



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DOBLE GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y DERECHO

EVOLUCIÓN DEL JUEGO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2011-17

Trabajo Fin de Grado presentado por Inmaculada Borrego Elena siendo la tutora de la misma la profesora María Dolores Pérez Hidalgo.

Vº. Bº. del Tutor: Mª Dolores Pérez Hidalgo

Alumno: Inmaculada Borrego Elena

Sevilla, julio de 2019



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y DERECHO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO (2018-2019)

TÍTULO: EVOLUCIÓN DEL JUEGO EN ESPAÑA EN EL PERIODO 2011-17

AUTOR: DÑA. INMACULADA BORREGO ELENA

TUTOR: DÑA. MARÍA DOLORES PÉREZ HIDALGO

DEPARTAMENTO: ECONOMÍA APLICADA I

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA**

RESUMEN:

El juego se ha convertido en una de las actividades cotidianas de la sociedad española. La aparición del juego online con su regulación en 2011 ha transformado el panorama existente provocando cambios no sólo en el perfil del jugador, sino que ha incidido directamente en la recaudación de las CCAA y en el creciente número de salones existentes en ellas.

PALABRAS CLAVE: recaudación, salones de juego, juego online, CCAA.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2. ESTADO DEL MERCADO DEL JUEGO | 3 |
| 2.1. EVOLUCION Y REGULACIÓN..... | 3 |
| 2.2. EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN OBTENIDA POR LAS CCAA DESDE 2011 HASTA 2017..... | 4 |
| 2.3. ANÁLISIS DE LOS SALONES DE JUEGOS EN LAS DISTINTAS CCAA..... | 8 |
| 2.4. ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN DE LA RECAUDACIÓN Y LOS SALONES DE JUEGO EN LAS DISTINTAS CCAA | 12 |
| 2.5. LA RECAUDACIÓN COMO FUNCIÓN LINEAL DEL NÚMERO DE SALONES DE JUEGO | 12 |
| 2.6. MODELO DE EFECTOS FIJOS Y DE EFECTOS ALEATORIOS (DATOS DE PANEL)..... | 14 |
| 2.7. EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL JUEGO..... | 16 |
| 3. JUEGO ONLINE..... | 21 |
| 3.1. INTRODUCCIÓN | 21 |
| 3.2. JUEGO ONLINE VS JUEGO PRESENCIAL | 22 |
| 3.3. TIPOS DE JUEGO ONLINE..... | 24 |
| 3.4. EL PERFIL DEL JUGADOR ONLINE EN ESPAÑA..... | 25 |
| 4. LA PUBLICIDAD EN EL JUEGO..... | 29 |
| 4.1. INVERSIÓN REALIZADA..... | 29 |
| 5. EL REGISTRO GENERAL DE INTERDICCIONES DE ACCESO AL JUEGO..... | 33 |
| 6. CONCLUSIONES..... | 37 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA..... | 39 |

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años, la sociedad española está cada vez más familiarizada con los juegos y las apuestas; no es de extrañar que las nuevas tecnologías hayan transformado este sector aumentando sus cifras de negocio y convirtiendo las apuestas deportivas y el póker online en los grandes juegos del momento.

Mientras que el juego online está regulado por el Estado, el presencial está en manos de las Comunidades Autónomas (CCAA), prueba de ello es la disparidad en cuanto a su regulación (Por ejemplo, Madrid no exige un espacio mínimo entre una casa de apuesta y otra y, por otro lado, la presión fiscal a la que se someten los juegos presenciales también varía dependiendo en la CCAA en la que nos encontremos).

El perfil del jugador ha cambiado también de forma radical, ya que el juego en línea ha permitido el acceso de jóvenes de cada vez menor edad convirtiendo así al juego en un tema tanto actual como polémico.

Comenzaremos con un breve recorrido del juego y las apuestas a lo largo de la historia española y cómo ésta, junto a la mentalidad de cada época, han hecho del juego un sector muy controvertido, pasando desde la ilegalidad a la regulación y por último a la aceptación.

Además, estudiaremos su regulación y la incidencia del número de salones de juego en la recaudación de las diferentes CCAA, así como la estrategia de Márketing y publicidad llevada a cabo por este sector.

Por último, haremos una breve referencia al Registro General del Acceso al juego y cómo ha evolucionado en las distintas CCAA en los últimos años

CAPÍTULO 2

ESTADO DEL MERCADO DEL JUEGO

2.1. EVOLUCIÓN Y REGULACIÓN

La historia de juegos de azar en la península ibérica comienza en el año 218; introducida por los romanos y, a partir de ese momento, forman parte de nuestra cultura. Los casinos aparecieron mucho más tarde, en torno a la Edad Media y han crecido a poca escala hasta principios del siglo XX.

La Iglesia empieza a no ver con buenos ojos el crecimiento de estos centros ya que los consideraba sinónimo de vicio y perdición, por ello, la llegada de Miguel Primo de Rivera supone la prohibición y cierre masivo de los casinos y formas de apuestas organizadas que perdura durante la dictadura de Francisco Franco y concluye con su muerte en 1975. Durante este período, los únicos juegos de azar permitidos fueron los de la ONCE (autorizados por su función social) y las quinielas. Esta prohibición absoluta supuso la convivencia con el juego clandestino generalizado, con más peligros reales que los que se trataba de evitar.

En 1977, con base en la democracia y ante la situación permisiva de los países vecinos, se despenaliza el juego y se regulan los casinos con el Real Decreto 16/1977. Ello supone la apertura de negocios de apuestas deportivas y casinos (entre ellos el Casino Gran Madrid y el Casino de Barcelona). Además, se añade su consideración como fuente de fondos fiscales y su influencia en el sector turístico.

A partir de este momento, el juego se convierte en un ingreso económico importante para España, representando el 3% del PIB. Los Casinos empiezan a estar presentes en casi todas las Comunidades Autónomas y en lugares estratégicos que llevan turismo a la zona.

Con la creación de la Unión Europea, los países que la conforman se ven obligados a crear nuevas medidas para mejorar la visión comercial en relación al sector electrónico y con ello la problemática de los juegos en línea. En ese momento, existía un vacío legal en el sector de los juegos online, lo que puso en peligro a los casinos físicos en España. Para ello, el Gobierno español a través del Ministerio de Economía y Hacienda, crea la Comisión Nacional del Juego, cuyo objetivo es establecer una novedosa e implementada regulación sobre las nuevas entidades basadas en el ámbito del juego para así poder controlar su actividad, desarrollo y puesta en práctica tanto por medios electrónicos como por todas aquellas entidades con actividad comercial lúdica. Debido a ello, el real decreto anteriormente citado sufre una modificación en 2011 con la ley 13/2011.

Antes de esta ley, debido a la severidad del legislador, las casas de apuestas no españolas operaban desde distintos paraísos fiscales aceptando clientes españoles, lo que suponía un problema serio desde el punto de vista económico, ya que los españoles gastaban dinero en casas de apuestas con empresas que no tributaban en España lo

que producía una gran fuga de capital. Actualmente, esta práctica aún sigue siendo habitual.

Hoy en día, España cuenta con más de 35 casinos, siendo el de Ibiza el más reconocido internacionalmente y considerado entre los 10 mejores del mundo. Además, debido al imparable avance de internet, el juego y las apuestas aparecen como una de las principales áreas de actividad con mayor volumen de operaciones de comercio electrónico en España y la tercera si contabilizamos las transacciones desde España hacia el extranjero. Por otra parte, este avance también supone el declive del ocio físico y presencial frente al virtual y con ello el aumento de las apuestas deportivas o el póker donde el objetivo primordial es ganar y competir y no tanto socializar.

2.2. EVOLUCIÓN DE LA RECAUDACIÓN OBTENIDA POR LAS DISTINTAS CCAA DESDE 2011 HASTA 2017

El 29 de mayo de 2011 entra en vigor la Ley 13/2011; a través de título VII se crea en el ámbito estatal un nuevo impuesto, el impuesto sobre actividades de juego, que grava la autorización, celebración u organización de los juegos, rifas, concursos, apuestas y actividades, así como las combinaciones aleatorias con fines promocionales, aunque no sean estrictamente juego.

A causa del reparto de competencias, el Estado actúa en la regulación y el control del juego online mientras que las CCAA se encargan del juego en su territorio (Online o presencial). Así, las CCAA tienen participación a través de la recaudación obtenida por el gravamen correspondiente a los ingresos por el juego de los residentes de cada respectiva comunidad.

Sus contribuyentes son las personas físicas o jurídicas o las comunidades de bienes, herencias yacentes o demás comunidades, carente de personalidad jurídica que constituyan una actividad económica o un patrimonio separado susceptibles de imposición, que operen, organicen o desarrollen actividades gravadas por este impuesto.

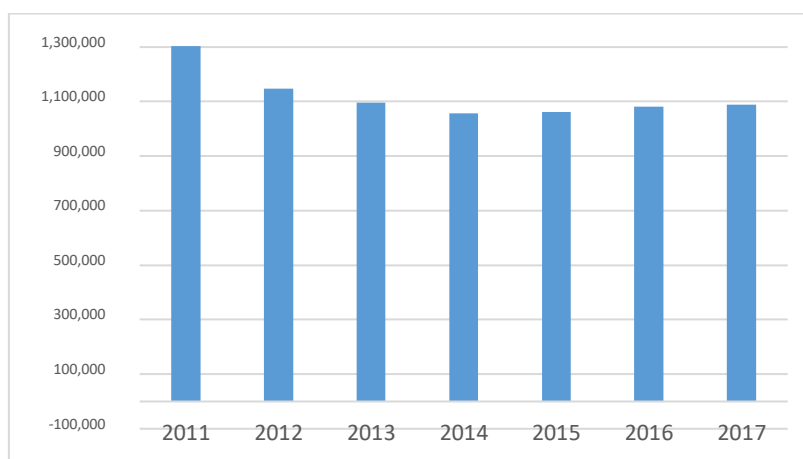
Mostramos en la Tabla 2.1 la recaudación obtenida (en millones de Euros) por cada una de las CCAA a lo largo del período 2011 - 2017.

Tabla 2.1. Recaudación (en millones) por CCAA

| COMUNIDADES AUTÓNOMAS | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Andalucía | 185,69 | 168,56 | 168,27 | 157,63 | 159,44 | 156,56 | 150,28 |
| Aragón | 48,22 | 42,78 | 38,51 | 37,33 | 39,14 | 40,80 | 40,58 |
| Asturias (Principado de) | 29,09 | 31,55 | 25,56 | 25,97 | 25,30 | 25,92 | 25,22 |
| Baleares (Illes) | 36,26 | 34,39 | 29,92 | 29,50 | 30,37 | 33,05 | 33,27 |
| Canarias | 73,67 | 62,03 | 60,45 | 57,87 | 45,43 | 51,38 | 57,69 |
| Cantabria | 20,57 | 15,97 | 15,87 | 15,34 | 15,08 | 15,94 | 14,54 |
| Castilla-La Mancha | 45,13 | 39,55 | 37,85 | 37,16 | 37,87 | 39,31 | 42,72 |
| Castilla y León | 64,17 | 76,02 | 65,99 | 61,71 | 61,52 | 59,68 | 60,22 |
| Cataluña | 241,54 | 207,79 | 196,72 | 191,62 | 199,50 | 189,25 | 208,75 |
| Comunidad Valenciana | 166,51 | 130,85 | 128,16 | 130,32 | 136,53 | 140,57 | 137,74 |
| Extremadura | 28,33 | 20,56 | 24,38 | 21,36 | 21,72 | 23,01 | 23,92 |
| Galicia | 59,13 | 52,94 | 50,83 | 39,06 | 48,14 | 52,33 | 53,88 |
| Madrid | 192,20 | 170,94 | 166,06 | 160,46 | 155,97 | 163,56 | 146,28 |
| Murcia (Región de) | 36,91 | 28,11 | 23,94 | 26,92 | 27,33 | 29,70 | 30,78 |
| Navarra (Comunidad Foral de) | 11,26 | 8,41 | 9,16 | 9,27 | 8,82 | 8,56 | 10,00 |
| País Vasco | 54,10 | 49,10 | 48,74 | 46,65 | 41,42 | 44,22 | 44,27 |
| Rioja (La) | 10,89 | 8,12 | 6,61 | 8,31 | 7,86 | 6,63 | 7,83 |
| Total | 1.303,65 | 1.147,67 | 1.097,00 | 1.056,48 | 1.061,42 | 1.080,44 | 1.087,97 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Ministerio de Hacienda

El Gráfico 2.1 nos muestra la evolución de la recaudación total en el período 2011-2017, mientras que en el gráfico 2.2 podemos observar dicha evolución para las distintas CCAA.

Gráfico 2.1. Evolución de la Recaudación total de las CCAA en el período 2011-2017

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda

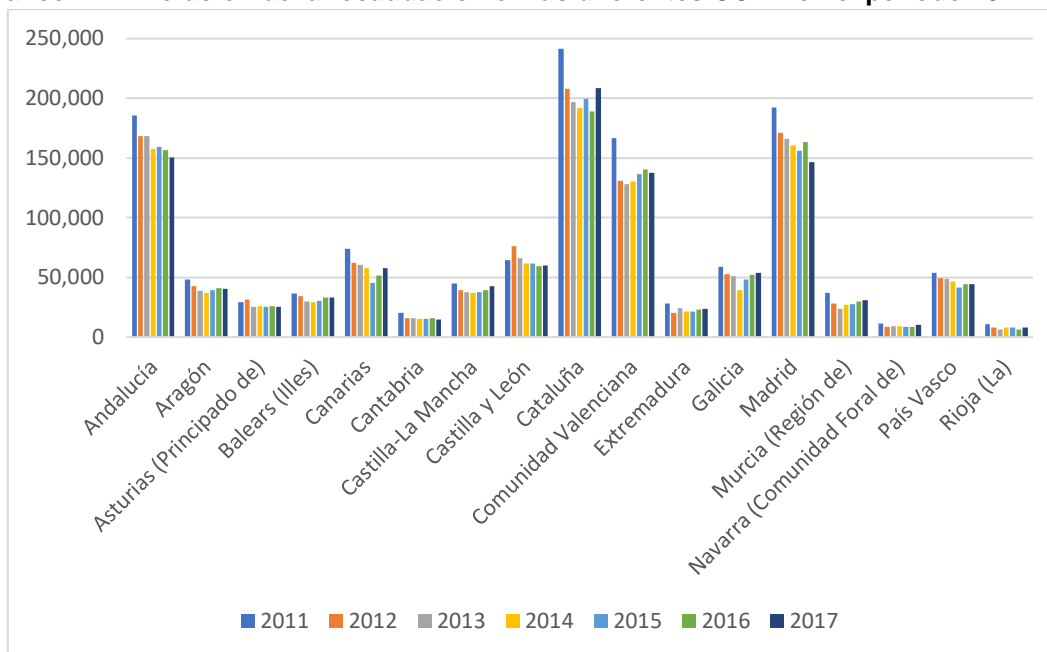
Desde 2011 a 2017 hay una evolución decreciente en la recaudación, con ligera recuperación en los dos últimos años, que no consigue alcanzar los niveles iniciales de 2011.

La mayor caída en la Recaudación total tiene lugar en 2012 de casi un 12% respecto al año anterior y desde 2012 a 2017 se mantiene más o menos constante, destacando a 2014 y 2015 como los años en los que las CCAA recaudan menos.

A partir de la información recogida en la Tabla 2.1. y el gráfico 2.2., observamos que la CCAA que más recauda es Cataluña que preside la lista en todo el período. Hasta 2015, Madrid sería la segunda CCAA con mayor recaudación, pero a partir de este año Andalucía ocuparía su lugar, pasando Madrid a ser la tercera. Estas tres CCAA, seguida

de la Comunidad Valenciana, se sitúan a la cabeza de este ranking a mucha distancia del resto de CCAA.

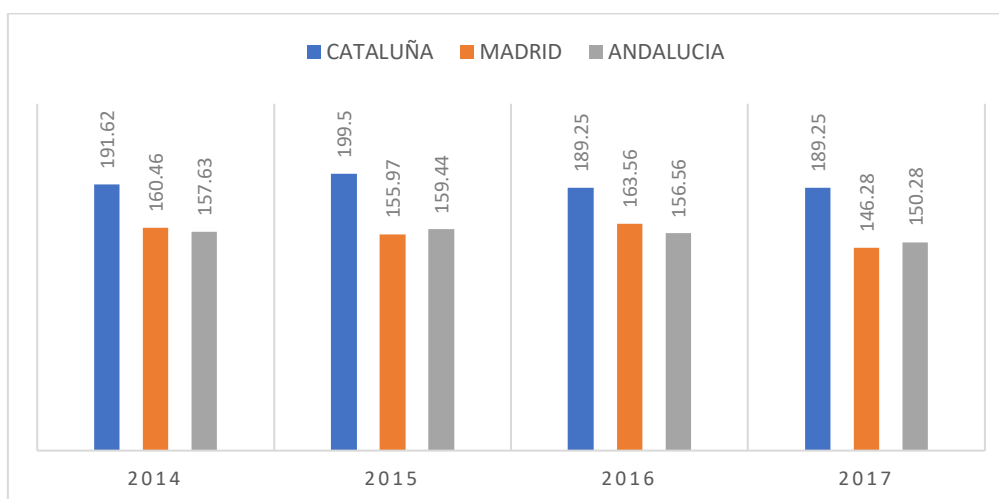
Gráfico 2.2. Evolución de la recaudación en las diferentes CCAA en el período 2011-2017



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda

Centrándonos en las 3 CCAA (Cataluña, Andalucía y Madrid) con mayor recaudación observamos que (ver gráfico 2.3) Cataluña aumenta su recaudación en 2015 al igual que ocurre con Andalucía, por el contrario Madrid recauda menos. A partir de este año, ocurre el efecto contrario y tanto Andalucía como Cataluña sufren un descenso en sus respectivas recaudaciones.

Gráfico 2.3. Evolución de la recaudación en Cataluña, Madrid y Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda

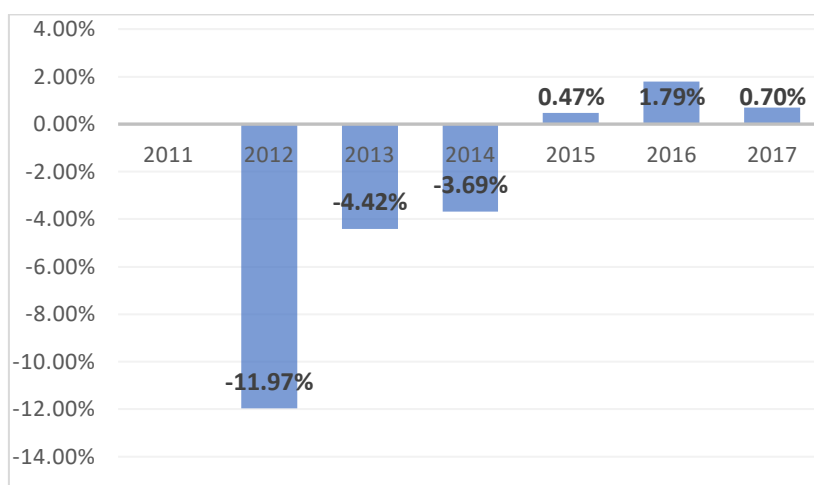
Aunque la crisis propició la entrada de nuevos jugadores a este sector con el deseo de obtener algún premio que aliviara su situación económica, el gasto medio por jugadores sí que fue mucho menor, descendiendo así la cantidad global invertida por los jugadores.

A causa de ello, la recaudación llevada a cabo por las CCAA se vió afectada descendiendo la cifra obtenida en 2011 (1.303,65 millones de Euros) casi un 12% en 2012 y siguiendo en descenso (-4.42% en 2013 y -3.69% en 2014) hasta el año 2015 donde la recaudación asciende a 1.061,42 millones.

A partir de 2015, crece levemente aunque sin llegar a alcanzar nunca la cantidad obtenida en 2011, ya que la última recaudación obtenida es 1.087,97 millones en 2017, alrededor de 200 millones menos que en 2011.

Si analizamos las tasas de variación interanuales en el período 2011-17 (ver gráfico 2.4) comprobamos que la caída más fuerte se produce en 2012 y, aunque poco a poco parece ir recuperándose, no es hasta 2015 cuando obtenemos la primera tasa de variación positiva. Aún en 2017, no se ha podido recuperar los niveles de recaudación que había en 2011.

Gráfico 2.4. Tasas de variación de la recaudación total de CCAA en el período 2011-2017



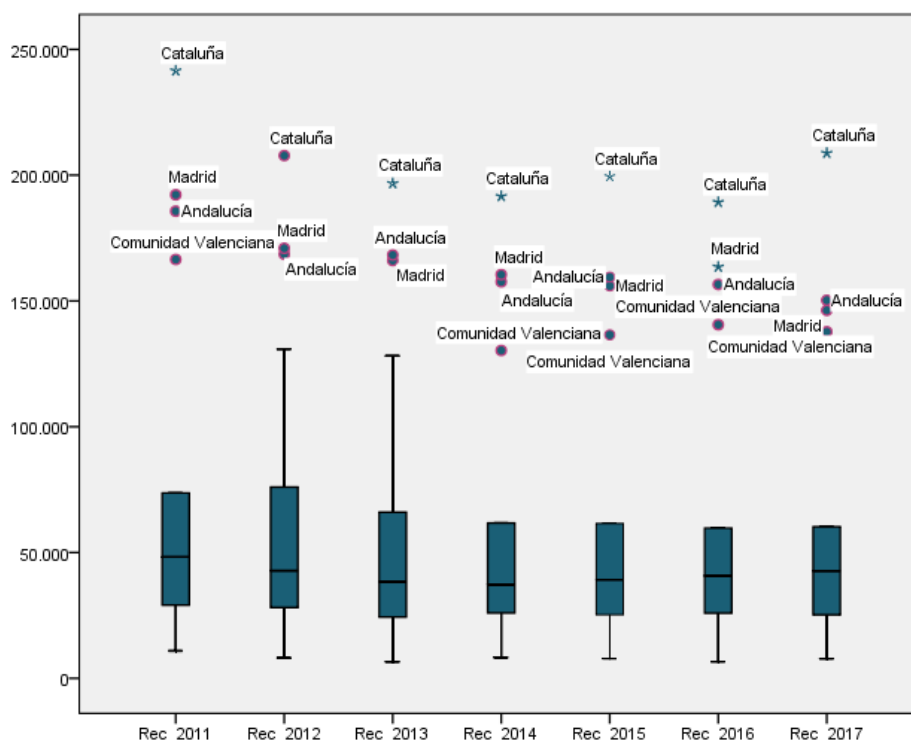
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda.

Analizando las distribuciones de frecuencia de las recaudaciones de las CCAA para los distintos años, podemos comprobar que todas presentan asimetría a la derecha, lo que evidencia la existencia de algunas CCAA con recaudaciones muy por encima de la mayoría de las CCAA (gráfico 2.5 y tabla 2.2). No hay diferencias significativas en las recaudaciones medias de los distintos años (p-valor contraste anova:1).

Tabla 2.2. Estadísticos principales

| Años | Media | Mediana | C.V. | Asimetría | Rango IQ |
|------------------|--------|---------|---------|-----------|----------|
| Recaudación 2011 | 76685. | 48219. | 0.93829 | 1.1891 | 91377. |
| Recaudación 2012 | 67510. | 42782. | 0.92555 | 1.1373 | 79104. |
| Recaudación 2013 | 64529. | 38508. | 0.94264 | 1.1380 | 72916. |
| Recaudación 2014 | 62146. | 37327. | 0.94676 | 1.1579 | 72348. |
| Recaudación 2015 | 62437. | 39140. | 0.96356 | 1.1982 | 75515. |
| Recaudación 2016 | 63556. | 40795. | 0.92937 | 1.1145 | 75658. |
| Recaudación 2017 | 63998. | 42723. | 0.92298 | 1.2372 | 74409. |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda

Gráfico 2.5. Diagrama Cajas y Bigotes de la recaudación de las CCAA en el período 2013-2017

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda

Como ya hemos comentado, destaca Cataluña como la principal CCAA recaudadora y apareciendo detrás Andalucía y Madrid. Se muestra también como valor anómalo en las distintas distribuciones de frecuencia la comunidad valenciana, salvo en el año 2013. La recaudación, para el resto de CCAA, muestra un comportamiento similar en cuanto a dispersión (coeficientes de variación 0'9), destacando la similitud en las cajas en cuanto a posición y altura de las mismas (eso indica similitud en los distintos años de los percentiles 25 y 75) que define los recorridos intercuartílicos (91377, 79104, 72916, 72348, 75515, 75658, 74409) con ligera tendencia a disminución a lo largo de los años. La línea horizontal representa la mediana de dichas distribuciones, y delimita el nivel de recaudación máximo del 50% de las CCAA que menos recaudan, que presentan ligeras variaciones en el periodo.

2.3. ANÁLISIS DE LOS SALONES DE JUEGOS EN LAS DISTINTAS CCAA

Las salas de apuestas y juegos viven una expansión sin precedentes. El sector del juego no ha dejado de crecer desde su regulación en 2011 y ha convertido a España en uno de los objetivos para los salones de juegos y casa de apuestas online; además, se prevé una mayor propagación en los años siguientes.

En la Tabla 2.3 mostramos la evolución del número de Salones de Juego por CCAA en el período 2013- 2017 (son los únicos datos disponibles, ya que ningún informe hace referencia a los años anteriores a 2013 ni posteriores a 2017).

Tabla 2.3. Número de Salones de Juego por CCAA

| CCAA | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Andalucía | 665 | 672 | 678 | 687 | 746 |
| Aragón | 117 | 115 | 113 | 114 | 114 |
| Asturias | 18 | 14 | 15 | 15 | 22 |
| Baleares | 91 | 93 | 109 | 133 | 149 |
| Canarias | 227 | 230 | 231 | 210 | 260 |
| Cantabria | 23 | 24 | 24 | 25 | 28 |
| Castilla-La Mancha | 44 | 84 | 105 | 155 | 161 |
| Castilla y León | 45 | 44 | 47 | 62 | 76 |
| Cataluña | 126 | 126 | 126 | 127 | 127 |
| Ceuta | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Extremadura | 15 | 17 | 24 | 35 | 64 |
| Galicia | 63 | 67 | 67 | 67 | 75 |
| La Rioja | 14 | 14 | 17 | 24 | 26 |
| Madrid | 257 | 279 | 295 | 328 | 385 |
| Melilla | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Murcia | 184 | 204 | 210 | 283 | 325 |
| Navarra | 28 | 31 | 32 | 35 | 39 |
| País Vasco | 152 | 162 | 170 | 180 | 206 |
| C. Valenciana | 230 | 252 | 278 | 334 | 382 |
| TOTAL | 2312 | 2441 | 2554 | 2827 | 3198 |

Fuente: ANESAR

En el ranking CCAA en función del número de salas de juego la precede Andalucía con 746 salones de juego, seguido de Madrid con 385, Valencia 382 y Murcia 325, como las CCAA con mayor número.

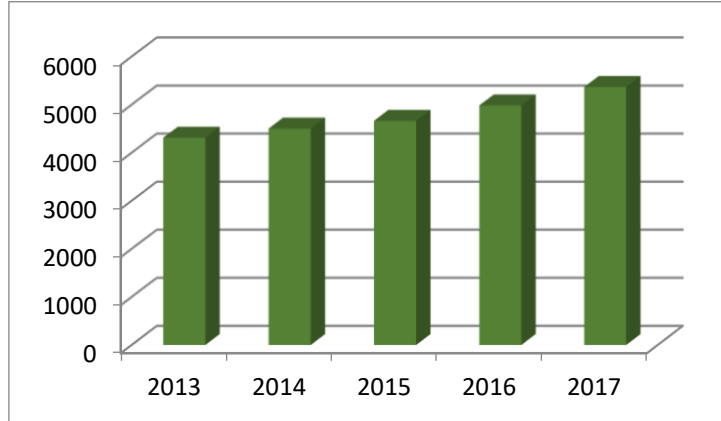
En Andalucía, hasta hace alrededor de un año, las apuestas deportivas estaban limitadas a internet, su incorporación a los salones de juego facilitó su proliferación y ha atraído hasta estos lugares un público cada vez más heterogéneo y joven. El nuevo reglamento de apuestas deportivas de Andalucía no permite a los menores o personas que tienen prohibido el juego apostar en estas salas (personas inscritas en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego ya sea de forma voluntaria o por sentencia judicial firme), lo que ha llevado a su vez al crecimiento del juego online, en busca de una vía alternativa.

Por otra parte, en Madrid, la zona con más salones de juego es el distrito centro, seguido por Vallecas y Chamberí. Esta proliferación se ha visto favorecida porque aún no se ha planteado la implantación territorial de las salas; no existen limitaciones a la distancia entre los locales de apuestas.

En cuanto a la ubicación en la publicación de M^a Bayta Díaz Rodríguez “No todo es azar”, publicada en el periódico El País, podemos encontrar referencia a este tema donde destaca que: “No es casualidad que haya aumentado el número de locales dedicados al juego de azar, ni que los barrios escogidos para ubicar estos establecimientos coincidan en muchas características: residenciales o comerciales, con rentas bajas. Saben, al igual que los profesionales que nos dedicamos a la rehabilitación de jugadores patológicos, que las personas con sueldos precarios pueden sentirse más atraídas por las promesas de alargar su nómina con una apuesta o echando unas monedas a esas máquinas.”

El gráfico 2.6. nos muestra la evolución del total de salones de juego en el período 2013-2017, donde podemos ver la tendencia creciente del número de salones de juego a lo largo del periodo de tiempo analizado, siendo más pronunciada en los dos últimos años.

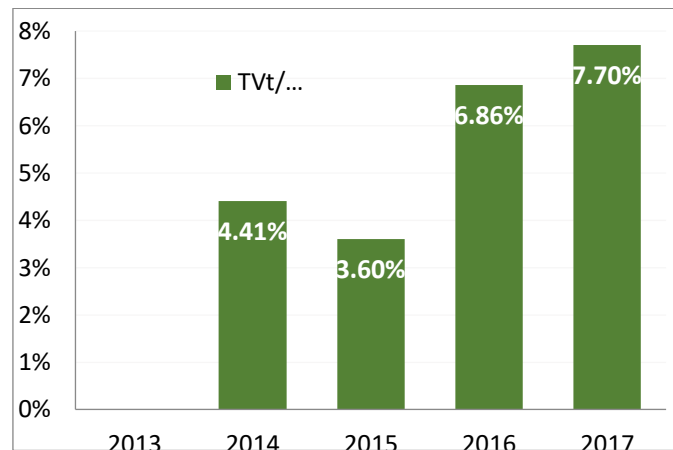
Gráfico 2.6. Evolución del número de salones de juego para el período 2013-2017



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ANESAR

El Gráfico 2.7. Recoge las tasas de variación interanuales del número de salones de juego desde 2013 hasta 2017, donde se aprecia más claramente el destacable ascenso del número de salones de juego en los dos últimos años, siendo en 2017 donde el crecimiento es mayor (7,7%).

Gráfico 2.7. Tasa de Variación del número de salones de juego desde 2013 hasta 2017



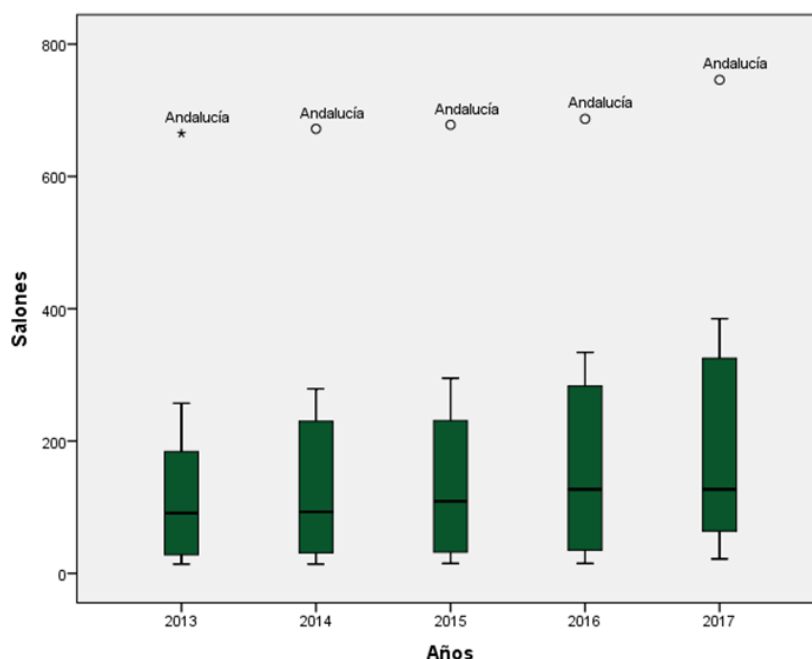
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ANESAR

El estudio comparativo de la distribución de los salones de juego para las distintas CCAA en el periodo analizado, nos lleva, evidentemente, a conclusiones parecidas a las obtenidas en el caso de la recaudación, con alguna salvedad destacable: solo la CCAA andaluza supone un valor anómalo en las respectivas distribuciones de frecuencias por el elevado número de salones de juego respecto a las demás CCAA. Otra diferencia con respecto a la recaudación es que aumenta la dispersión en la distribución de frecuencias del número de salas a lo largo de los años. Mostramos a continuación el diagrama de Cajas y Bigotes que representa el número de salones de juego de las diferentes CCAA para el período concreto (2013-2017).

Tabla 2.4. Estadísticos principales del número de salones por CCAA

| | Media | Mediana | C.V. | Asimetría | Rango IQ |
|--------------|--------|---------|--------|-----------|----------|
| Salones 2013 | 135.24 | 91.000 | 1.1788 | 2.2660 | 180.00 |
| Salones 2014 | 146.35 | 93.000 | 1.1294 | 1.9647 | 213.50 |
| Salones 2015 | 155.82 | 109.00 | 1.0725 | 1.8636 | 226.50 |
| Salones 2016 | 174.59 | 127.00 | 1.0041 | 1.5333 | 270.50 |
| Salones 2017 | 298.22 | 138.00 | 1.5711 | 2.9641 | 324.25 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ANESAR

Gráfico 2.8. Diagrama de Cajas y Bigotes del número de Salones de juegos existentes en las diferentes CCAA para el período 2013-2017.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de ANESAR

Al contrario de lo que vimos en el caso de la recaudación a lo largo de los años, los salones de juego presentan cada vez más dispersión, destacando solo la CCAA andaluza como la que tiene un número de salones excesivamente elevado en comparación al resto de CCAA. Mientras que la recaudación media mostraba un leve descenso a lo largo de los años, el número de salas de juego tiene el comportamiento contrario aumentando un 38,32% de 2013 a 2017

El número de salones comprendido entre el 50% y el 75% está más disperso. En cuanto a la Mediana, aumenta con el paso de los años y se estabiliza durante el período 2016-2017. Además, también nos muestra un crecimiento del número de salones, ya que el percentil 25 (que recoge el 25% de las observaciones) pasa de 25.50 a 51.50 en 4 años y el percentil 75 pasa de 205.50 a 353.50.

2.4. ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN DE LA RECAUDACIÓN Y LOS SALONES DE JUEGO EN LAS DISTINTAS CCAA

Hemos considerado interesante en este trabajo analizar la posible concentración, tanto de la recaudación como del número de salones, en las distintas CCAA y para los distintos años de los que disponemos de información de ambas variables mediante el índice de Gini (IG) (Tabla 2.5.).

Tabla 2.5. Índice de Gini de recaudación y número de salones y Tasas de Variación para el período 2013-2017

| AÑOS | IG _{RECAUDACION} | IG _{SALONES DE JUEGO} | TV _{t/t-1} IG(Re) | TV _{t/t-1} IG(salas) |
|------|---------------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| 2013 | 0,469798 | 0,530051 | | |
| 2014 | 0,467184 | 0,527757 | -0,56% | -0,43% |
| 2015 | 0,470828 | 0,508738 | 0,78% | -3,60% |
| 2016 | 0,459726 | 0,495323 | -2,36% | -2,64% |
| 2017 | 0,455732 | 0,49074 | -0,87% | -0,93% |

TV_{2017/13} -2,99% TV_{2017/13} -7,42%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y de ANESAR.

Hay que destacar que el número de salones de juego presenta una IG más cercano a uno que la Recaudación obtenida por las CCAA, lo que indica que existe una mayor concentración de las salas de juego en las distintas CCAA que de concentración de recaudación. A pesar de ello, existe concentración tanto de la recaudación total como de las salas de juego en un grupo de CCAA.

Si observamos la evolución de este Índice a lo largo del período 2013- 2017 vemos que existe una tendencia a la disminución de la concentración en ambas variables estudiadas.

En cuanto a las Tasas de Variación (TV) de IG, vemos que la concentración de los salones de juego presenta una disminución en todos los años analizados, siendo las más bajas, las correspondientes a 2015 y 2016, -3.6% y -2.64%, respectivamente. En cuanto a la recaudación, sus IG varían de forma negativa respecto al año anterior, aunque en el año 2015 no ocurre igual, obteniendo una TV positiva del 0.78%.

2.5. LA RECAUDACIÓN COMO FUNCIÓN LINEAL DEL NÚMERO DE SALONES DE JUEGO

Como ya hemos comentado anteriormente, es lógico suponer la existencia de una relación lineal directa o positiva entre la recaudación y el número de salones de juego, de manera que, a mayor número de salones en una determinada CCAA, mayor será la recaudación.

Hemos efectuado regresiones por MCO (Mínimos Cuadrados Ordinarios) que expliquen la recaudación a través del número de salas de juego para los distintos años, obteniéndose en todas ellas que las pendientes positivas son significativas (p-valor <0'05), lo cual nos permite afirmar que los salones son estadísticamente significativos en la explicación de la recaudación en las distintas CCAA. El porcentaje en que dicha

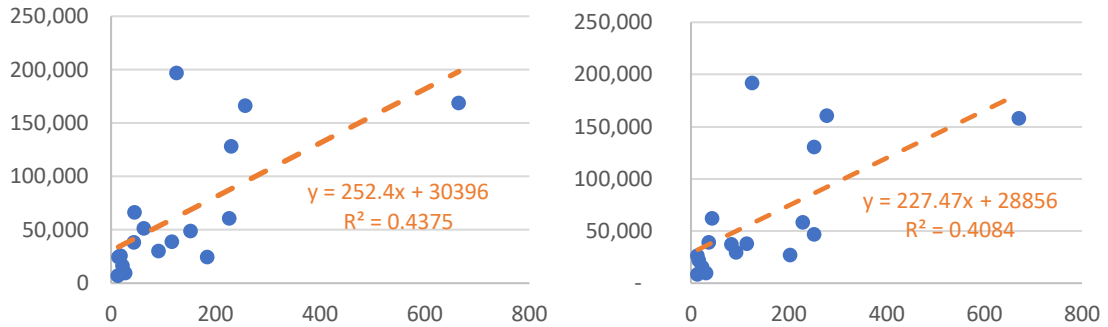
variable explica la recaudación varía entre un 31'24% del último año analizado hasta el 43'75% del primero de los años, Se aprecia una disminución de la bondad del ajuste a lo largo del periodo, así como la incidencia de cada salón más de juego en una determinada CCAA sobre la recaudación. Ésta pasa de ser en 2013 de 252'4 millones de € más por cada sala de juego que se añada en una CCAA, a 169'91 millones de € en 2017.

Tabla 2.6. Modelo Ajustado, Bondad de ajuste y significatividad de la pendiente

| Años | Modelo Ajustado | Bondad de ajuste R ² | Significatividad de la pendiente (p-valor) |
|------|------------------------|---------------------------------|--|
| 2013 | $Y^*=252,4X+30395,9$ | 0,437531 | 0,0038 |
| 2014 | $Y^*=227,466X+18855,6$ | 0,408354 | 0,0058 |
| 2015 | $Y^*=221,660X+27896,8$ | 0,379169 | 0,0085 |
| 2016 | $Y^*=207,261X+27370,3$ | 0,378401 | 0,0086 |
| 2017 | $Y^*=169.905X+30507.1$ | 0.312368 | 0.0197 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y de ANESAR.

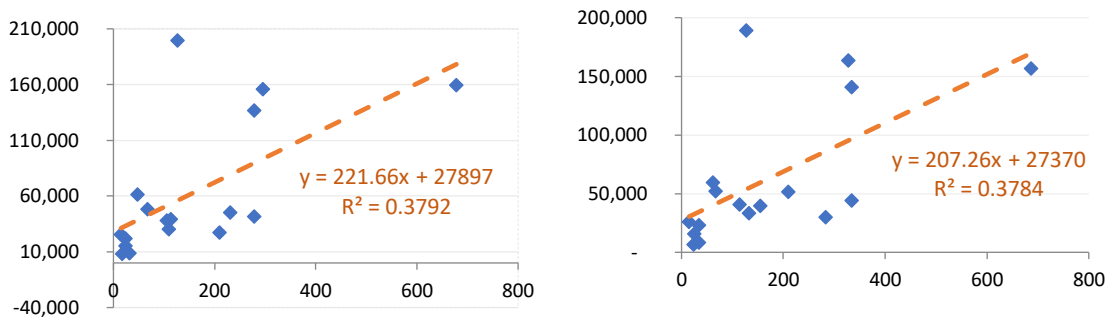
Gráfico 2.9. Ajuste lineal MCO de Recaudación en función de los Salones en 2013 y 2014



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y de ANESAR.

Por cada salón de juego más, la recaudación de media crecería en 252,4 millones de Euros en 2013 y 227,47 millones de Euros en 2014. Por otra parte, estimamos para ese mismo año que, una CCAA que no disponga de salones de juego tendría una recaudación media de 30395,9 millones de euros en 2013 y 28856 millones de Euros en 2014, esto es debido en parte, a que las CCAA no sólo gravan a los salones de juego, sino que también lo hacen con las máquinas recreativas de bares, por lo que aun no existiendo salas de juego, las CCAA seguirían obteniendo ingresos.

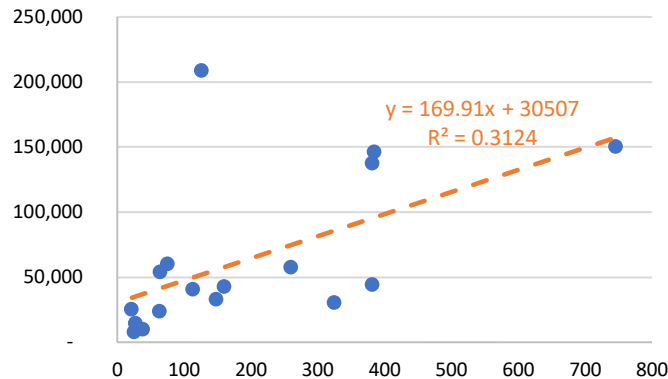
Gráfico 2.10. Ajuste lineal MCO de Recaudación en función de las Salones en 2015 y 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y de ANESAR.

Destacamos que tanto en 2015 como en 2016 (ver gráfico 2.10) la parte de la recaudación que depende del número de salones desciende.

Gráfico 2.11. Ajuste lineal MCO de Recaudación en función de los Salones en 2017



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y de ANESAR.

En 2017 (ver gráfico 2.11) una CCAA que no disponga de salones de juego tendría una recaudación media de 30507 millones de Euros. Esta cifra es mayor a la observada en años anteriores.

2.6. MODELO DE EFECTOS FIJOS Y DE EFECTOS ALEATORIOS (DATOS DE PANEL)

Dado que disponemos observaciones que tienen estructura de datos de panel, recaudaciones y salas de juego en las distintas CCAA durante un periodo temporal, nos planteamos ajustar un modelo de efectos fijos o de efectos aleatorios. La idea de que existe un efecto o variable no observada, a_i , propia de cada CCAA. La diferencia fundamental entre el modelo de efectos fijos y de efectos aleatorios es que en el primero suponemos que hay correlación entre las a_i y la variable independiente (salones), mientras que en el modelo de efectos aleatorios dichas variables se suponen incorreladas.

El modelo de efectos fijos a estimar sería:

$$\text{Recaudación}_{i,t} = \beta_1 \text{Salas}_{it} + a_i + u_{it} \quad i = 1,2 \dots, 17 \quad t = 1,2,3,4,5$$

Siendo u el término de perturbación aleatoria; i nos indica la CCAA y t la unidad temporal que va desde 1993 hasta 1997. El modelo de efectos fijos estimado usando el software econométrico Gretl resultante es el siguiente.

Efectos fijos, utilizando 85 observaciones
Variable dependiente: Recaudación

| | Coeficiente | Desv. Típica | Estadístico t | valor p | |
|---------|-------------|--------------|---------------|---------|-----|
| const | 24.8034 | 6.49455 | 3.819 | 0.0003 | *** |
| Salones | 0.238098 | 0.0285153 | 8.350 | <0.0001 | *** |

| | | | |
|------------------------|----------|-----------------------|----------|
| Media de la vble. dep. | 63.33315 | D.T. de la vble. dep. | 58.16837 |
| Suma de cuad. residuos | 118945.7 | D.T. de la regresión | 42.13441 |
| R-cuadrado MCVF (LSDV) | 0.581500 | R-cuadrado 'intra' | 0.509945 |
| F(17, 67) MCVF | 5.476208 | Valor p (de F) | 2.03e-07 |

| | | | |
|---------------------|----------|-----------------------|----------|
| Log-verosimilitud | 428.4700 | Criterio de Akaike | 892.9401 |
| Criterio de Schwarz | 936.9078 | Crit. de Hannan-Quinn | 910.6251 |
| Rho | 0.068914 | Durbin-Watson | 1.697459 |

Contraste conjunto de los regresores (excepto la constante) -

Estadístico de contraste: $F(1, 67) = 69.7194$

con valor $p = P(F(1, 67) > 69.7194) = 5.63458e-012$

Contraste de diferentes interceptos por grupos -

Hipótesis nula: [Los grupos tienen un intercepto común]

Estadístico de contraste: $F(16, 67) = 2.1049$

con valor $p = P(F(16, 67) > 2.1049) = 0.0180997$

Comprobamos que la ordenada y la pendiente son significativas (p -valor $<0,05$), pero lo que más nos interesa es que se rechaza que las CCAA tengan un intercepto común, por lo que estamos admitiendo la existencia de efectos fijos no observables que diferencian la recaudación en las distintas CCAA (además del número de salas de juego), por las propias características de las distintas CCAA, que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, y suponiendo una relación lineal entre las salas de juego y los efectos fijos. No hay problemas de heteroscedasticidad ni de autocorrelación en el modelo estimado.

Los efectos fijos estimados para cada CCAA se muestran en la Tabla 2.7.

Tabla 2.7. Efectos fijos estimados para cada CCAA

| CCAA | a_i |
|------------------------------|-----------|
| Andalucía | 1.243.596 |
| Aragón | 6.778.590 |
| Asturias (Principado de) | 2.997.624 |
| Baleares (Illes) | 1.034.596 |
| Canarias | 1.884.758 |
| Cantabria | 7.585.463 |
| Castilla-La Mancha | -489.027 |
| Castilla y León | 878.759 |
| Cataluña | 6.495.751 |
| Comunidad Valenciana | 1.547.750 |
| Extremadura | 797.521 |
| Galicia | 4.468.855 |
| Madrid | 3.311.305 |
| Murcia (Región de) | -848.170 |
| Navarra (Comunidad Foral de) | 631.325 |
| País Vasco | 6.404.969 |
| Rioja (La) | -613.025 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Hacienda y ANESAR

Castilla la Mancha, Murcia y la Rioja tienen efectos fijos negativos, lo que significa que tienen características propias que hacen disminuir la recaudación, mientras que para el resto de CCAA se observan efectos positivos (como Andalucía, Aragón o Asturias).

Concluimos así que el modelo adecuado es el modelo de efectos fijos y concluiríamos, por tanto, que existe una serie de características propias y no observadas de cada CCAA que influyen en el número de salones.

Efectos aleatorios (MCG) Variable dependiente: Recaudación

| | <i>Coeficiente</i> | <i>Desv. típica</i> | <i>z</i> | <i>valor p</i> | |
|---------|--------------------|---------------------|----------|----------------|-----|
| Const | 28.0520 | 7.46281 | 3.759 | 0.0002 | *** |
| Salones | 0.218022 | 0.0285506 | 7.636 | <0.0001 | *** |

| | | | |
|------------------------|-----------|-----------------------|----------|
| Media de la vble. dep. | 63.33315 | D.T. de la vble. dep. | 58.16837 |
| Suma de cuad. residuos | 178956.7 | D.T. de la regresión | 46.15666 |
| Log-verosimilitud | -445.8303 | Criterio de Akaike | 895.6606 |
| Criterio de Schwarz | 900.5459 | Crit. de Hannan-Quinn | 897.6256 |
| Rho | 0.068914 | Durbin-Watson | 1.697459 |

Contraste de Hausman -

Hipótesis nula: [Los estimadores de MCG son consistentes]

Estadístico de contraste asintótico: Chi-cuadrado(1) = 7.54854

con valor p = 0.00600588

2.7. EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL JUEGO

Cuando hablamos de comercio electrónico o e-commerce nos referimos a la compra-venta, distribución y suministro de información de productos o servicios a través de Internet y redes informáticas, permitiendo acceder a ellos en cualquier lugar y en cualquier momento.

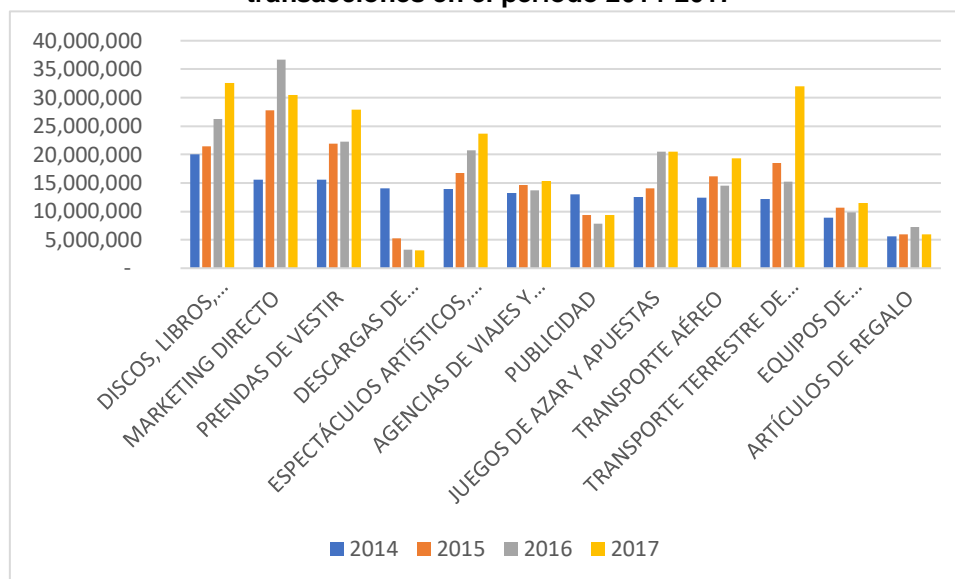
La evolución que ha experimentado sobre todo en los últimos años ha provocado el detrimento del consumo tradicional a favor del mundo online, elevando así su importancia y destacando entre sus principales ventajas la capacidad de ampliar las oportunidades de negocio, la inexistencia de límites geográficos, el aumento de la calidad del servicio o la flexibilidad de los medios de pago.

Para analizarlo, hay que tener en cuenta que el Comercio electrónico, lo conforman principalmente 92 sectores, entre los que destacan las apuestas y los juegos de azar que ganan cada vez más terreno en el Comercio electrónico (Tabla 2.8 y Gráfico 2.12).

Tabla 2.8 Sectores del Comercio Electrónico con mayor número de transacciones

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|------------|------------|------------|------------|
| DISCOS, LIBROS, PERIÓDICOS Y PAPELERÍA | 19.992.181 | 21.416.942 | 26.275.131 | 32.534.805 |
| MARKETING DIRECTO | 15.548.243 | 27.771.046 | 36.623.933 | 30.480.034 |
| PRENDAS DE VESTIR | 15.547.393 | 21.886.471 | 22.296.159 | 27.829.802 |
| DESCARGAS DE APLICACIONES Y CONTENIDOS Y OTROS SERVICIOS DE GESTIÓN | 14.084.429 | 5.288.144 | 3.316.316 | 3.172.671 |
| ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS, DEPORTIVOS Y RECREATIVOS | 13.912.863 | 16.728.461 | 20.783.771 | 23.634.861 |
| AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS | 13.212.184 | 14.625.898 | 13.697.259 | 15.341.879 |
| PUBLICIDAD | 12.956.740 | 9.392.240 | 7.842.413 | 9.413.911 |
| JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS | 12.548.724 | 14.020.761 | 20.541.936 | 20.541.936 |
| TRANSPORTE AÉREO | 12.437.636 | 16.162.459 | 14.477.925 | 19.352.621 |
| TRANSPORTE TERRESTRE DE VIAJEROS | 12.191.773 | 18.499.613 | 15.228.074 | 31.988.985 |
| EQUIPOS DE TELECOMUNICACIONES Y RECARGAS TELEFÓNICAS | 8.895.782 | 10.658.021 | 9.792.983 | 11.439.724 |
| ARTÍCULOS DE REGALO | 5.649.999 | 5.960.901 | 7.236.725 | 5.957.682 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Gráfico 2.12. Evolución de los sectores del Comercio Electrónico con mayor número de transacciones en el período 2014-2017

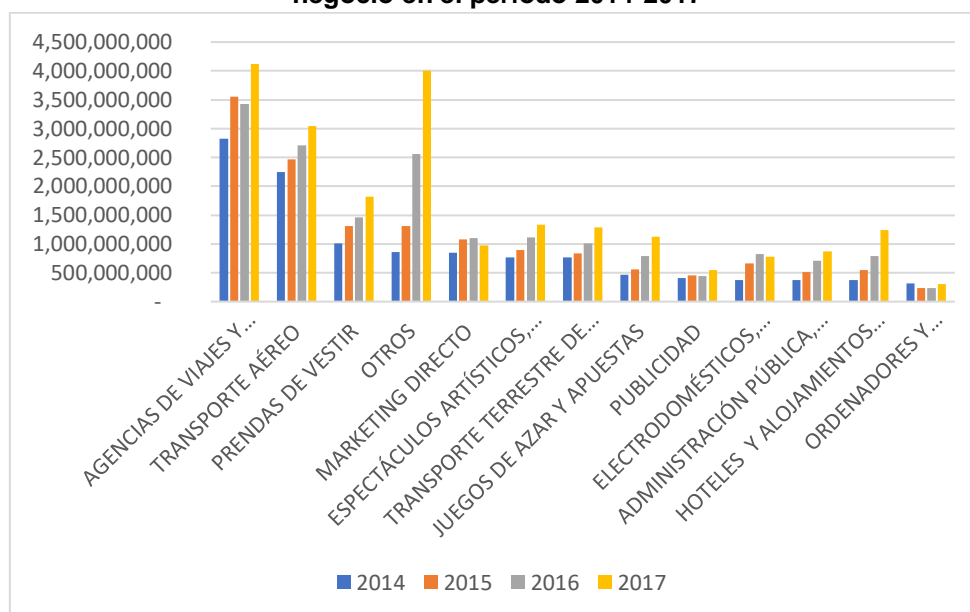
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Como se puede apreciar, los Juegos de Azar y apuestas pasan de ocupar el octavo puesto en 2014 al sexto en 2017. La importancia que está adquiriendo este sector en la sociedad ha producido que no sólo aumente en número de transacciones, sino que también se convierta en uno de los principales sectores en cuanto a volumen de negocio, ocupando también uno de los primeros puestos (ver tabla 2.9).

Tabla 2.9. Ranking de los Sectores con mayor volumen de negocio (en Euros)

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS | 2.828.906.123 | 3.549.848.621 | 3.425.296.508 | 4.124.814.564 |
| TRANSPORTE AÉREO | 2.243.834.735 | 2.464.343.657 | 2.703.908.265 | 3.044.252.738 |
| PRENDAS DE VESTIR | 1.004.402.294 | 1.305.361.786 | 1.460.148.533 | 1.818.990.966 |
| OTROS | 859.977.560 | 1.304.768.571 | 2.559.457.050 | 4.009.110.684 |
| MARKETING DIRECTO | 850.853.956 | 1.074.916.903 | 1.106.225.043 | 971.582.546 |
| ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS, DEPORTIVOS Y RECREATIVOS | 767.673.497 | 889.282.089 | 1.116.535.644 | 1.328.039.705 |
| TRANSPORTE TERRESTRE DE VIAJEROS | 763.476.012 | 835.959.255 | 1.006.460.406 | 1.285.136.395 |
| JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS | 468.859.376 | 559.538.296 | 785.528.597 | 1.129.247.947 |
| PUBLICIDAD | 405.537.592 | 453.988.387 | 442.799.568 | 545.573.378 |
| ELECTRODOMÉSTICOS, IMAGEN Y SONIDO | 378.601.707 | 658.987.880 | 819.160.251 | 778.035.230 |
| ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, IMPUESTOS Y SEG. SOCIAL | 378.553.600 | 508.598.037 | 710.717.204 | 870.104.915 |
| HOTELES Y ALOJAMIENTOS SIMILARES | 371.230.183 | 548.032.821 | 793.154.588 | 1.236.387.676 |
| ORDENADORES Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS | 312.207.648 | 230.151.787 | 236.996.096 | 304.570.482 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Gráfico 2.13 Evolución de los sectores del comercio electrónico con mayor volumen de negocio en el período 2014-2017

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

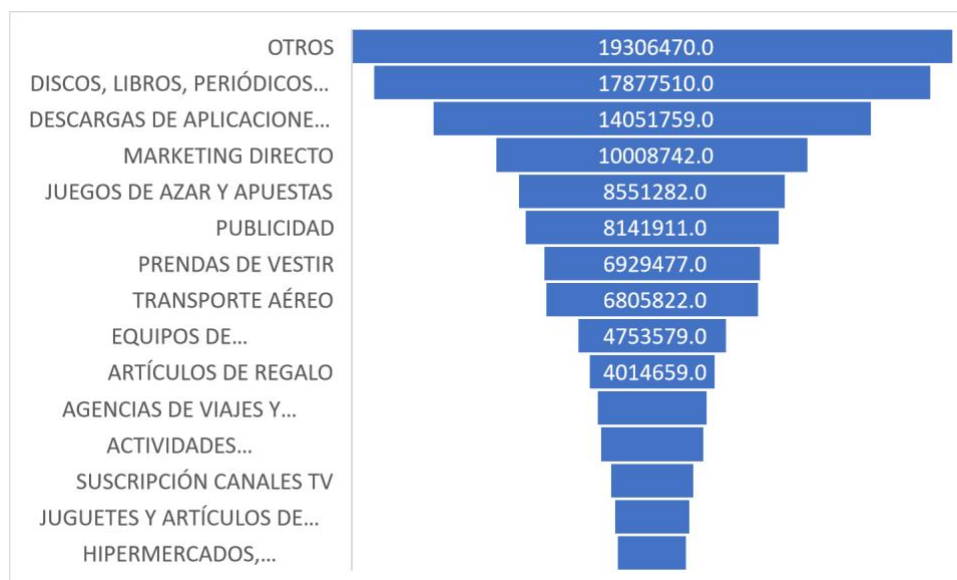
Los juegos de azar se encuentran situados como el cuarto sector más importante en cuanto a las transacciones realizadas por España hacia el exterior (ver tabla 2.10).

Tabla 2.10. Ranking de sectores con mayor número de transacciones de España hacia el exterior

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------------|------------|------------|-------------|
| OTROS | 19.306.470 | 30.493.022 | 63.766.490 | 104.327.941 |
| DISCOS, LIBROS, PERIÓDICOS Y PAPELERÍA | 17.877.510 | 18.346.760 | 22.713.883 | 28.280.273 |
| DESCARGAS DE APLICACIONES Y CONTENIDOS | 14.051.759 | 5.278.724 | 3.316.314 | 3.172.671 |
| MARKETING DIRECTO | 10.008.742 | 20.772.966 | 30.519.344 | 27.374.240 |
| JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS | 8.551.282 | 10.491.288 | 13.505.284 | 19.631.240 |
| PUBLICIDAD | 8.141.911 | 4.554.262 | 2.675.387 | 2.578.800 |
| PRENDAS DE VESTIR | 6.929.477 | 9.527.257 | 11.519.517 | 15.292.748 |
| TRANSPORTE AÉREO | 6.805.822 | 7.116.725 | 8.201.464 | 9.549.815 |
| EQUIPOS DE TELECOMUNICACIONES Y RECARGAS TELEFÓNICAS | 4.753.579 | 5.137.111 | 4.515.621 | 4.976.994 |
| ARTÍCULOS DE REGALO | 4.014.659 | 4.813.949 | 2.644.674 | 1.706.036 |
| AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS | 3.515.779 | 3.571.497 | 2.784.371 | 3.103.789 |
| ACTIVIDADES CINEMATOGRAFICAS Y DE VÍDEO | 3.297.270 | 3.223.117 | 3.651.578 | 3.938.505 |
| SUSCRIPCIÓN CANALES TV | 2.656.742 | 2.879.266 | 3.954.240 | 6.357.750 |
| JUGUETES Y ARTÍCULOS DE DEPORTE | 2.389.126 | 2.394.333 | 2.009.319 | 2.166.096 |
| HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE ALIMENTACIÓN | 2.207.074 | 2.529.941 | 3.136.804 | 4.550.868 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

En 2014 (ver gráfico 2.14), los juegos de azar y apuestas se sitúan como el quinto sector en cuanto a número de transacciones, con el tiempo, el número de transacciones sigue en aumento llegando a conseguir el cuarto puesto en 2017.

Tabla 2.14. Ranking de sectores con mayor número de transacciones de España hacia el exterior para el año 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

CAPÍTULO 3

EL JUEGO ONLINE

3.1. INTRODUCCIÓN

La primera ley en España que se ocupa de regular los juegos de azar en internet fue publicada en mayo de 2011 en el Boletín Oficial del Estado. Esta ley lo que exigía es que todos los operadores que quisieran operar en internet en España obtuvieran una autorización o licencia de juego específica, la cual debe ser emitida por la Dirección General de Ordenación del juego. Actualmente, se pueden adquirir dos tipos de licencias: la licencia sencilla que se puede obtener para cualquier tipo de juego individual y su duración es de 1 a 5 años. Por el contrario, la general es operativa durante 10 años y cubre juegos de rifas, apuestas y concursos. Además de ello, se requiere crear una web específica bajo el dominio.es para evitar así los sitios ilegales. Sin estas licencias las páginas web serán bloqueadas para los usuarios españoles.

Sin embargo, a pesar de que esta ley es aprobada en 2011 no fue hasta 2012 cuando se produjo la entrada en vigor de su régimen sancionador y se empezaron a emitir las primeras licencias.

La DGOJ se encarga de velar por el Juego Responsable y porque exista seguridad y control en este sector, así como de luchar contra el juego ilegal y combatir el fraude dentro de este sector.

Desde el punto de vista fiscal, los jugadores deben declarar las ganancias dependiendo de la situación en la que se encuentren:

En el caso de poseer rentas del trabajo superiores a 22.000 Euros anuales o rentas inmobiliarias, rendimientos de Letras del Tesoro o subvención por vivienda de protección oficial que es superior a 1000 Euros, debe declarar las ganancias que sean superiores a 1000 euros anuales en casinos online o apuestas.

Por otra parte, si las rentas del trabajo son inferiores a 22.000 Euros anuales, solo declararía las ganancias superiores a 1600 Euros anuales.

Lo que exactamente habría que declarar son las ganancias obtenidas una vez hemos restado lo perdido. Además, también hay que aclarar que estén o no en la cuenta bancaria del jugador, es decir, hayan sido o no retiradas de la cuenta del casino o casa de apuestas es necesario declararlas siempre que superen el importe anteriormente mencionado una vez restadas las pérdidas.

Estos beneficios obtenidos son considerados rendimientos del trabajo, tributando como si fuera un salario y su porcentaje al tratarse de un impuesto progresivo variaría según la situación personal y familiar de cada usuario.

Por lo tanto, la Agencia Tributaria controlaría estas ganancias a través del Impuesto Sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)

3.2. JUEGO ONLINE VS JUEGO PRESENCIAL

Como ya hemos comentado, el juego ha acompañado al ser humano a lo largo de la historia, evolucionando conforme avanzaba la sociedad y adaptándose a los nuevos gustos y tecnologías.

Los principales aliados del juego online han sido por tanto la tecnología y su estrategia de marketing muy diferente a la seguida por el juego presencial. Las empresas convencionales contemplaron este fenómeno con escepticismo y con el paso del tiempo se ha ido aceptando como algo irremediable, llegando incluso a ser adoptados por algunos dentro de su oferta.

Desde Julio de 2018, se ha llevado a cabo una reducción de los impuestos para las compañías iGaming. El parlamento aprobó una reducción del 5% en los impuestos del juego online para operadores con licencia. Esta reducción ha posibilitado que se puedan llevar a cabo mejores ofertas a los clientes y han restado por tanto atractivo a los paraísos fiscales.

Hemos querido analizar este punto a través de la Tabla 3.1 donde muestra el ascenso tanto del número de jugadores activos como de nuevos jugadores.

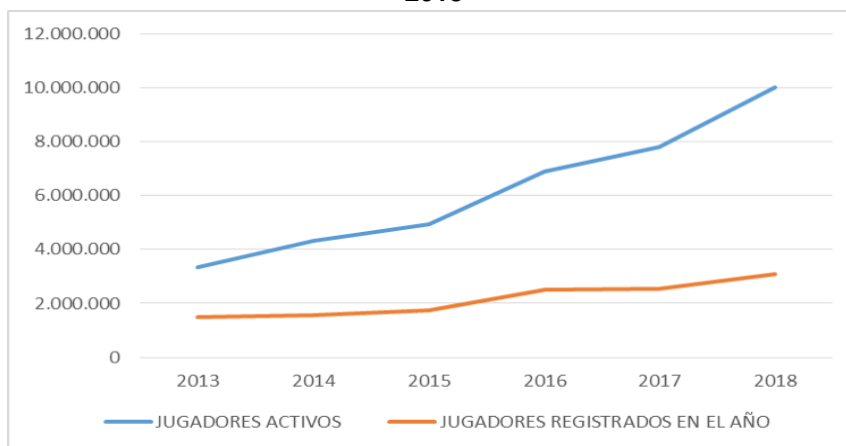
Tabla 3.1. Número de jugadores activos y nuevos en el periodo 2013-2018

| AÑO | JUGADORES ACTIVOS | JUGADORES REGISTRADOS EN EL AÑO |
|------|----------------------|------------------------------------|
| 2013 | 3.346.477 | 1.484.374 |
| 2014 | 4.332.934 | 1.571.023 |
| 2015 | 4.918.109 | 1.750.669 |
| 2016 | 6.901.269 | 2.504.356 |
| 2017 | 7.793.169 | 2.543.356 |
| 2018 | 10.002.295 | 3.072.097 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ

Como podemos apreciar en la Tabla 3.1, ya sea por ganar dinero extra o por pasatiempo, el número de jugadores no dejan de crecer. La reducción anteriormente mencionada para los operadores en 2018 surte efecto en el número de jugadores tanto registrados como activos, alcanzando su máxima desde 2013.

Gráfico 3.1. Evolución del número de jugadores activos y nuevos para el período 2013-2018



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del DGOJ

A continuación, hemos querido hacer una tabla comparativa donde se muestre la evolución de las cantidades jugadas de forma online y de forma presencial (ver Tabla 3.2), en este caso solamente obtenemos datos hasta 2017, ya que aún no se ha realizado el Anuario de Juego en España para 2018.

Tabla 3.2. Cantidades (en millones) jugadas de forma presencial y online durante el periodo 2012-2017

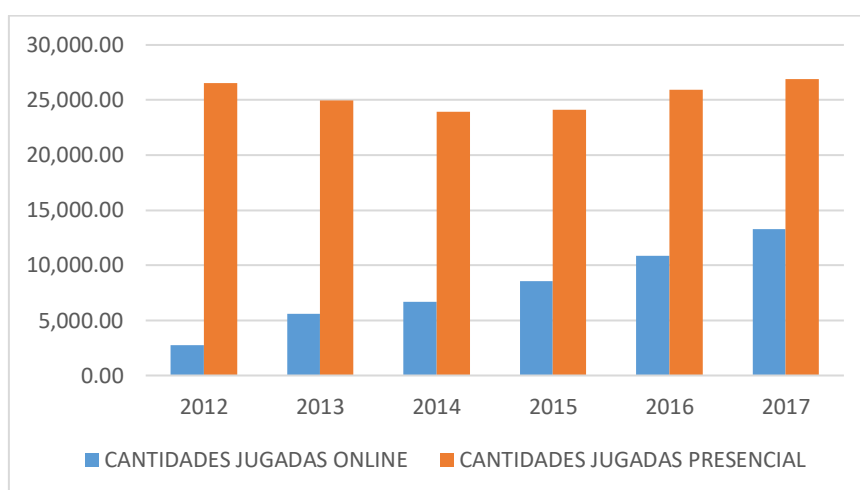
| Año | Cantidades jugadas online | Cantidades jugadas presencial | Total |
|------|---------------------------|-------------------------------|-----------|
| 2012 | 2.726,20 | 26.532,20 | 29.258,40 |
| 2013 | 5.625,10 | 24.945,60 | 30.570,70 |
| 2014 | 6.695,60 | 23.945,60 | 30.641,20 |
| 2015 | 8.562,20 | 24.128,60 | 32.690,80 |
| 2016 | 10.883,16 | 25.905,10 | 36.788,26 |
| 2017 | 13.298,45 | 26.905,10 | 40.203,55 |

Fuente: Elaboración propia a través de datos del Anuario del Juego en España

La diferencia entre la cantidad jugada de forma presencial y la jugada de forma online es cada vez menor (ver gráfico 3.2), en 2013 existía una diferencia de 23806 millones de Euros pasando a ser 13606,65 millones en 5 años.

Esto hace eco del imparable avance de las nuevas tecnologías que han ido adaptado la forma de juego tradicional haciéndolo accesible las 24 horas y permitiendo que los jugadores puedan tener acceso desde cualquier parte sin necesidad de desplazarse a un local físico.

Gráfico 3.2. Evolución de las Cantidades jugadas de manera online y presencial a lo largo del periodo 2012-2017



Fuente: Elaboración propia a través de datos del Anuario del Juego en España

3.3 TIPOS DE JUEGO ONLINE

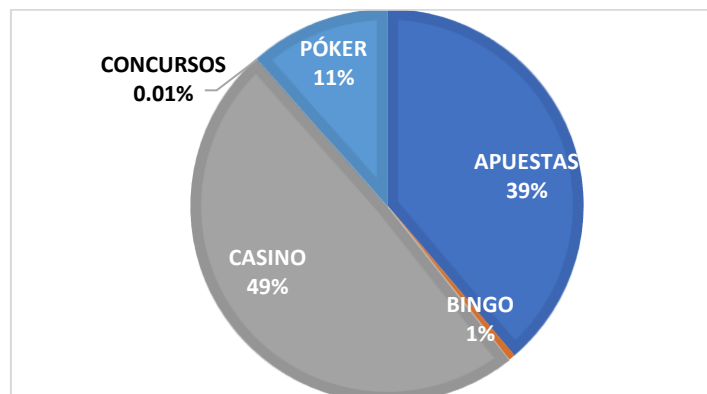
Vamos a analizar qué tipos de juegos se ofrecen de forma online y cuál es la cantidad que invierten los jugadores españoles en cada tipo para así poder hacer un ranking entre ellos.

Los casinos acaparan casi la mitad del gasto de los españoles en juegos online (ver gráfico 3.3), hoy en día es posible jugar en un casino en vivo desde cualquier dispositivo e incluso poder interactuar entre múltiples jugadores. En los juegos de casino entrarían varios tipos: ruletas en vivo o convencional, máquinas de azar, black Jack y punto y blanca. Entre ellas la más conocida son las máquinas de azar “tragaperras”; la ruleta es un juego de azar en el que debe coincidir el número, color y ubicación de la casilla en la que se detenga la bola con la apuesta del jugador para ganar; El Black Jack, los participantes juegan contra el organizador y el objetivo es acercarse a 21 puntos, nunca pasarse; y por último, el juego de Punto y Blanca es un juego de cartas en el que se trataría de alcanzar 9 puntos o una suma que se acerca son pasarse y además debe ser mayor de la mano que juega la banca para poder ganar.

Entre las apuestas, debemos destacar las apuestas deportivas. España no es un país ajeno al mundo del deporte, es más, es capaz de unir y mover a multitud de gente, no es por ello de extrañar que se haya convertido en la segunda tipología en la que más invierten los españoles. Dentro de las apuestas aparecerían englobadas: las de contrapartida (son aquella en las que el jugador apuesta contra el operador del juego obteniendo el premio en el caso de acertar sobre el pronóstico); las cruzadas (en ellas las casas de apuestas hacen de intermediario entre la apuesta creada por un usuario y otros que la aceptan); las mutuas (consisten crear una bolsa común con las cantidades apostadas y repartirlas de forma proporcional entre los acertantes).O

Ocupando el 11% de la cantidad jugada de forma online aparece el póker, que se ha convertido en uno de los hobbies favoritos de la sociedad española, una atracción debida a la emoción, la estrategia y la adrenalina que lleva aparejada este tipo de juego. El póker, cuenta con dos variables: póker cash y póker de torneo. La diferencia la encontraríamos en que en el primero de ellos el jugador puede levantarse de la mesa cuando quiera y llevarse con él el dinero que tenga en ese momento y además también cabe la posibilidad de que pueda recomprar, mientras que el torneo quedaría eliminado. Estos atributos han hecho que muchos futbolistas y personajes públicos hagan público su afición a este tipo de juego ejerciendo así un efecto aún más atrayente sobre el resto de los jugadores.

Por último, El bingo y los concursos son la tipología que menos dinero acapara (no llegan a acaparar el 2% del gasto). En el caso de los concursos la cifra de cantidad jugada va disminuyendo con el paso de los años y perdiendo importancia, dejando mayor margen a los demás tipos de juego.

Gráfico 3.3 Proporción de cada tipología de juego respecto del total en 2018

Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

Durante 2018 (ver gráfico 3.3) el primer lugar en cuanto a cantidad jugada lo ocuparían los casinos con un 49%, en segundo lugar, aparecerían las apuestas representando el 39% del total, seguido del póker que representa el 11%; por último, las cifras menos significativas corresponderían al Bingo y los concursos con un 1% y un 0.01% respectivamente.

Por último, en la Tabla 3.3 que queremos mostrar el volumen invertido en cada tipo de juego en el período 2015-2018.

Tabla 3.3. Cantidades jugadas por tipología de juego

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| APUESTAS | 4.179.398.835 | 5.108.278.296 | 5.449.422.660 | 6.962.661.487 |
| BINGO | 66.079.158 | 71.248.462 | 89.699.734 | 99.276.326 |
| CASINO | 2.527.906.823 | 4.115.589.387 | 6.171.770.630 | 8.814.594.457 |
| CONCURSO | 5.632.698 | 8.346.794 | 7.298.582 | 1.664.362 |
| PÓKER | 1.783.168.381 | 1.579.699.691 | 1.580.261.948 | 2.071.728.620 |
| TOTAL | 8.562.185.895 | 10.883.162.630 | 13.298.453.554 | 17.949.925.252 |

Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

Los casinos acaparan la mayor parte de las cantidades jugadas, el segundo juego favorito de los españoles sería el Póker. En el extremo contrario tendríamos los concursos y el bingo.

3.4. EL PERFIL DEL JUGADOR ONLINE EN ESPAÑA

Como hemos podido ver, el juego online y las apuestas se han convertido en una importante fuente de ingresos para España, convirtiéndose en el impulsor del entretenimiento español para una parte de la sociedad.

La privacidad se ha convertido en uno de sus elementos claves para su gran avance y éxito. Los casinos online se ven obligados a respetar una rigurosa normativa relativa a la seguridad y sistemas de pagos encriptados.

Hasta 2012 el juego era prácticamente presencial pero como se ha ido adaptando a las nuevas tecnologías abriéndose paso en el sector online.

Éste cambio radical no se ha observado solamente en el aumento de número de jugadores y las altas cifras que mueve este sector, sino que ha incidido en el perfil del jugador.

A continuación, vamos a analizar cómo es el perfil del jugador online en España:

La Tabla 3.4 nos divide una muestra real obtenida desde Febrero hasta Marzo de 2018 por sexo y edad.

Tabla 3.4. Sexo y Edad de una muestra real de Febrero a Marzo de 2018

| | 18-24 | 25-34 | 35/44 | >45 | TOTAL |
|--------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|
| HOMBRES | 101 | 110 | 85 | 41 | 337 |
| MUJERES | 17 | 20 | 13 | 17 | 67 |
| TOTAL | 118 | 130 | 98 | 58 | 404 |

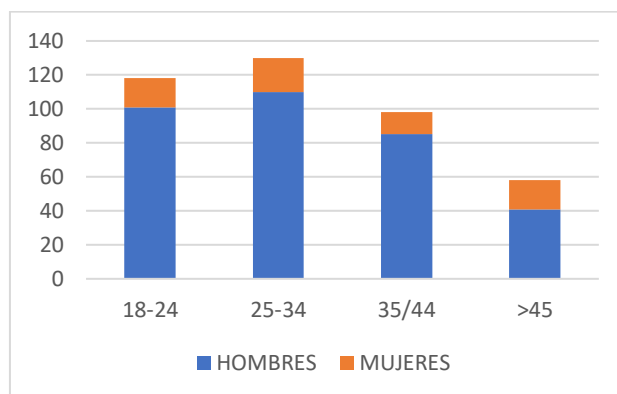
Fuente: IX Informe Percepción social sobre el Juego de azar en España 2018

Como podemos apreciar en el juego online predominan los hombres y la mayor parte de los jugadores se encuentran comprendidos entre los 18 y los 34 años.

El papel de la mujer es mucho menos destacado, aunque ha ido aumentando su importancia a lo largo de los años.

Por su parte, mientras que entre los jóvenes destacan los estudiantes sin ingresos, entre las edades más altas, destacarían aquellos hombres con nivel adquisitivo y estudios universitarios.

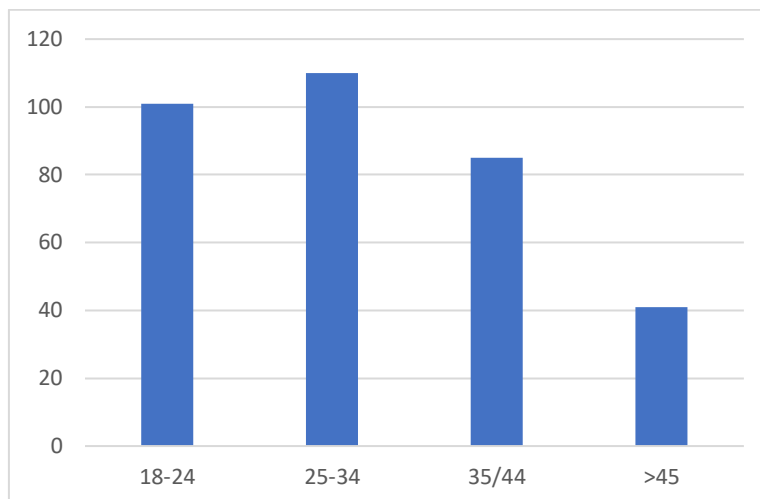
Gráfico 3.4. Porcentaje de Hombres y Mujeres por tramos de edad en marzo de 2018



Fuente: IX Informe Percepción social sobre el Juego de azar en España 2018

Las mujeres mayores de 45 años son las que más juegan, seguidas de las de una edad comprendida entre los 25 a 34 años. Por el contrario, el perfil típico de hombre jugador aparece a una edad mucho más temprana, siendo los más escasos los mayores de 45 (ver gráfica 3.5).

Gráfica 3.5. Distribución del número de hombres por edad



Fuente: IX Informe Percepción social sobre el Juego de azar en España 2018

CAPÍTULO 4

LA PUBLICIDAD EN EL JUEGO

4.1. INVERSIÓN REALIZADA

Cada vez es más frecuente encontrarnos anuncios sobre apuestas y juegos de azar en la emisión de partidos de fútbol o baloncesto que ofrecen apostar en directo.

El vacío legal por falta de reglamento que desarrolle la Ley del Juego de 2011, ha hecho que las empresas se acojan al código de conducta de la Dirección General de juego firmado en 2012. Este código dicta una serie de principios sobre este tema prohibiendo por ejemplo que los anuncios hagan sugerencias de que el juego puede mejorar el reconocimiento social, las habilidades sociales o que puede ser la solución a los problemas financieros.

Frente a esta situación no exenta de polémica, debido a que muchos de estos anuncios se producen en horario infantil y a la alta tasa de ludopatía, el Gobierno quiere aplicar una política restrictiva y una regulación publicitaria similar a la del tabaco. Esta equiparación supondría por tanto eliminar los anuncios de los medios, aunque aún no se ha especificado si afectaría a las formas tradicionales de juego como la ONCE, Loterías, quiniela etc.

Estos anuncios según los expertos generan una serie de estímulos sobre las personas que es incrementado por el uso de personajes conocidos que hacen que se proyecten con una imagen de triunfadores. Ello se vería agravado si hablamos de adolescentes y menores cuyo impacto sería aún mayor ya que en estas edades aún se acrecentaría más la idea asociada al dinero fácil

De hecho, el acuerdo de Presupuestos Generales para 2019 dedica un punto a la lucha contra la adicción al juego y la ludopatía por el uso de publicidad agresiva vinculado a la imagen de personajes famosos:

“ 13. JUEGOS DE AZAR Y APUESTA EN LÍNEA: proteger a la ciudadanía frente a la adicción a las apuestas y los juegos de azar y la ludopatía.

En estos últimos años han proliferado modalidades de juego online que están utilizando fórmulas de publicidad muy agresivas vinculadas a la imagen de personas famosas, habitualmente deportistas de éxito, o a bonos de acceso gratuitos. Asimismo, cada vez es más frecuente que las emisiones de los partidos deportivos de fútbol o baloncesto estén inundadas de anuncios que ofrecen apostar en directo, convirtiendo esta actividad en algo muy accesible para todo tipo de personas, incluidos los menores, generando graves problemas de adicción y ludopatía. Es imprescindible reconducir esta situación y por ello se acuerda:

13.1 Aprobar una regulación de la publicidad del juego de azar y apuesta en línea de ámbito estatal similar a la de los productos del tabaco.

13.2 Estudiar la inclusión en el marco regulador de los juegos de azar y apuesta en línea de medidas de información, gestión y limitación del consumo de juegos, que permitan reforzar la autoconciencia y autonomía del jugador de cara a prácticas de consumo saludable y prevenir, anticiparse y, en su caso, identificar la generación de patrones de juego problemático, mejorando la protección del consumidor.

13.3 Instar y reforzar la implicación y apoyo de los operadores de juegos de azar y apuestas en el desarrollo de acciones de información, prevención, sensibilización y reparación de los posibles efectos indeseables derivados de la actividad de juegos de azar.

13.4 Se reorientará la tasa por la gestión administrativa del juego que pagan los operadores online para destinar un porcentaje a iniciativas preventivas, de sensibilización, de intervención y de control, así como de reparación de los efectos negativos producidos por la actividad del juego.”

Tabla 4.1 Gasto total por trimestre del sector del juego en publicidad, promoción y patrocinio

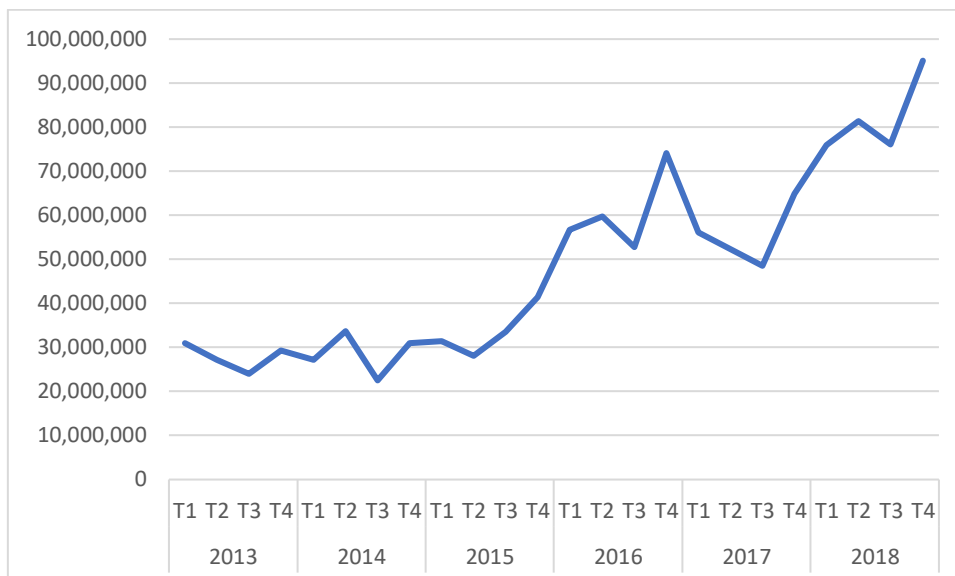
| AÑO | | TOTAL GASTOS | AÑO | | TOTAL GASTOS |
|-------------|----|--------------|-------------|----|--------------|
| 2013 | T1 | 30.892.989 | 2016 | T1 | 56.736.151 |
| | T2 | 27.233.507 | | T2 | 59.703.491 |
| | T3 | 23.968.480 | | T3 | 52.830.061 |
| | T4 | 29.363.248 | | T4 | 74.118.576 |
| 2014 | T1 | 27.159.701 | 2017 | T1 | 56.161.732 |
| | T2 | 33.666.235 | | T2 | 52.380.561 |
| | T3 | 22.508.691 | | T3 | 48.542.715 |
| | T4 | 31.026.101 | | T4 | 64.883.412 |
| 2015 | T1 | 31.393.809 | 2018 | T1 | 75.924.860 |
| | T2 | 28.032.495 | | T2 | 81.459.351 |
| | T3 | 33.602.255 | | T3 | 76.018.841 |
| | T4 | 41.348.166 | | T4 | 95.108.464 |

Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

Como podemos apreciar en la tabla, las empresas suelen invertir más en el cuarto trimestre en publicidad, promoción y patrocinio. Lo que sí está claro es el gran desembolso que llevan a cabo y que aumenta con el paso de los años, siendo la subida más destacada del año 2015 al 2016, seguido de un breve descenso en 2017 para tener un gran aumento en 2018.

Hay una tendencia manifiesta al alza y se observa una estacionalidad clara con caídas en el tercer trimestre y aumento en el segundo.

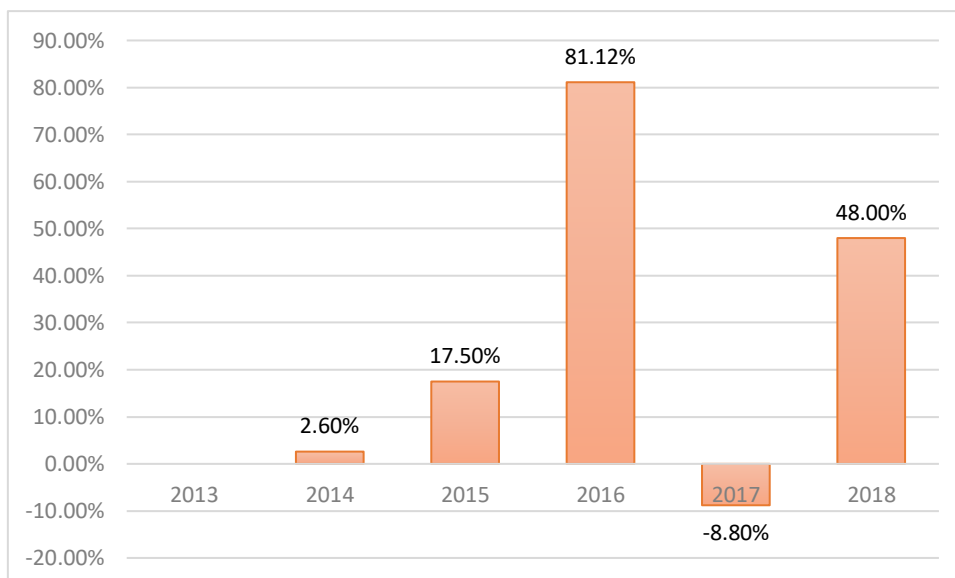
Gráfico 4.1. Gasto total anual en publicidad, promoción y patrocinio



Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

A continuación, mostramos la variación experimentada en la inversión en publicidad, promoción y patrocinio para el período 2013-2018.

Gráfico 4.2. Tasas de Variación experimentada en la inversión en publicidad, promoción y patrocinio para el período 2013-2018



Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

El aumento más significativo lo encontramos en 2016 (ver tabla 4.2) que alcanza el 81% y la segunda tasa más alta es la de 2018. Las demás son todas positivas, salvo la de 2017 que rondaría el -9%.

CAPÍTULO 5

EL REGISTRO GENERAL DE INTERDICCIONES DE ACCESO AL JUEGO

El Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego recoge los datos de aquellas personas que voluntariamente deciden no ejercitar su derecho de libre acceso a los juegos de azar, ya sea estatal para los juegos online o autonómica. Además, en él también aparecen aquellas personas incapacitadas mediante sentencia judicial firme.

Con respecto al juego online, existe la posibilidad de autoexcluirse de un solo operador o de todos. Para conseguir esto último, el jugador debe pedir su inscripción el RGIAJ, rellenando el correspondiente formulario y presentándolo en la sede electrónica de la Dirección general de Ordenación del Juego o en cualquier registro de las Administraciones Públicas.

En 2017 había 41.117 inscritos en este registro, un 9 % más que en 2016 y además, es el mayor incremento desde que se implanta este registro en 2012.

Tabla 5.1. Distribución de los registros activos según la CCAA de origen en el período 2012-2018

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Andalucía | 29,46 | 29,79 | 29,83 | 29,7 | 29,38 | 28,37 | 27,31 |
| Aragón | 9,11 | 9,22 | 9,24 | 9,25 | 9,33 | 9,44 | 9,71 |
| Principado de Asturias | 1,11 | 1,09 | 1,23 | 1,36 | 1,5 | 1,57 | 1,62 |
| Islas Baleares | 1,4 | 1,41 | 1,4 | 1,41 | 1,44 | 1,43 | 1,37 |
| Canarias | 1,83 | 1,83 | 1,78 | 1,75 | 1,77 | 1,87 | 1,91 |
| Cantabria | 0,66 | 0,63 | 0,63 | 0,62 | 0,62 | 0,63 | 0,63 |
| Castilla La Mancha | 1,92 | 1,96 | 2 | 2,1 | 2,43 | 2,96 | 3,65 |
| Castilla y León | 5,33 | 5,49 | 5,58 | 5,63 | 5,6 | 5,7 | 5,73 |
| Cataluña | 8,2 | 8 | 7,78 | 7,67 | 7,68 | 7,7 | 7,76 |
| Ceuta | 0,17 | 0,16 | 0,16 | 0,16 | 0,18 | 0,18 | 0,19 |
| Comunidad Valenciana | 5,28 | 5,15 | 5,23 | 5,42 | 5,62 | 5,77 | 6 |
| Extremadura | 2,61 | 2,69 | 2,77 | 2,78 | 2,82 | 2,95 | 2,99 |
| Galicia | 1,63 | 1,77 | 1,88 | 2,11 | 2,25 | 2,41 | 2,48 |
| Comunidad de Madrid | 19,65 | 19,46 | 19,35 | 19,09 | 18,86 | 18,45 | 17,96 |
| Melilla | 0,11 | 0,11 | 0,1 | 0,15 | 0,16 | 0,19 | 0,21 |
| Murcia | 2,83 | 2,79 | 2,73 | 2,72 | 2,66 | 2,96 | 3,43 |
| Navarra | 0,67 | 0,68 | 0,72 | 0,72 | 0,74 | 0,77 | 0,82 |
| Pais Vasco | 1,71 | 1,65 | 1,77 | 1,81 | 1,74 | 1,75 | 1,74 |
| La Rioja | 0,42 | 0,44 | 0,49 | 0,51 | 0,55 | 0,6 | 0,65 |
| Sin datos de CCAA | 5,91 | 5,68 | 5,33 | 5,04 | 4,67 | 4,3 | 3,84 |

Fuente: Tabla obtenida de la Dirección General de Ordenación del juego

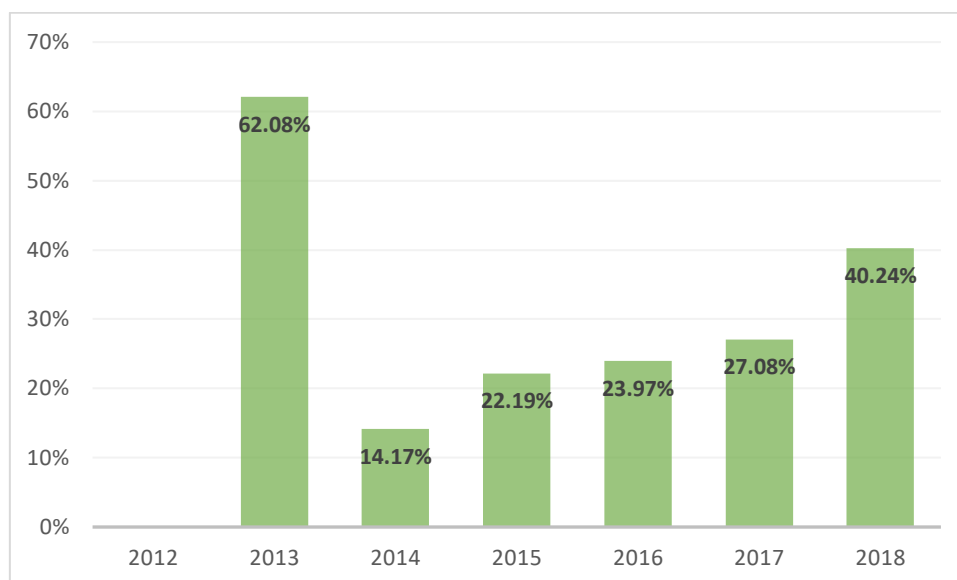
Las Comunidades Autónomas con mayor número de inscritos serían Andalucía, seguido de Madrid, Aragón y Cataluña (ver Tabla 5.1).

Cada año se reciben nuevos inscritos a este registro y además, el número es cada vez mayor, dejando entrever que éste problema afecta a cada vez más personas y que

el auge de este sector contribuye en gran parte al incremento de los problemas asociados a él.

El mayor crecimiento lo encontramos en 2013 (62.08%), el segundo más alto aparece en 2018 42.24%, el resto de los años se mantiene más estable, en torno al 20% (ver gráfico 5.1).

Gráfico 5.1. Tasas de Variación de las altas en el período 2012-2018



Fuente: Elaboración propia a través de datos de la DGOJ

Tabla 5.2. Distribución de las altas por Comunidad Autónoma en el período 2012-2018

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Andalucía | 12,51 | 29,81 | 27,38 | 24,84 | 24,02 | 16,87 | 17,23 |
| Aragón | 11,64 | 10,19 | 9,23 | 10,16 | 10,92 | 11,2 | 11,97 |
| Principado de Asturias | 2,12 | 1,36 | 3,49 | 2,99 | 3,12 | 2,65 | 2,06 |
| Islas Baleares | 1,34 | 1,21 | 1,15 | 1,36 | 1,6 | 1,48 | 1,2 |
| Canarias | 1,89 | 1,8 | 1,32 | 1,46 | 2,19 | 2,89 | 2,77 |
| Cantabria | 1,18 | 0,24 | 0,64 | 0,45 | 0,56 | 0,77 | 0,69 |
| Castilla La Mancha | 5,19 | 3,01 | 2,89 | 3,83 | 5,87 | 8,11 | 9,06 |
| Castilla y León | 4,72 | 8,35 | 7,19 | 6,51 | 5,98 | 6,65 | 6,25 |
| Cataluña | 3,46 | 4,08 | 4,72 | 6,09 | 7,3 | 7,64 | 8,19 |
| Ceuta | 0,16 | 0,1 | 0,21 | 0,21 | 0,45 | 0,22 | 0,22 |
| Comunidad Valenciana | 8,73 | 6,65 | 7,78 | 8,84 | 9,01 | 8,83 | 8,39 |
| Extremadura | 6,14 | 4,03 | 3,95 | 3,17 | 3,06 | 3,84 | 2,96 |
| Galicia | 5,35 | 3,83 | 3,61 | 4,84 | 3,73 | 3,62 | 2,83 |
| Comunidad de Madrid | 21,72 | 14,27 | 16,88 | 14,93 | 15,1 | 14,42 | 14,47 |
| Melilla | 0,79 | 0,39 | 0,17 | 0,73 | 0,39 | 0,46 | 0,38 |
| Murcia | 3,54 | 2,91 | 2,42 | 3,1 | 2,53 | 5,43 | 7,01 |
| Navarra | 1,57 | 1,17 | 1,28 | 1,08 | 1,12 | 1,06 | 1,13 |
| Pais Vasco | 4,41 | 4,76 | 4,38 | 3,31 | 1,43 | 2,01 | 1,89 |
| La Rioja | 2,4 | 1,12 | 1,11 | 1,36 | 1,32 | 1,17 | 1,07 |
| Sin datos de CCAA | 1,1 | 0,73 | 0,21 | 0,77 | 0,31 | 0,66 | 0,22 |

Fuente: Tabla obtenida de la Dirección General de Ordenación del Juego

Como se puede apreciar, al igual que ocurre con el número de registros (Tabla 5.1) las CCAA predominantes son las mismas: Andalucía, Madrid, Aragón y Cataluña en 2018. Aunque en este caso tenemos que destacar que el 2012 la que ocupaba el primer puesto era Madrid, seguida de Andalucía y Aragón. Sin embargo, en 2013, Andalucía se

convierte en la Comunidad Autónoma con mayor número de altas. En el extremo contrario, tenemos a Ceuta y Melilla, Canarias y Cantabria.

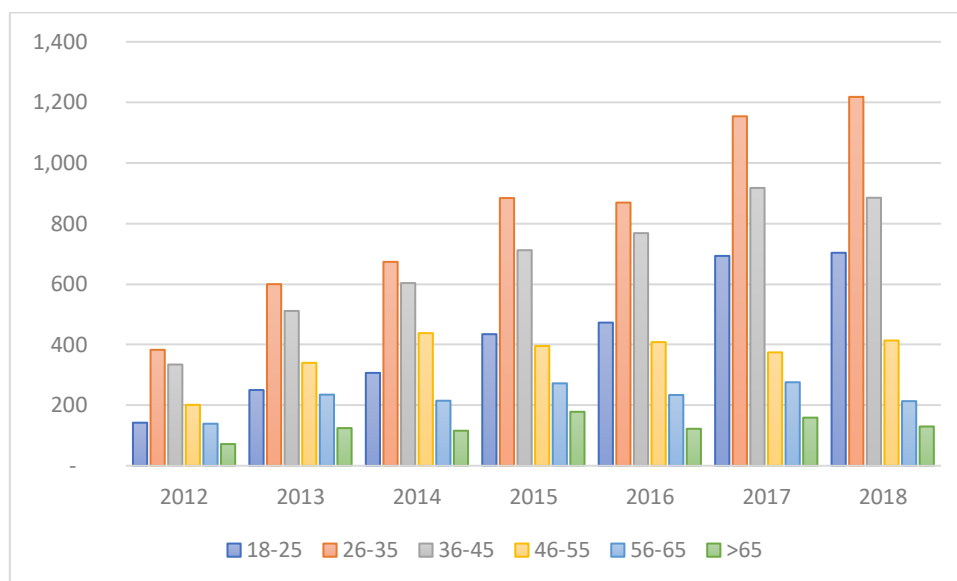
Por último, y para finalizar este epígrafe vamos a concentrarnos en los tramos de edad de las altas del registro (ver Tabla 5.3 y Gráfico 5.2): el primer tramo sería de los 18 a los 25 años, el segundo de los 26 a los 35 años, el tercero de los 36 a los 46, seguido de un tramo comprendido entre los 56 y los 65 años y para finalizar un último tramo que abarca a las personas mayores de 65 años.

Tabla 5.3. Altas por tramos de edad en el período 2012-2018

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 18-25 | 142 | 250 | 307 | 435 | 473 | 693 | 703 |
| 26-35 | 383 | 600 | 673 | 884 | 869 | 1.154 | 1.218 |
| 36-45 | 334 | 511 | 603 | 712 | 768 | 917 | 885 |
| 46-55 | 201 | 340 | 438 | 395 | 408 | 374 | 414 |
| 56-65 | 139 | 235 | 215 | 272 | 234 | 276 | 213 |
| >65 | 72 | 124 | 116 | 178 | 122 | 159 | 130 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

Gráfico 5.2. Altas por tramos de edad en el período 2012-2018



Fuente: Elaboración propia a través de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

Destacamos que el mayor número de altas procede de personas comprendidas en una edad de los 26 a los 35 años y el segundo y tercer lugar lo ocuparían los 36-45 años y las edades entre 18 y 25. A pesar de ello, hay que destacar el gran aumento que ha tenido la primera franja, es decir, aquella que comprende las edades más jóvenes debido a que los jóvenes son los que mayor uso hacen de internet, por lo que el imparable progreso de los juegos online les afecta directamente a ellos.

CONCLUSIONES

Para concluir, realizamos un recorrido de las distintas cuestiones estudiadas a lo largo de este trabajo, haciendo incidencia sobre todo en las similitudes y diferencias entre las distintas CCAA y analizando la evolución de la recaudación, el número de salones de juego, el juego online y la distribución de registros y altas en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ)

En cuanto a la recaudación de las distintas CCAA hay que destacar que su mayor caída se produce en 2012, en torno al 12% respecto del año anterior y poco a poco empieza a recuperarse, pero sin llegar a alcanzar nunca los niveles de 2011.

En el lado opuesto, tenemos el número de salones de juego por CCAA que aumentan en el período 2013-2017.

En base a todo lo analizado, podemos decir que existe una relación directa entre ambas variables (recaudación y número de salones). Efectuamos regresiones por MCO para las que obtuvimos en todas ellas que las pendientes positivas son significativas (p -valor < 0.05), lo cual nos permite afirmar que los salones son estadísticamente significativos en la explicación de la recaudación en las distintas CCAA. El porcentaje en que dicha variable explica la recaudación varía entre un 31.24% del último año analizado hasta el 43.75% del primero de los años. Además, hemos comprobado que existen efectos fijos, que permanecen constantes en el tiempo, específicos de cada CCAA que inciden en la recaudación.

A pesar de ello, apreciamos una disminución de la bondad del ajuste a lo largo del periodo, así como la incidencia de cada salón más de juego en una determinada CCAA sobre la recaudación. Ésta pasa de ser en 2013 de 252.4 millones de € más por cada sala de juego que se añada en una CCAA, a 169.91 millones de € en 2017. Es aquí donde entra el importante papel que está alcanzando el juego online. Desde 2012, el juego online no ha dejado de crecer y las CCAA se han visto favorecidas por ello, ya que ganancias online son gravadas a través del IRPF, impuesto que es parcialmente cedido a las CCAA pudiendo regular la escala autonómica aplicable a la base liquidable general, entre otros aspectos. Por tanto, podemos decir que la disminución progresiva anteriormente citada, es debido en parte a que las CCAA están obteniendo ingresos a través de este gravamen.

Destacamos también, que los españoles en el ámbito online gastan en primer lugar en los casinos, en segundo lugar, en apuestas y en tercer lugar en el póker, dejando un papel residual a los concursos y al bingo.

Hacer referencia también, al perfil del jugador destacando la importante diferencia en cuanto a hombre y mujeres, siendo los hombres mucho más propensos al juego. Además, mientras que el mayor número de mujeres lo encontramos a partir de los 45 años, los hombres son más predominantes en las edades más tempranas

A continuación, vamos a establecer las principales diferencias entre las CCAA que más destacan en los distintos ámbitos estudiados:

En primer lugar, Cataluña es la CCAA que más recauda. Ésta CCAA graba la organización o celebración de todo tipo de juegos de azar como el Bingo, las apuestas, las rifas, tómbolas y combinaciones aleatorias, además, de las máquinas recreativas y los casinos. Sin embargo, es la novena en cuanto a número de salones de juego y la cuarta en cuanto a la distribución de altas y registrados en el RGIAJ acaparando en 2018 en torno al 8% de las altas y de los registrados.

Por su parte, Andalucía en 2017, se convierte en la segunda CCAA que más recauda y alcanza el primer puesto en número de salones y en número registros y altas en el RGIAJ, alcanzando alrededor del 27% de registrados en el año 2018 y acaparando el 17% de las altas de ese mismo año.

Por último, Madrid, en 2017 se convierte en la tercera CCAA que más recauda, las segunda en cuanto a número de salones de juego y la tercera en registros y altas en el RGIAJ.

BIBLIOGRAFÍA

- ABC,2019 “Piden limitar la publicidad de apuestas y juego en horario infantil”.
https://www.abc.es/espana/catalunya/economia/abci-piden-limitar-publicidad-apuestas-y-juego-horario-infantil-201901301658_noticia.html
- Acuerdo De Presupuestos Generales del Estado 2019: Presupuestos Para un Estado Social.
- Andalucía Información,2018. “Andalucía atiende este año a más de 800 personas por ludopatía”.
<https://andaluciainformacion.es/andalucia/784200/andalucia-atiende-este-ano-a-mas-de-800-personas-por-ludopatia/>
- ANESAR. Borrador Informe Salones.
<http://www.anesar.com/wp-content/uploads/2018/10/numero-de-salones-2013-2017.pdf>
- Anuario del Juego en España 2018
- Asociación Española de Empresarios de Salones de Juego y Recreativos.
- Asociación para la prevención y ayuda al ludópata.
- Capital Radio, 2018. “El éxito del juego online en España”.
https://www.capitalradio.es/noticias/otros/otras-noticias/exito-del-juego-online-espana_35408021.html
- CNMCDATA. <http://data.cnmc.es/datagraph/>
- Consejería de Hacienda, Industria y Energía de la Junta de Andalucía.
<https://www.juntadeandalucia.es/haciendayadministracionpublica/tributos/estadisticas/estadisticas.htm>
- Departamento de Hacienda y Economía del País Vasco.
<http://www.euskadi.eus/recaudacion/web01-s2oga/es/>
- Diario de Córdoba, 2018 “Las apuestas deportivas disparan el negocio del juego y sus riesgos”.
https://www.diariocordoba.com/noticias/temadia/apuestas-deportivas-disparan-negocio-juego-sus-riesgos_1231660.html
- Diario de Córdoba, 2018. “El público que va a las casas de apuestas es cada vez más joven”.
https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobaandalucia/publico-va-casas-apuestas-es-vez-mas-joven_1252763.html
- Dirección General de Ordenación del Juego

- El Mundo, 2018 “Los salones de juego hacen caja en la periferia de Madrid”.
<https://www.elmundo.es/madrid/2018/06/04/5b13d27c22601ddd688b460d.html>
- El Mundo, 2018. “El inagotable negocio de las casas de apuestas en España”.
<https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/08/03/5b630947ca4741a64f8b45b1.html>
- El País, 2018 ”¿Es positiva la proliferación de salones de juego en las calles de Madrid?”.
https://elpais.com/ccaa/2018/11/12/madrid/1542029136_615884.html
- El País,1977 “Legalizado el juego en España”.
https://elpais.com/diario/1977/03/08/sociedad/226623603_850215.html
- El País,2018. “Publicidad en el juego: el vacío de una regulación que no llega”.
https://elpais.com/economia/2018/07/13/actualidad/1531499769_318174.html
- Es Diario, 2018 “¿En qué situación está el juego online en España?”.
<https://www.esdiario.com/921621150/AEn-que-situacion-esta-el-juego-online-en-Espana.html>
- Europapress,2018. “La Región cuenta con el mayor número de locales de apuestas de España y enganchan a población cada vez más joven”.
<https://www.europapress.es/murcia/noticia-region-cuenta-mayor-numero-locales-apuestas-espana-enganchan-poblacion-cada-vez-mas-joven-20180902095934.html>
- Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados.
- Forbes Business,2017 “El juego en España: una apuesta de 35.000 millones de euros”.
<http://forbes.es/business/10630/el-juego-en-espana-una-apuesta-de-35000-millones-de-euros/>
- Grupo Planeta,2017. “¿Sabías qué Primo de Rivera y Franco prohibieron los casinos?”.
<https://www.historiaespanaymundo.com/sabias-que/primo-rivera-franco-prohibieron-casinos>
- Historia de los casinos y los juegos de azar en España
<https://www.vegasmaster.com/es/historia-de-los-casinos-y-los-juegos-en-azar-en-espana/>
- <https://www.aragon.es/documents/20127/674325/Informe2017.pdf/898def46-d273-935e-da21-d4428cca14f1>
- Información Económica del Gobierno de Asturias.

http://movil.asturias.es/webasturias/GOBIERNO/TRANSPARENCIA/INFORMACION_ECONOMICA/estadisticas/ingresos_tributarios_gest_aut.xlsx

- Informe Anual de la Economía Canaria, 2017.
<http://www.ccelpa.org/informe-anual/IA2017/pdf/indicadores/13-2017.pdf>
- Informe de Funcionamiento de 2017 de la Agencia Tributaria de las Islas Baleares.
https://www.atib.es/descargaDocs/Informe%20funcionament%20ATIB%202017_s.pdf
- Jeffrey M. Wooldridge (2003): “Introducción a la econometría. Un enfoque moderno”
- Juego Legal España, 2011 “La Comisión Nacional del Juego (CNJ)”.
<http://www.juego-legal-espana.es/noticia-casino-la-comision-nacional-del-juego-cnj.html>
- Jugar Bien.
<http://www.jugarbien.es/contenido/el-juego-y-las-administraciones-publicas>
- La Cerca,2019 “Los impuestos sobre las ganancias del juego online en España”.
<http://www.lacerca.com/noticias/espana/impuestos-ganancias-juego-online-espana-458174-1.html>
- La Voz de Galicia,2018 “¿Se acerca el fin de la publicidad del juego en España?”.
<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/contenidos-patrocinados/2018/10/18/acerca-fin-publicidad-juego-espana/00031539878477848412499.htm>
- Ministerio de Hacienda
- Percepción Social Sobre el Juego de Azar en España 2018 IX.
<http://www.infoplay.info/photos/IX%20Informe%20Percepcio%CC%81n%20social%20sobre%20el%20Juego%20de%20azar%20en%20Espan%CC%83a%202018-1.pdf>
- Rankia.
<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3808106-comercio-electronico-definicion-tipos-tendencias>