta legislación sobre la Publicidad en el Juego, muy restrictiva en el Juego Presencial Privado que en el Juego Online y el del Juego Público gestionado por la Sociedad Estatal de Loterías Apuestas del Estado (SELAE) y sobre todo el de la Organización Nacional de Ciegos (ONCE), que debería ser común para todos los sectores.

Si a lo anterior añadimos que es una actividad económica improductiva, que apenas aporta ingresos públicos, no genera empleo y la devolución de sus premios en cuanto a inmediatez y porcentaje, junto con la publicidad, los hace muy adictivos y que su práctica puede llevar a consecuencias no deseadas., es imprescindible una nueva regulación

Miguel Mazón Hernández
Dr. en Economía - Lcdo. en Derecho