

Marzo 2014

ANAPAL

Año 18 - Nº 49

El Boletín

Agrupación Nacional de Asociaciones Provinciales de Administraciones de Loterías



SELAE APUESTA FUERTE



Entrevista a **Inmaculada García**
Presidenta de SELAE



**Llegan la
nueva Quiniela y la
Apuesta Cotizada**

Análisis

La evolución de las
posiciones del
Juego Privado

Pedro Lamata



Entrevista



A Juan Antonio
López,
Subdirector de
Juegos de SELAE:
"Cambios en La Quiniela"



Encuesta

Resultados de
la 2ª encuesta
de la web de Anapal:
Cambios en La Lotería
de El Niño



Nuevo lanzamiento de



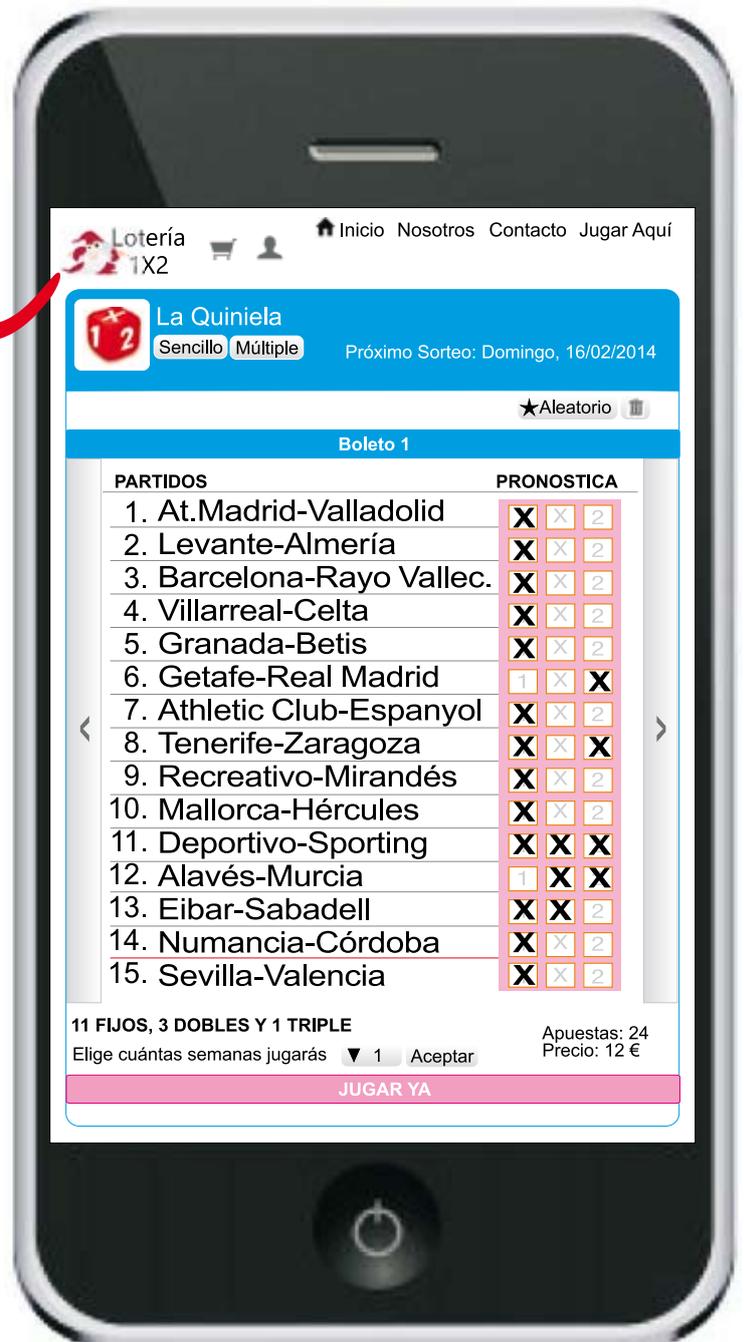
Ahora tus clientes pueden enviarte pedidos y jugadas desde su móvil

Web 2.0
móvil

Un nuevo espacio de relación y comunicación personal con tus clientes

Una herramienta para el progreso de tu negocio

Un primer paso para descubrir el mundo de servicios que puedes abrir con los smartphones



Infórmate

Las nuevas tecnologías al alcance de todos

91 527 15 78 correo@informaticaq.es

informaticaq.com



SUMARIO

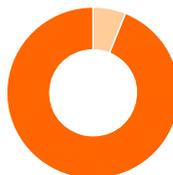


5.- *Entrevista con la Presidenta de SELAE*
Director del Boletín



10.- *La actividad institucional de Anapal*
Redacción Anapal

14.- *Resultados de la encuesta sobre*
La Lotería del Niño
Redacción Anapal



18.- *La evolución de las posiciones del Juego Privado*
con el avance y profundización de la crisis del sector
Pedro Lamata



27.- *Entrevista con Juan Antonio López,*
Subdirector de Juegos de SELAE
Jorge Martín



32.- *Asesoría Jurídica*
Miguel Hedilla

40.- *2ª encuesta en nuestra web*
para dotar de más calidad a la Lotería Nacional
Dirección de Estudios de Anapal



44.- *La web de Anapal avanza*
Josep Iborra



46.- *Kiosco Virtual*



56.- *Buzón del administrador*

57.- *Organigrama:*
El inquietante cese de Juan Gallardo



Director: Jorge Martín Rodrigo • jorgemartin@anapal.com

Domicilio: A.N.A.P.A.L., C/ Zaratán, 7, Bjo 2 - 28037 Madrid

Tel. 91 304 05 41 - Fax 91 327 00 21

Horario de atención telefónica de lunes a jueves:

de 11,30 a 13,30 y de 17,00 a 19,00

www.anapal.com • gestion@anapal.com

Depósito Legal: M-22.423 - 1996

Imprime: Suministros Gráficos 2000, S.L.

Edición: 4.500 ejemplares



SELAE apuesta fuerte



Quedaron atrás los meses de tanteo y estudio de los signos y síntomas del enfermo, y hecho el diagnóstico es hora de realidades y de acción. ANAPAL se ha reunido en dos ocasiones en este mes de marzo con la Presidenta para trasladarle directamente su visión de los problemas y aclarar los datos y las ideas que con anterioridad le habíamos expuesto en documentos. Escrito está. Hablado queda.

Nuestra impresión es que el diagnóstico es compartido y que se perciben muchas ganas de cambio, y que su nítida voluntad de recuperar las ventas debe empezar a cumplirse en breve, en cuanto surtan efectos los cambios previstos. Las dos apuestas más fuertes tendrán lugar previsiblemente en septiembre: la puesta en marcha de la apuesta cotizada y de la nueva Quiniela.

La tradicional apuesta deportiva, el 1X2, y la nueva cotizada o de contrapartida, deben contribuir en conjunto a traer nuevos jugadores a los puntos de venta, consolidándolos como los verdaderos centros de juego de los españoles. Puntos que generan confianza porque son centros de ocio y juego social irradiados por toda la geografía, que, a través de juegos públicos brindan entretenimiento sin generar ludopatía, colaborando con los objetivos políticos públicos, aportando una segura renta pública desde hace siglos.

Si a eso le sumamos el convencimiento de la Presidencia de que es hora de revitalizar el juego estrella de SELAE, la Lotería Nacional, comenzando por hacer cambios e innovaciones que se testeen primeramente en los sorteos semanales (jueves primero y sábados después) y perseverando en el paulatino y necesario ajuste entre oferta y demanda, estaremos sembrando de esperanza el inmediato futuro.

Si, además, apoyamos desde ahora mismo, sin dudas ni ambages, el papel principal que han de jugar las Webs de la red de ventas en el desarrollo y crecimiento de las ventas on line de SELAE, un canal más, y hacemos co-oficial cada Web que apertura una nueva vía de ingresos, compitiendo tecnológicamente en el mercado, aportando valor añadido a lo existente, estaremos, entonces, construyendo futuro.

Si controlamos debidamente el tamaño de la red de ventas, de forma acordada, configurando un plan a medio plazo que permita la sustitución rápida de los puntos que desaparezcan y la implantación de otros nuevos allí donde haya necesidad, todo con claridad y transparencia, con eficacia y operatividad, estaremos ganando el futuro.

Si a pesar de la política de congelación de comisiones, buscamos modos de estimular a los puntos de venta, su atención y su trabajo cotidiano, por ejemplo con una comisión de pagos progresiva y del nivel anterior a 2010, estaremos respondiendo al esfuerzo de cada administrador con justicia, y estaremos entre todos ganando el futuro.

Si perseveramos entre todos en vender los "juegos de todos" con la etiqueta "juego responsable y juego público", útil a los intereses comunes del país, y no caemos en la tentación de buscar caminos ajenos a nuestra tradición, estaremos construyendo futuro.

Sin prisa pero sin pausa, este número del Boletín va en esa dirección. Por eso hemos hablado con Inmaculada García, para que su voz esparcida en estas páginas contagie su fe en este futuro mejor a todos. Y también con J. Antonio López, Subdirector de Juegos, para que nos cuente sus planes sobre La Quiniela, y sean en breve de todos. Y por eso hemos llenado de noticias, datos y análisis este Boletín, que quiere ser un papel teñido de esperanza. Ojala lo hayamos conseguido.

Jorge Martín Rodrigo
Director del Boletín





Entrevista con Dña. Inmaculada García
presidenta de SELAE

SELAE apuesta fuerte



Los proyectos son que la Apuesta Cotizada y la nueva Quiniela funcionen en septiembre

B. A.: *Transcurridos ya 6 meses de su toma de posesión, imaginamos, Presidenta, tendrá ya una imagen más exacta de la nave que dirige, de sus carencias y sus virtudes, de sus posibilidades de navegación y de sus lastres, de todo aquello que afecta a su velocidad de crucero. Y por seguir con la metáfora naval, ¿tiene usted clara su bitácora? ¿Hacia dónde nos dirigimos? ¿Está ya definido claramente el rumbo?*

Loterías y Apuestas del Estado es la compañía líder en su sector, con una historia de más de 250 años llena de retos conseguidos y dificultades superadas. SELAE cuenta con unos valores de seguridad, garantía y excelencia que nos sitúan en un alto nivel de exigencia para seguir manteniéndolos, pero también para superar nuevos retos, trabajando cada día para estar en la vanguardia del sector y alcanzar los máximos niveles de tecnología, eficiencia y competitividad. Esta es nuestra tarea, en la que pedimos la participación

de todos, especialmente de los puntos de venta, como pilar básico de la comercialización de nuestros juegos.

“En las ventas de Navidad creemos que estamos en un punto de inflexión”



B. A.: *Presidenta, profundizando en el tema de juegos, nos preocupa mucho la evolución de las ventas de la Lotería Nacional y el tema de las modificaciones en el sorteo de Navidad, el qué hacer para estimular las ventas y consolidar su liderazgo*

pecial de 40 millones de euros y para el próximo Sorteo estamos analizando estos resultados para aumentar el reparto de premios.

B. A.: *¿Qué modificaciones sobre los juegos existentes está previsto implantar a corto plazo? ¿Algún*

“Esperamos que una vez que mejore el entorno económico, se puede valorar la supresión del gravamen del 20%”



como producto estrella ¿Nos puede confirmar si para la Navidad 2014 habrá o no habrá cambios? ¿Y para el sorteo de El Niño?

En SELAE estamos trabajando intensamente para ver en qué medida podemos aumentar las ventas de todos nuestros juegos. Es cierto que las ventas registradas en la Lotería de Navidad fueron ligeramente inferiores que en 2012 pero también es cierto que el descenso fue menor que el año anterior, por lo que creemos que estamos en un punto de inflexión. Además, en el pasado Sorteo ajustamos la oferta a la demanda también para obtener mejores resultados. Respecto al Sorteo de El Niño este año se lanzó por primera vez un premio es-

nuevo juego? ¿Cómo analiza el descenso de ventas de nuestros juegos, o que su descenso sea mayor que el de la Lotería Nacional, coincidiendo precisamente con la implantación del Joker y las modificaciones impulsadas en la Primitiva?

Actualmente estamos analizando modificaciones de La Quiniela y para ello estamos trabajando con los puntos de

venta y con la Liga de Fútbol Profesional. Además estamos impulsando diversos estudios de mercado para obtener la opinión de los quinielistas y de aquellos que han dejado de jugar. Nuestro objetivo es incorporar cambios para que se puedan ganar premios más importantes y así posicionar de nuevo a La Quiniela como un juego con premios millonarios. Esperamos que estos cambios puedan estar para la próxima temporada de liga de fútbol. Sobre los demás juegos hemos comprobado que las últimas modificaciones han dado buenos resultados, como en la Primitiva, que ha pasado de descensos de más del 10% a resultados positivos. En SELAE estamos continuamente analizando el desarrollo de nuestros juegos para mejorarlos manteniendo su esencia y haciéndolos más atractivos. En el mercado están apareciendo nuevos competidores con nuevos juegos como las apuestas deportivas de contrapartida y en SELAE estamos analizando también esta realidad para poder posicionar la compañía en este segmento.

“SELAE siempre debe seguir asociado a los valores de calidad, confianza, seguridad y juego responsable”





“Nuestro objetivo es incorporar cambios para posicionar de nuevo a La Quiniela como un juego con premios millonarios”

B. A.: ¿Cree usted que hay que redefinir el papel entre La Quiniela, la apuesta Cotizada SELAE y El Quinigol? ¿Se ayudarán entre ellos o se canibalizarán?

La experiencia de otros países refleja que las apuestas deportivas cotizadas han impulsado la venta de las quinielas nacionales. En este sentido, La Quiniela como apuesta deportiva tiene un posicionamiento único puesto que además

de ofrecer diversión y habilidad, ofrece grandes premios.

B. A.: ¿Cree usted que, con contracción de demanda, la oferta de juegos de SELAE, debe adaptarse a la demanda o, por contra, es conveniente ofertar nuevos juegos, intentando crear demanda, percutiendo continuamente sobre el mercado, competitivo en extremo en esta coyuntura?

Creo que estamos todos de acuerdo en que en los juegos, especialmente en la Lotería Nacional, hay que adecuar la oferta a la demanda para asegurarnos de que los premios tocan, que es la esencia de la Lotería Nacional. En este sentido debemos aunar dos factores, adecuar la oferta a la demanda y cubrir aquellas nuevas oportunidades que ofrece el mercado, siempre y cuando no perjudiquen nuestro negocio y nuestro prestigio. SELAE



siempre debe seguir asociado a los valores de calidad, confianza, seguridad y juego responsable.

B. A.: Presidenta, el concepto “juego saludable” está de moda. Se repite por los distintos operadores y países tratando de evitar la posible imagen negativa que algunos actores tratan de cargar sobre los juegos del Estado ¿Cuál es el concepto de juego saludable de SELAE? ¿Incluye sólo los juegos de respuesta di-

gadmin[®]

LA VENTANILLA WEB
CREADA ESPECÍFICAMENTE PARA
PUNTOS DE VENTA OFICIALES DE SELAE

MÁS DE
10 AÑOS
DE EXPERIENCIA



AHORA
TAMBIÉN PARA
DISPOSITIVOS
MÓVILES



Con la gama de productos **Gadmin**[®] dispondrá de las herramientas necesarias para atender a sus clientes en cualquier lugar y momento, ya sea desde su ordenador, smartphone, tablet o smart TV.

Contacte con nosotros
965 347 727 • 649 665 963

info@gadmin.es
www.gadmin.es





ferida? ¿Incluye conceptos tales como la calidad de los procesos de comercialización o en la calidad intrínseca del producto que se vende?

SELAE sigue el modelo de buenas prácticas en juego responsable de Loterías Europeas (LE) y de la Asociación Mundial de Loterías (WLA) e incorpora este com-

B. A.: *¿Cuál es su opinión sobre la incorporación de la red de ventas a las nuevas tecnologías comerciales que vienen de la mano de Internet. ¿Debe ser una incorporación y participación activa y fundamental, o simplemente subsidiaria? ¿Qué opinión tiene SELAE*



d e l 20% para el próximo año?. Si es así, empezaremos a dar pasos a adelante, Presidenta. En caso contrario tendremos que reforzar nuestro trabajo y nuestra imaginación para sacar adelante nuestras Administraciones

Sobre esta cuestión quiero resaltar que el gravamen se introdujo con carácter transitorio por la difícil situación económica actual y como solidaridad con esta situación, y entendemos que no ha afectado de forma significativa a las ventas. En este sentido y dado su carácter transitorio esperamos que una vez que mejore el entorno económico se pueda valorar su supresión. En todo caso, debemos seguir enfocados en trabajar para mejorar nuestros juegos y nuestra gestión, que es lo que realmente nos ocupa desde SELAE y para ello la participación de los puntos de venta es esencial.



sobre que cualquier punto de venta /administración sea tan "oficial" como la propia página web de SELAE en la prestación de servicios comerciales por Internet?

Las nuevas tecnologías son una realidad social que plantean continuamente nuevos retos a todas las empresas. Nuestro objetivo es convertir esos nuevos retos en ventajas competitivas y hacer estas ventajas extensivas a los puntos de venta, para que puedan participar de forma activa en este proceso. Además no solo es importante para la comercialización de nuestros juegos sino también para la comunicación. Las nuevas generaciones son nativos digitales y debemos utilizar también el entorno digital para comunicarnos con la gente más joven.

B. A.: *Y finalmente, Presidenta, he dejado para el final la reivindicación más compartida por la red de ventas ¿Se suprimirá el dañino gravamen*

B. A.: *Quiere usted añadir alguna cosa? ¿Algún mensaje para la desanimada red de ventas?*

En primer lugar quiero agradecer a toda la red de ventas el intenso trabajo diario que realizan para mantener el prestigio y la solidez de esta sociedad, y para conseguir los ambiciosos objetivos que tenemos para los próximos años. En las reuniones mantenidas con ellos siempre me transmiten su esfuerzo e ilusión por mejorar nuestra gestión entre todos. SELAE tiene un posicionamiento líder en el mercado que nos impulsa a ser cada día más exigentes en nuestra gestión para poder seguir ofreciendo calidad y excelencia en nuestra oferta de juegos. Para ello la colaboración de la red de ventas es imprescindible. Los retos alcanzados hubieran sido imposibles sin esa colaboración constante en la mejora de nuestros procesos.

“La experiencia de otros países refleja que las apuestas deportivas han impulsado las ventas de las quinielas nacionales”

promiso en todas sus operaciones, incluidos los procesos de comercialización y aquellos referidos al producto. En este sentido, SELAE cuenta con los certificados más importantes en cuanto a calidad y seguridad de nuestros juegos, y todos nuestros procesos están sometidos a constantes auditorías que garantizan la calidad y seguridad de nuestra gestión.

Instalaciones para todos los públicos

En JCM disponemos de cuatro líneas de productos para que tengas la libertad de elegir

☎ 965 80 71 16

www.grupo-jcm.com



Línea Luxe ★★★★★

La distinción al alcance de tu mano



Línea Modern ★★★★★

Robustez y modernidad a primera vista



Línea Classic ★★

Instalaciones duraderas en el tiempo



Línea Optimus ★

Versatilidad y funcionalidad en su máxima expresión



La actividad institucional de Anapal

En defensa de las Administraciones de Loterías y comprometida con la modernización y eficiencia de SELAE

La reciente publicación del concurso publicado por SELAE para realizar el testing de sus diferentes desarrollos informáticos, ha vuelto a desencadenar la enésima situación de angustia en el aparato productivo de SELAE, su red comercial.

Sin embargo, el citado documento refleja una realidad que comenzó hace muchos años, de la que Anapal siempre ha sido consciente y de la que ha ido informando públicamente en la medida que se podían demostrar dichas informaciones. Parece que ya no se recuerdan las políticas y el proceso de reconversión que a finales de 2007 inició el anterior Gobierno, y fue materializando la entonces dirección de LAE. Ni tampoco la ingente labor que ha tenido que desarrollar y está desarrollando ahora Anapal con los escasos medios que se cuentan.

Algunas cosas se han conseguido, lamentablemente no muchas, porque en el rumbo marcado intervinieron y aún intervienen, políticas y decisiones que se sitúan en el ámbito del Gobierno y la orientación marcada para sus diferentes empresas públicas.



Las razones que tiene Anapal son poderosas y ciertas, así lo creemos nosotros. Pero para que sean asumidas por los poderes públicos y por la dirección de SELAE, hay que demostrarlas, exponerlas, desarrollarlas y, en la mayoría de los casos, exigen luchar contra una visión de los juegos totalmente equivocada a nuestro juicio, pero que aún se tiene por cierta. Recordemos lo que pasó y está pasando a la Once, que de detentar un 12% del mercado del juego ha caído al 7% debido a su política de continuos cambios en los juegos, las sobre-emisiones y la saturación de sorteos y puntos de ventas. Por una voracidad sin análisis profundos del mercado actual.



Por otro lado, la cultura institucional instalada en nuestro país aún no es partidaria de la transparencia, de forma que la actividad institucional de Anapal, si quiere ser eficaz, ha tenido y tiene que desarrollarse dentro de los protocolos al uso. Sin alardear, ni hacer públicos nuestros trabajos institucionales. Un ejemplo concreto de esto último es el gravísimo problema que numerosos compañeros están teniendo con las Inspecciones de Hacienda.

Dicho esto, aquí os informamos de los documentos y respuestas que dan fe de la labor y conversaciones que desde finales de 2013 y comienzos de 2014 está desarrollando Anapal en los ámbitos de la Vicepresidencia del Gobierno, Ministerio de Hacienda, Secretaría de Estado y Presidencia de SELAE. En ellas tratamos los asuntos más candentes e importante para nuestro colectivo, desde argumentos y datos que prueban las bondades

de **rectificar el impuesto del 20%**, hasta las razones, datos y recomendaciones autorizadas que indican el camino a seguir para **avanzar hacia un modelo de Juegos de Estado moderno, competitivo y comprometido con la sociedad. Obviamente el asunto de la dimensión de la Red Comercial es un punto esencial para la calidad del Operador, y un asunto en el que en la "adenda" conseguida por Anapal para el contrato mercantil refleja un primer punto de encuentro en el camino acertado.**

Aquí os adjuntamos algunos de los documentos extractados enviados por Anapal y las respuestas oficiales obtenidas hasta la fecha. Obviamente, os aconsejamos seguir el detalle de todo desde nuestra Web, donde los documentos al completo están a disposición de nuestros asociados.

Redacción ANAPAL



Selladora de billetes

Duplicadoras Digitales
Impresión de Participaciones
Contadoras de Billetes y Décimos
Perforadoras
Fotocopiadoras
Impresoras
Fax

Detector de Billetes Falsos



Soluciones profesionales para su empresa



Ibérica de Duplicadoras, S.L.

Avda. Virgen del carmen, 1 - 28033 Madrid

Tel.: 91 381 54 52 - Fax: 91 381 57 93

www.ibericadeduplicadoras.com - info@ibericadeduplicadoras.com



Resultados de la encuesta sobre La Lotería del Niño



Fracción especial en El Niño: Sí o No

En primer lugar, agradeceremos a todos los que habéis respondido vuestra participación en este nuevo mecanismo de participación, de analizar entre todos las mejores soluciones para los problemas de nuestros juegos.

En segundo lugar, sabemos que algunos compañeros han tenido problemas para registrarse y responder, y han desistido. Hemos incorporado "ayudas" para que sea más fácil entrar. Confiamos en que en las próximas encuestas todo sea un poco más fácil.

En tercer lugar, sabemos que la población con que contamos para interactuar en la WEB o en foros de investigación es limitada. Hoy por hoy no más de 500 Administraciones registradas. De las que, en este caso, han respondido 362.

Pero incluso este aparentemente escaso número, constituye una "muestra" respetable si consideramos que está referida a una "Población" o "Universo" de 4100 Administraciones, de las que obran en nuestro poder unos 2500 correos electrónicos. Es decir, hemos obtenido una muestra de 362 participantes, casi la mitad no-asociados, sobre una población de referencia de 2.500 Administraciones y un "Universo" total de 4.100. Esto representa una muestra del 8,82% del universo total al que nos dirigimos.

Es obvio que el momento actual, las dificultades por las que estamos atravesando no constituyen el

mejor caldo de cultivo para detenerse a reflexionar, sobre un problema concreto de nuestro juego por excelencia: la Lotería Nacional. Pero debemos insistir por nuestra parte con más preguntas sobre más temas que nos preocupan y ocupan. Y por la vuestra, os seguiremos pidiendo la colaboración correspondiente, en al menos tres encuestas o consultas más. Que cada cual haga lo posible porque más compañeros se responsabilicen y participen.

El sentido de esto viene dado por poderle aportar a SELAE más elementos a considerar, incorporando a los argumentos el peso específico de ser compartidos por un número significativo de compañeros. Y no de cualquier compañero, sino de aquellos capaces de sensibilizarse, responsabilizarse (responder) y aportar algo de su tiempo y experiencia, para mejorar los Juegos y, en última instancia, los resultados de la empresa, SELAE.

Después, el efecto que pueda tener en la Presidencia o Dirección de SELAE, está por ver. Pero al menos vamos a intentarlo. Y lo vamos a intentar por la vía del razonamiento, del diálogo y de ir generando herramientas para que las Administraciones de Lotería contemos con un marco riguroso de participación en el nuestro futuro. El tiempo dirá si más adelante nos vemos obligados o no, a proponer otras vías.

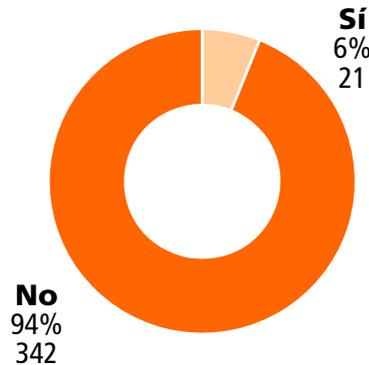


RESULTADOS

Los resultados concretos a las preguntas planteadas han sido:

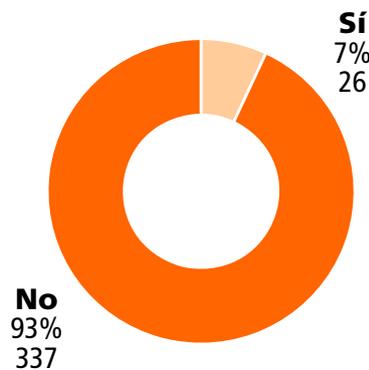
1ª Pregunta.

¿Mantendrías para el Niño 2015 la fracción especial?



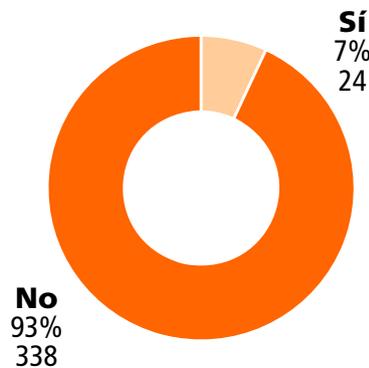
2ª Pregunta.

¿Crees que la fracción especial beneficia la imagen del sorteo de El Niño?



3ª Pregunta.

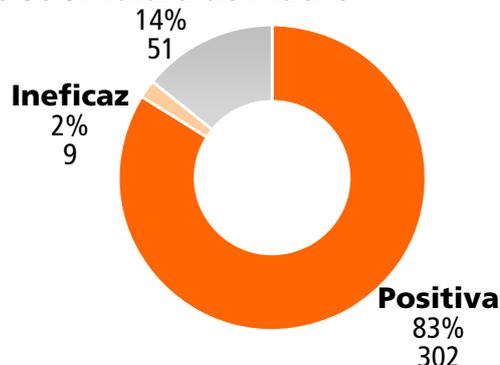
¿Crees que la fracción especial incrementa las ventas del sorteo de El Niño?



4ª Pregunta (y última)

¿Qué te parece esta iniciativa destinada a compartir y poner en valor la opinión de las Administraciones de Lotería?

No sé si valdrá de mucho



Y las respuestas han sido:

Os seguiremos informando de las encuestas en curso. Siempre habrá un informe técnico previo con datos para poder decidir en conciencia por soluciones próximas a la realidad.

INFORME PREVIO A LA ENCUESTA SOBRE POSIBLES MODIFICACIONES EN EL SORTEO DE EL NIÑO

SOBRE LA FRACCIÓN ESPECIAL EN EL SORTEO DE EL NIÑO

En tiempos de bonanza, se "vende todo" y cada año se mejoran los resultados finales. En tiempos de crisis, los productos se ven sometidos a tensiones de selección en función de calidad de diseño y resistencia de materiales. En SELAE, llevamos cinco años con los productos sometidos a tensiones externas e internas, lo que obliga a replantearse diseños y estrategias de comercialización. En algunos casos las fuertes tensiones de la crisis pueden poner en evidencia errores o imperfecciones de diseño en algunos productos.

El producto de Lotería Nacional conocido como **El Niño**, sufrió dos cambios este año 2014. Uno: reducción de series. Dos: fracción especial de 40 millones. Analicemos los cambios.

40 MILLONES DE EUROS A UNA SÓLA FRACCIÓN, O DEJAR 200.000€ AL DÉCIMO.

La idea que subyace tras la implantación de la fracción especial es la de que 200.000€ al décimo por 20 € invertidos, puede no ser suficiente premio. *El reclamo es insuficiente porque la competencia (Once y Grossa), ofrecen mejor proporción aparente. La Once 400.000 por 10 euros. La Grossa 400.000 por 5 euros.*

Vamos a aportar algunos datos que ayuden a analizar la situación porque resultan imprescindibles para pedirnos vuestra opinión.

Nuestro sorteo de referencia, el que marca la pauta es el de Navidad. Navidad lleva un **descenso acumulado desde 2008 del -16%**.



AÑO	NAV. VENTAS	% inc.
2.002	2.087	12
2.003	2.261	8
2.004	2.378	5
2.005	2.570	8
2.006	2.713	6
2.007	2.820	4
2.008	2.787	-1
2.009	2.700	-3
2.010	2.694	0
2.011	2.681	0
2.012	2.467	-8
2.013	2.363	-4

Descenso que coincide con el acumulado del conjunto de juegos LAE desde 2008.

AÑO	Total LAE	% inc.
2.008	10.048	0.6
2.009	9.845	-2.0
2.010	9.592	-2.6
2.011	9.723	1.4
2.012	9.253	-4.8
2.013	8.866	-8.8
Total SELAE:		-16%

AÑO	NIÑO VENTAS	% inc.
2.008	778	3.9
2.009	762	-2.1
2.010	710	-6.8
2.011	711	0.1
2.012	700	-1.5
2.013	609	-13.0
2.014	590	-3.1

¿Por qué El Niño desciende un -19% en este periodo 2008 a 2013? Porque es un Juego de oferta más frágil que Navidad. Pero mucho más frágil todavía es la Lotería de jueves y sábado, con un -26% de descenso acumulado durante esta crisis.

AÑO	VENTAS J+S	% inc.
2.008	2.079	-3.0
2.009	1.964	-5.5
2.010	1.919	-2.3
2.011	1.821	-5.1
2.012	1.812	-0.5
2.013	1.615	-10.0

Descenso acumulado de los tres modelos de Lotería Nacional

Periodo	2008 a 2013
Navidad	-16.0
Niño	-19.0
Jueves + Sábado	-26.0

Frente al descenso de gasto disponible para juego, resultado inevitable de la crisis económica, el sorteo que mejor se defiende es sin duda el modelo antiguo, del sorteo de Navidad.

Recordamos una vez más que el sistema antiguo, con un solo reintegro y sin fracción especial es el que mejor resultado está dando desde 1986, en que aparece la modalidad de sobre-emisión, tres reintegros y fracción especial. En treinta años Navidad ha pasado del 25% de cuota en Lotería Nacional al 50%. de cuota, el Niño de 9 a 14% y **Semanal de 65% al 35%**.

Si analizamos ahora el efecto del gravamen del 20% aplicado exclusivamente en el año 2013, nos encontramos con que el que peor responde es El Niño que desciende un -13%. Jueves/Sábado algo más del -10, y el que mejor se defiende Navidad con un -4,18

Posible repercusión del 20% en los tres modelos AÑO 2013

Navidad	-4.18
Niño	-13.00
Jueves + Sábado	-10.00

Es obvio que sobre estos resultados

opera también la variable crisis, con la puntual disminución de gasto/hab. en juego. Pero los datos adelantados por los subsectores privados para 2013, no parecen indicar un descenso superior al -4%. Lo puede superar La Once pero también estaba sometida al gravamen del 20%.

La modificación en el Niño, de la Fracción Especial

Si Navidad 2013, con el efecto 20%, disminuye un -4,1, El Niño 2014, descontado ya el efecto 20% en el 2013, con un crecimiento del PIB en el último trimestre del pasado año de un 0,3, con noticias positivas de inminente recuperación económica, debería haber obtenido un resultado neutro, del 0% o todo lo más del -1%.

Es cierto que El Niño ha competido con la Gossa y con el Sorteo extraordinario



nario de La Once del 1 de enero. Pero El efecto Gossa ha afectado desde septiembre a Navidad, y el extraordinario de La Once en buena parte también.

Luego el efecto de la fracción especial de 40 millones, parece que en el mejor de los casos ha sido inocuo y en el peor perjudicial.

El reclamo de un gran premio a una sola fracción, no ha ayudado a evolucionar los sorteos de jueves y sábado, ahí están los datos, y tampoco ha ayudado a nuestro entender al sorteo de El Niño. En cambio si resulta evidente la dificultad que implica para la emisión



de participaciones o el juego compartido. Características históricas de este sorteo y del de Navidad.

Desde un punto de vista de programa de premios

Eliminadas las extracciones de cinco cifras, tal y como se hizo para implantar la fracción especial de 40 millones, y **sin fracción especial, se pueden ofrecer 24 extracciones de 3 cifras y 4 de 2 cifras.**

Con fracción especial, eliminadas las extracciones de cinco cifras, se ofertaron 13 premios de 3 cifras y tres premios de 2 cifras.

Es decir que al margen de centenas y reintegros, **sin fracción especial, casi multiplicamos por dos el número de pequeños premios...**

Lógicamente detrás de uno u otro

modelo hay una distinta visión de lo que es el juego de Lotería Nacional y las recompensas para sus jugadores. La visión de distribución vertical de premios, basada en un gran premio mayor un "bote" o la visión de reparto horizontal basada en multiplicar las opciones de premios medianos y pequeños.

Y hablamos de "premios", dejamos de lado de momento, a los "reintegros".

En cualquier caso, el tema nos afecta a todos, y desde luego no pretendemos estar en posesión de la verdad. Se puede defender que El Niño 2014 ha bajado menos que Navidad 2013 (olvidando el 20% que soporta por primera



vez Navidad).

Desde aquí proponemos a todos los compañeros, que tras una reflexión sobre el tema, aporten su opinión o su creencia sobre este tema de: **Fracción especial sí o Fracción**

especial no, para el próximo sorteo de El Niño 2015.

Bien entendido que los resultados de esta sencilla encuesta serán facilitados a SELAE, por si refuerzan el criterio establecido para 2014 o por el contrario sugieren la necesidad de cambiarlo para 2015.

Redacción ANAPAL

VIC/CAS
Fundas de plástico

c/ Caserna, 7 · 17600 Figueres (Girona) · Tel. 972 672 441
www.vic-cas.com · info@vic-cas.com

Les ofrecemos varios modelos personalizados de fundas para los boletos de loteria primitiva, bonoloto, euromillones, décimos de navidad, etc.

síguenos en
facebook
Vic-Cas Fundas de Plástico



haga su pedido en el teléfono 972 672 441 o en nuestra web www.vic-cas.com





La evolución de las posiciones del Juego Privado con el avance y profundización de la crisis del sector

Desde nuestra posición de modestos trabajadores del Mercado del Juego, hace tiempo, desde 2008, que avisamos de algunas cosas, entre ellas dos que con el tiempo han cobrado relevancia: la descoordinación entre los operadores del Juego Privado como una de las causas del exceso de oferta entre 1981 y 2008; y la falsa creencia de operadores públicos y privados de trabajar sobre un mercado aparentemente ilimitado, causa de la sobreesaturación de la oferta.

La falta de consciencia de ambas realidades provocó, en alguna que otra ocasión, inversiones fallidas por exceso de oferta. Ejemplos sonados son: la existencia de un Subsector máquinas B con 320.000 unidades en 1981, reducido en la actualidad a solo 230.000; un Subsector Bingos con 900 salas en 1981 reducido a solo algo más de 300 hoy. También la estrategia expansiva de la ONCE, con multiplicación de oferta de juegos desde 2002 y el recurso a redes comerciales paralelas desde 2010, que ha devenido de 2.457 millones de euros en 2001 a 1.913 millones en 2012.

Todos estos movimientos de piezas responden a un juego de "estrategias sobre el juego". Y en el caso del Juego Privado, puede haber tantos operadores en juego como licencias conceda el Estado donde se asientan, quedando pendiente la cuestión de cómo se relacionan/organizan entre sí estos operadores dentro de un mismo subsector



de juego, y si son capaces de presentar una estrategia común (actuar como un solo operador), como resalta el *Libro Blanco del Juego de 2008*.

Causas de sobreesaturación de la oferta

El arranque oficial del Juego Privado en 1977 y su desaforado crecimiento hasta 1981, produjo la ilusoria apariencia de que nuestro Mercado no tenía límites. El alcanzar las 330.000

máquinas B o los 900 bingos en 1981, fue fruto de una apuesta arriesgada basada en esa ilusión. Ilusión en parte

la falsa creencia de operadores públicos y privados de trabajar sobre un mercado aparentemente ilimitado, causa de la sobreesaturación de la oferta

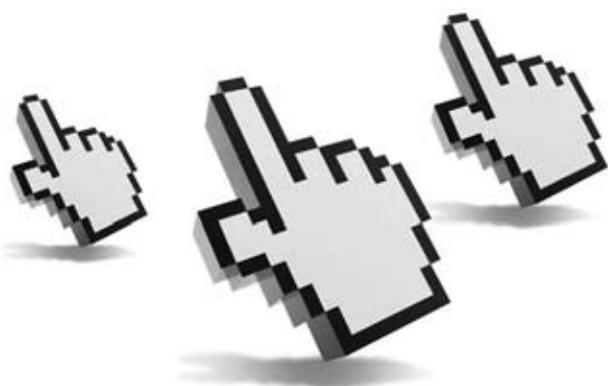
En BBVA y ANAPAL sabemos que te mereces más.

Si eres asociado de Anapal ya puedes disfrutar de gran variedad de productos y servicios en **condiciones especiales**: como una **cuenta de crédito** para tus necesidades, **Líneas ICO** con financiación, una **tarifa plana para tu TPV**, la **Tarjeta Negocios**... Y aún hay más.

Descubre todas las ventajas que BBVA pone a tu disposición.

Búscanos en: www.anapal.com

O captura este código:



Infórmate en cualquier oficina BBVA, identificándote como asociado ANAPAL o en Línea BBVA Negocios 902 22 44 64.

adelante.

SEGURO DE CAUCION VS SEGURO MULTIRRIESGO DIFERENTES PERO COMPLEMENTARIOS

En esta ocasión vamos a tratar de que queden claras las diferencias que existen entre el seguro de caución y el seguro multirriesgo, y lo que implican para la protección del patrimonio del Administrador.

Seguro de Caución:

Se contrata con AXA y mediante el mismo Loterías del Estado se asegura de que los Administradores podrán cumplir con sus obligaciones respondiendo por cualquier suceso -tengamos o no responsabilidad- que imposibilite que el Administrador entregue a aquél el importe de las ventas o los décimos.

Aunque el seguro lo contrate y pague el Administrador, el Beneficiario es Loterías del Estado y no el Administrador.

No supone ningún tipo de protección para el Administrador, ni el hecho de que el Asegurador indemnice a SELAE va a eximir al Administrador de tener que responder frente a éste por la pérdida sufrida.

Este seguro, se podría comparar con un aval bancario, en donde el avalado sería el Administrador, el avalista la Compañía de Seguros y el Beneficiario del aval Loterías del Estado.

Esto significa que, en caso de

sinistro la Compañía de seguros AXA ("el avalista") tendrá que indemnizar a Loterías del Estado ("el beneficiario del aval") y a continuación reclamará al Administrador ("el avalado") el importe de la indemnización satisfecha al Beneficiario.

Veámoslo con un ejemplo:

Una administración sufre un robo en el que le sustraen 300.000 euros en metálico y en décimos de lotería. ¿Qué es lo que ocurriría?:

- En el momento en que Loterías detecte el faltante reclamará a AXA su importe. Esto es, hará efectivo el seguro de caución o siguiendo con la comparación "ejecutará el aval"
- AXA indemnizará los 300.000 euros a Loterías y a continuación se dirigirá al Administrador para exigirle su reintegro.
- Si el Administrador no puede hacer frente al importe reclamado, el Asegurador podrá iniciar un procedimiento de embargo contra los bienes del Administrador, lo que puede suponer la pérdida de la Administración.

Seguro Multirriesgo Administraciones de Lotería

Se contrata con AXA y es el

complemento perfecto del Seguro de Caución, ya que **va a permitir hacer frente a las reclamaciones de la Compañía cuando Loterías del Estado ejecute la póliza de caución, en aquellos casos en los que el siniestro que cause la pérdida esté incluido en las coberturas del Seguro Multirriesgo.**

En el ejemplo anterior, el Administrador tramitaría el siniestro del robo por el Seguro Multirriesgo y recibiría una indemnización de 300.000 euros con la que haría frente a la reclamación del asegurador de la póliza de caución.

Para que el Seguro Multirriesgo nos asegure de forma adecuada y cumpla su función, es muy importante cumplir con las condiciones que se recogen en el mismo y especialmente con las medidas de seguridad frente a robo y atraco.

Igualmente es importante ser conscientes de lo que supone contratar las distintas opciones de capitales asegurados. Si contratamos las opciones del 25% o 50% de la consignación, estos serán los importes máximos que indemnizará AXA por efectivo, décimos de lotería y resguardos, aunque en el robo hayan sustraído una cantidad mayor.

Para contratar estos seguros o ante cualquier incidencia, podéis contactar con:

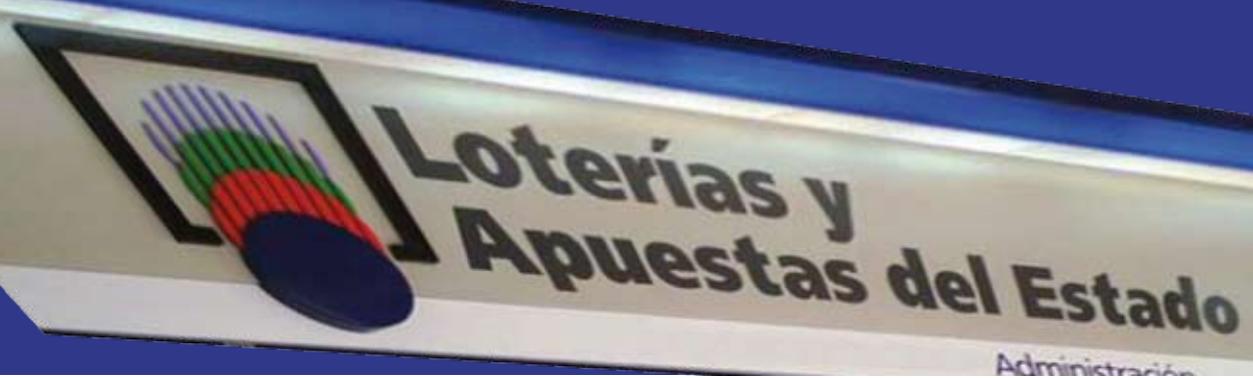
AXA

Teléfono de atención exclusivo: **91 807 00 35**

Email: **plataforma.emisiones@axa.es**

BBVA BROKER

Correduría de Seguros y Reaseguros



La suerte toca.

La seguridad se tiene.

En AXA sabemos que cada negocio tiene sus propias particularidades. Por eso hemos diseñado el **Multirriesgo Administraciones de Lotería**.

Se trata de un seguro que cubre cualquier imprevisto que pueda surgir dentro o fuera de su negocio, con coberturas y garantías **específicas para los establecimientos de Loterías y Apuestas del Estado**.

Pensado específicamente para su negocio.

Con el **Multirriesgo Administraciones de Lotería** dispondrá de coberturas que tienen en cuenta las necesidades concretas de su establecimiento:

Si le roban efectivo o décimos de lotería.

Tanto si dispone de dinero en efectivo o décimos de lotería en caja fuerte como fuera de ella, se lo garantizamos hasta los límites establecidos.

Consignación real del LAE.

Con un límite máximo de indemnización del 100%, 50% ó 25%, para es sorteo especial de Navidad y resto de sorteos.

En caso de sufrir daños por agua.

Cubrimos los trabajos de localización de la avería, reposición de materiales afectados y reparación de la misma.

Si sus aparatos eléctricos resultan dañados.

Quedan cubiertos los daños que puedan sufrir los aparatos eléctricos o instalaciones como consecuencia de un cortocircuito o sobreintensidad.

Pérdida de beneficios.

Si no puede desarrollar su actividad debido a un siniestro, le compensamos por las pérdidas que tenga.

Falsificación de billetes de lotería.

Efectivo y décimos de lotería fuera del local asegurado.

Si ocurre un siniestro o robo en su domicilio particular o en la imprenta, también quedan cubiertos.

Billetes depositados a vendedores autorizados y otros puntos de venta.

Cubrimos el dinero en efectivo y billetes depositados en otros puntos de venta y vendedores autorizados por la administración (hasta los límites establecidos).



**Su establecimiento
necesita
algo más
que suerte**

**Multirriesgo
Administraciones
de Lotería**

Contacte a través de:

Teléfono de atención exclusivo:

91 807 00 35

E-mail: plataforma.emision@axa.es



reinventando / los seguros

www.axa.es



justificada por pasar desde un mercado reconocido de 1.200 millones de euros, antes de premios (Loterías + PAMDB + ONCE) en 1977, a un mercado de 10.707 millones, antes de premios (LAE + ONCE + Casinos + Máquinas B + Bingos), en 1981.

Visto desde fuera sorprende el que "por arte de magia" (por arte de una ley liberadora) se multiplicara por ocho el volumen de mercado en sólo cuatro años. Un incremento del 800%. Pero resulta obvio que esta explosión de demanda oculta no se produce desde la nada, sin bases ciertas. Efectivamente, existían fuentes de donde beber, circuitos legales o ilegales, que canalizaban parte de ese juego oculto. Pero esos circuitos

del Juego", **pone de manifiesto que hay síntomas evidentes de saturación de mercado en todos los subsectores, pero mayormente en los del Juego Privado.**

Detectando también que, prácticamente desde 1981, el gasto en juego en moneda constante se mantiene igual o por debajo de la inflación. (El IPC promedió más del 10% interanual de 1981 a 1985).

Obviamente ningún operador, ni público ni privado, hace caso de este aviso, y se continúa multiplicando la oferta. Ciertamente que el crecimiento del mercado se mantiene los siguientes cuatro años de 1986 a 1990, alcanzando un **24%**. En estos cinco años el PIB promedia un 4,2% de creci-

vamente el exceso de oferta del Juego Privado.

A partir de 2008 y hasta 2013, el PIB acumula una pérdida de cuatro puntos, mientras el volumen del mercado pierde más de un 20%

Desde 1991 a 2008, durante estos 17 años, LAE + ONCE pasan por periodos de incremento y reducción de su cuota de mercado, y desde luego incrementan su oferta de productos/juegos sin receso. LAE ofrece El Gordo, El Quinigol, Euromillones, Lototurf y Quíntuple Plus). ONCE, también muy activa, duplica los precios del cupón y saca El Supercupón, El Combo, y diversos Rascas, destacando El 7/39. LAE crece 7 puntos, del 23% al 30%. La ONCE, que es la que más oferta incrementa, **decrece cuatro puntos**, pasando del 10% al 6% de cuota. La economía española promedia, paralelamente, un crecimiento del PIB del 3% interanual en todo este periodo.

Y llegamos a 2008, después de un periodo de crecimiento económico constante, con las salvedades puntuales de la crisis de 1981 (PIB -0,1) y 1993 (PIB -1). Pero en conjunto, el mercado del Juego ha experimentado ya 28 años de crecimiento económico. En ese año 2008, el mercado se había distribuido en las siguientes cuotas: **39%** de cuota de mercado LAE + ONCE (32 y 7, respectivamente) y **61%** para el Juego Privado.

El cambio de Escenario Económico

A partir de 2008 y hasta 2013, el PIB acumula una pérdida de cuatro puntos, mientras el volumen del mercado pierde más de un 20%. Este descenso repercute de forma desigual



no estaban censados o contabilizados.

Entre 1981 y 1985, los siguientes cuatro años, como no podía ser de otra manera, el Juego se expande ya a un menor ritmo: de 10.700 a 13.200, un aumento del 23%. Y lo hace apoyándose en crecimientos de PIB que promediaban más del 1,5 % interanual. LAE + ONCE pasan de 17% de cuota de mercado a un 27%. Incrementan 10 puntos sin multiplicar la oferta. De forma que en 1985, el estudio sobre el Juego en España, ordenado por el Ministerio del Interior (Comisión Nacional del Juego), titulado "Libro Blanco

miento interanual. Pero dentro de ese crecimiento, LAE + ONCE llegan a un 30% de cuota de mercado, creciendo tres puntos más, cuando en los cuatro años anteriores habían crecido 10 puntos.

Es en esta etapa cuando aparecen nuevos juegos en LAE: La Primitiva y El Bonoloto. Sin embargo, ese crecimiento de oferta no acelera el crecimiento de la demanda en la proporción del periodo anterior. La realidad es que LAE y ONCE capturan ya 13 puntos más de cuota de mercado de los que tenían en 1981 y, de alguna forma, el mercado estaba ya castigando selecti-



sobre las cuotas de mercado. Según los últimos datos publicados, que son de 2012, LAE + ONCE suman un 43% del mercado, antes de premios (36 y 7 respectivamente), mientras el Juego Privado presencial alcanza el 48% y el privado online el 11%. Luego al factor **crisis económica** hay que sumar el factor "Juego On-line". **Sumados ambos factores, el juego privado presencial pasa del 61% en 2008 al 48% en 2012.** Una bajada sustantiva, pues recordemos que en 1981 capturaba el 83% del mercado.

Obviamente todos estos datos deben generar preocupación en los operadores, que empiezan a percibir la dificultad de incidir positivamente en los reguladores, y afectados por la voracidad recaudatoria de la Administración autonómica, que contempla el juego como una fuente inagotable de financiación.

Esta caída impactante en su cuota de mercado, ha provocado, o puesto de manifiesto al menos, la necesidad de la Patronal del Juego Privado Presencial, de intentar aunar esfuerzos para enfrentar la crisis. De hecho, ya en este año 2014, una parte importante de la Patronal, los pesos pesados entre los Operadores Privados se agrupan en **CEJUEGO**, asociación para la defensa de intereses comunes y el análisis conjunto del mercado y su normativa. Medida que nos parece absolutamente lógica. Aunque, ciertamente, algo tardía.

Atreverse a controlar, modular o incluso reducir la oferta.

Cuando la demanda de juego se reduce más de un 20%, como ha ocurrido, parece arriesgado mantener la misma oferta que en época de crecimiento, y parece absurdo incrementar más todavía la oferta.

Precisamente en 2008 hablamos de "mercado limitado" en el "Libro blanco de la Industria y el mercado del Juego" (Pág. 142). La capa-

cidad de demanda del mercado viene correlacionada con el PIB y, más concretamente, con la capacidad de gasto disponible para temas superfluos. Esa capacidad de gasto ha caído en picado, lo que da pie a la que llamamos "hipótesis del crecimiento limitado". A saber:

La oferta debe modularse conforme a la situación económica y a la renta disponible del ciudadano/jugador.

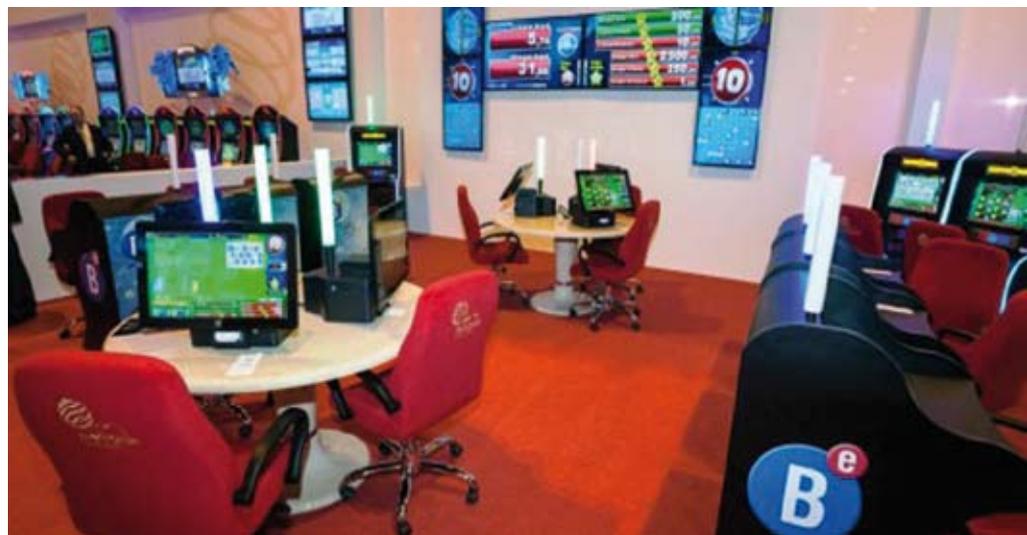
Sin embargo, ni el Juego Privado ni el Público han acomodado su oferta a la actual situación económica. Se ha sobrecargado el mercado con exceso de oferta. Y ahora toca dar marcha atrás, reducir y seleccionar la mejor oferta. En cualquier caso, es diferente la situación de unos y otros: LAE en 2008 (antes de la crisis) tenía una cuota de mercado del 30%, antes de premios, y en 2012 alcanzó el 36%, a pesar de haber bajado ventas (un -

(MINHAP)", hemos visto aparecer por fin ideas que venimos proponiendo desde 2008, que reflejan la teoría del "mercado limitado". El escrito que comentamos, dirigido a la DGOJ y a los medios, en relación con unos borradores de **normativas sobre má-**

La oferta debe modularse conforme a la situación económica y a la renta disponible del ciudadano/jugador.

quinas B (slots) online, por una parte, y por otra a la modalidad de apuestas cruzadas, destaca lo siguiente:

"De prosperar el proyecto de la DGOJ, el nuevo juego online, que ofrecería premios muy superiores



15%), pero en menor proporción que el resto de subsectores.

Hace pocos días, el 17 de febrero, en un escrito, de la patronal del Juego Privado CEJUEGO, denominado "INFORME sobre el PROYECTO DE ORDEN POR LA QUE SE APRUEBA LA REGLAMENTACIÓN BÁSICA DEL JUEGO DE LAS MÁQUINAS DE AZAR ELABORADO POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

a los presenciales, lo canibalizaría inexorablemente, causando enormes perjuicios a la industria nacional de fabricación de máquinas, a los establecimientos de juego regulados y, especialmente, a los bares y cafeterías, que están sufriendo desde hace años una crisis imparable, con cierre de numerosos establecimientos. No olvidemos que el rendimiento medio que una



máquina genera para el bar es el equivalente de un salario mínimo interpersonal. Es un contrasentido que la DGOJ proponga una regulación que no contribuye a armonizar los canales presencial y online, como prevé el artículo 35 de la Ley que regula este último, sino que hace todavía mayor su divergencia”.

Y aquí subyacen tres hipótesis que estamos defendiendo desde 2008:

- 1: Que el mercado sobre el que opera el Juego Presencial y el Juego Online es el mismo. (Cerca de un 70% de solapamiento, jugadores online que son a la vez jugadores presenciales).
- 2: Que, con contracción de demanda, la aparición de nuevas ofertas de juegos similares a otros ya existente, provoca la canibalización entre ellos. Se produce el reparto de una demanda fija, que no se incrementa por el aumento de oferta.
- 3: Que una Máquina B produce al titular del bar unos 600 €/mes, y que con dos puede pagar el salario de un empleado (cosa que no ocurre con Un terminal de SELAE promedio en el mismo bar promedio).

Y en cuanto a la “canibalización entre juegos hermanos”, lo hemos expuesto en distintos documentos (tam-

bién en el libro antes citado), pero recordemos una vez más que, en el caso de LAE, la canibalización de La Primitiva (1985) sobre la oferta anterior de La Quiniela. O la de El Gordo cuando se le aporta el bote impostado (fondo mínimo garantizado), sobre La Primitiva. O El Euromillones cuando se duplican las jornadas y se incrementan dificultad y botes, repercutiendo, sustrayendo cuota del resto de juegos activos. O la última producida por el nuevo formato de La Primitiva, con incremento de la dificultad extraordinario, con el consiguiente incremento de bote + Jóker, que se detrae también del resto de juegos activos durante el año 2013...

La constante caída de la renta disponible de los ciudadanos hace que cualquier nueva modalidad de juego introducida se nutra de recursos que hasta ese momento se dedicaban a otros juegos. Un caso muy claro en España son los bingos, en los que la introducción de nuevas variedades de juego más atractivas - Bingo Plus en Cataluña, Bingo Electrónico en varias comunidades – se ha traducido en un descenso de los restantes juegos desarrollados en las salas, y en particular de las máquinas recreativas.

Aquí se asume claramente la corre-

lación entre renta disponible inmóvil o a la baja, y la aparición de nuevas ofertas de juego para el mismo mercado, que no producen incremento de demanda, sino reparto de la ya existente.

4: *Quienes afirman que el canal online y el canal presencial son radicalmente distintos y no existen trasvases entre ellos lo hacen en*

el juego presencial y no presencial se diferencian sólo en el modo de participar y en su repercusión social y fiscal

el interés de favorecer el canal online, sin aportar ninguna evidencia de que su afirmación sea correcta. El gasto neto de los jugadores y apostantes en el canal online lleva varios meses estancado en unos 22 millones mensuales. Por todo lo expuesto, no es razonable prever que la introducción de las slots online lo incremente, salvo si es trasvasando juego presencial al online.

Se puede comprobar, pues, que reafirman lo que ya hemos reiterado también en distintos documentos: el juego presencial y no presencial se diferencian sólo en el modo de participar y en su repercusión social y fiscal. Actúan sobre el mismo mercado, pero con la diferencia de que el presencial genera empleo y aporta una alta fiscalidad y, el virtual u online no genera empleo y aporta escasa fiscalidad. De ahí lo sorprendente de que Hacienda (DGOJ), legisle a favor del Juego Online. Recordemos la Ley 16/2012 en la que se nos castiga con el 20%, y al juego privado online se le permite, en cambio, desgravar pérdidas (IRPF).



Gran patronal de Juego Privado



**NUEVO MODELO
NAVIDAD!!**
Tenemos nuevo
formato de papel
con motivos navideños

PARTICIPACIONES

Códigos QR, nuevo servicio
gratuito para Smartphone

[TYKHĚ
PAPEL]



✓ Todos son ventajas!!!

- Servicio gratuito.
- Novedad ante los clientes.
- El cliente podrá comprobar si tiene algún premio.
- La página donde se muestra la información contiene publicidad de la administración que emite las participaciones.
- Si se consulta antes del sorteo, se muestra la publicidad de la administración emisora.
- Publicidad GRATIS de su página Web*

(*) Su página web de BUSCARLOTERÍA o Web Premium.

Códigos de barras en participaciones

- ✓ Pague las participaciones premiadas a sus clientes.
- Permite llevar control del cuadro de caja de Tykhegestion y saber cual han sido pagadas.
- Impide el pago duplicado de una misma participación.
- Mayor seguridad ante intentos de falsificación.





Conclusiones:

1.- En SELAE, desde 2008, se han perdido 1.498 millones de euros aproximadamente, lo que representa un descenso del 15%.

para los Administradores de Loterías, los únicos que vivimos exclusivamente de la venta de los juegos, esto representa una reducción directa del 15% de nuestros ingresos. Más la pérdida por modificación en el año 2010 de la comisión de pagos, más la pérdida derivada de la venta de lotería por ter-

mún frente a la crisis.

3.- En cuanto a la "oferta con contracción de demanda":

Podemos intentar mantener o incrementar nuestro mercado, pero a base de mejorar la calidad (para el jugador) de cada uno de nuestros juegos. No vamos a incrementar la demanda a base de incrementar nuestra oferta multiplicando juegos porque, como hemos visto, unos se canibalizan a otros. Y en el camino podemos provocar la reacción de hastío o hartura de nuestros clientes. Los todavía fieles.

El Juego Privado presencial ya empieza a plantear nuevos comportamiento o estrategias frente a la crisis de nuestro mercado. ¿Cuándo conseguiremos que SELAE se replantee los juegos, de acuerdo a los condicionantes del mercado?



Aunque algunas de las palabras aquí expuestas puedan congratular a la Dirección de SELAE, (aquellos de que somos el operador/subsector que mejor ha resistido la crisis), habrá que matizar el posible entusiasmo generado, con la frialdad de los números:

- ventas de 2008: 10.048 millones de euros
- ventas de 2013: 8.550 millones de euros

Luego, con la crisis, aunque hayamos fidelizado a nuestros clientes, mejor que el resto de Subsectores del juego, hemos salido perdiendo.

Para la actual Presidencia/Dirección de SELAE, es un dato más puesto en un papel. Los sueldos de la cúpula directiva pueden haberse mantenido como en 2008 o incluso pueden haberse incrementado, (con el paso de Ente Público Empresarial a Sociedad Anónima Estatal). Que sepamos hasta ahora estos sueldos no iban ligados a incremento o decremento de ventas. Pero para la Red Comercial especializada,

minal, desde julio de 2010, por parte de 6500 mixtos. Más la pérdida por el incremento de Red (concurso 2010/11) de 4050 a 4123 Administraciones de Loterías etc.

2.- En cuanto a estrategias de Operador frente a la crisis:

Igual que los Operadores del Juego Privado intentan coordinarse finalmente en un frente común para enfrentar los efectos de la crisis, **los elementos que componen SELAE, Dirección /personal del Operador/red Comercial, deberían intentar coordinarse, comunicarse, comprometerse en una estrategia en co-**



Dicho de otra manera: ¿cuándo nos plantearemos incremento de calidad en los juegos en vez de incremento en la cantidad de juegos?

Pedro Lamata
Director de Estudios de
ANOPOL



La Quiniela busca un cambio

Entrevista con
Juan Antonio López,
*Subdirector de
Juegos de SELAE,* y
coordinador de las
tareas de reactivación
de la apuesta, y
espectador cualificado
de los debates que se
están produciendo y
del trabajo de análisis
para dar con la nueva
fórmula



“La Quiniela no sólo es que esté viva, sino que a pesar de las dificultades sigue siendo la apuesta deportiva por excelencia”

■ *B. A.: Juan Antonio, a ANAPAL le consta que lleváis estudiando el tema de cómo revitalizar de la tradicional apuesta deportiva desde hace un año, que se han realizado múltiples reuniones para recoger los puntos de vista de todos los implicados, puntos de venta, peñistas, LFP, técnicos de la casa..., esfuerzos todos para analizar los problemas y dar con una fórmula que logre de-*

tener la caída en picado de La Quiniela. ¿Habéis encontrado ya una solución a gusto de la mayoría? ¿Estáis seguros de que su aplicación supondrá una reactivación de la apuesta para la próxima temporada?

Con respecto a la Quiniela, SELAE está impulsando un proceso de análisis del juego para poder conocer a fondo las nuevas necesidades que se pueden plan-

Posibles modificaciones de La Quiniela

- *El “15” será pronosticable a goles, de forma similar a la actual Quinigol: 0,1,2 o M serán las opciones para cada equipo.*
- *El partido del “15” será el partido estrella de cada semana, y se estudia la inclusión siempre del R. Madrid o Barcelona en esa casilla, como forma de facilitar la propaganda del cambio y dificultar el pronóstico del “14”, al quitar uno de los partidos más fijos en la combinatoria del “14”.*
- *Se estudia o bien la colocación del Bote a partir de un nivel mínimo suficiente (por ejemplo 3/4 millones), o su aplicación de forma corrida para que el quinielista conozca siempre la fecha de su aplicación.*
- *Se modificará los porcentajes de reparto entre las diferentes categorías actuales, que se mantienen, subiendo la categoría de “14”, eje del juego y reajustando a la baja las restantes.*
- *La puesta en práctica de este cambio duplicaría aproximadamente el número de Botes actual e incrementaría sustantivamente su nivel, tratando de volver a convertir La Quiniela en un juego “millonario”*



tear. El objetivo es dinamizar la Quiniela como apuesta deportiva para invertir la tendencia de descenso en las ventas en los últimos años, y posicionarla como un juego con premios millonarios, fortaleza frente a la competencia de otras apuestas deportivas.

Para ello estamos actualmente analizando cambios en el juego. En este proceso como sabéis estamos trabajando con los puntos de venta y con la Liga de Fútbol Profesional para ver las posibles modificaciones que necesita para posicionarse con más fuerza en el mercado. También estamos recogiendo la opinión de los quinielistas, tanto de aquellos que juegan como de aquellos que han dejado de jugar para que desde su experiencia de aficionados aporten su visión del juego.

- **B. A.:** Desde 2008 La Quiniela está cayendo en ventas, situación que se ha agudizado especialmente las tres últimas temporadas. ¿Podéis cifrar este descenso para que los lectores del Boletín sean conscientes de la importancia de hacer cambios de calado? ¿Cuáles son las causas básicas de este importante descenso? ¿Hay alguna más importante que las otras?

“Los cambios no deberían ser drásticos porque afectarían a la esencia de La Quiniela”

La caída de ventas en los últimos años ha sido significativa y por ello SELAE está analizando el juego para paliar este descenso. Las causas básicas, que todos conocemos, son el entorno económico de descenso de consumo, la dispersión horaria, la menor dificultad de acertar debido a la supremacía de algunos equipos, lo que hace que los premios sean más pequeños, y la competencia de las apuestas deportivas cotizadas que ofrecen otros operadores privados.

- **B. A.:** Vistas las causas, demos un re-



paso a las posibles soluciones. Tengo entendido que los dos objetivos fundamentales de los cambios son incrementar la dificultad de La Quiniela y aumentar la cuantía de los premios. ¿Cómo se piensa hacer? ¿En qué consisten los cambios aún en estudio?

El objetivo es hacer La Quiniela más atractiva, consiguiendo que los premios sean más elevados y se produzca un mayor número de botes. Para ello se están planteando diferentes cambios en el boleto, especialmente en el Pleno al 15, que aumenten su atractivo y su dificultad. SELAE está actualmente testando posibles alternativas para ofrecer aquella que ofrezca mejores posibilidades. Además, también se trata de aumentar la diversión o habilidad, incluyendo por ejemplo partidos internacionales.

- **B. A.:** ¿Habéis valorado opciones que no consistan en la modificación del “15”, por ejemplo, pronosticar sobre 15 o 16 partidos que entren en la combinatoria, ampliar o reducir las categorías u cualquier otra cosa factible?

Se han valorado y se están valorando diferentes opciones analizando pros y contras de cada uno de ellos. En todo caso, podemos afirmar que los cambios no deberían ser drásticos porque afectarían a la esencia de la Quiniela.

- **B. A.:** ¿Crees que es fundamen-

tal que la LFP esté participando en este proceso de cambio/mejora por primera vez? ¿Cuál crees que debe ser su papel en el futuro? ¿Puede ayudar a consolidar la apuesta?

“El objetivo es hacer La Quiniela más atractiva, consiguiendo que los premios sean más elevados y se produzcan un mayor número de Botes”

Consideramos fundamental que participe la LFP en este proceso. Con ellos mantenemos una relación fluida de colaboración y de comunicación, tratando de aunar esfuerzos comunes con el mismo interés: dinamizar La Quiniela. También estamos impulsando promociones continuas como el SuperBote, en los que aportan su difusión en los estadios de fútbol mediante la megafonía, videomarcadores, octavillas, etc, así como su App o las webs de los diferentes clubs.

- **B. A.:** Algunos puntos de venta y algunos peñistas de toda la vida repiten que La Quiniela es un juego diferente, con personali-



dad propia, que no debe tratarse como los restantes juegos de bote, los del 6/49, y que el bote no es un elemento sustantivo, que la esencia está en el premio al "14", y que por tanto no se trata de aumentar los botes, sino de recuperar los hábitos históricos del jugador, violados sistemáticamente los últimos años: horarios, cierre el lunes del escrutinio, incremento irracional del número de jornadas, etc. ¿Cuál es tu opinión al respecto?

Efectivamente parte de la esencia del juego está en el premio de "14" y por eso también se está planteando reforzar el premio a la primera categoría. Estamos de acuerdo en que La Quiniela es un juego diferente y que debe tratarse de forma distinta a otros juegos de lotería o de tipo loto. No obstante, como hemos podido comprobar con el reciente

bote de seis millones, los botes bien gestionados suponen un importante impulso de ventas. En concreto, con el bote antes mencionado, incrementamos la recaudación en un 40%, y esto también debe ser tenido en cuenta. Sobre la dispersión horaria, aunque no es un asunto de fácil solución estamos, en colaboración con la LFP, intentando minimizar los inconvenientes que supone.

"La Quiniela es un juego diferente que debe tratarse a otros juegos de Lotería o de tipo loto"

■ B. A.: ¿Qué cosas crees que deben a tu criterio hacerse para estimular el juego, nuestra apuesta, y no está claro que se vayan a hacer a corto? Por ejemplo, ¿Debería mejorarse las opciones de juego online, de la participación a través de soporte magnético, de los boletos electrónicos,...

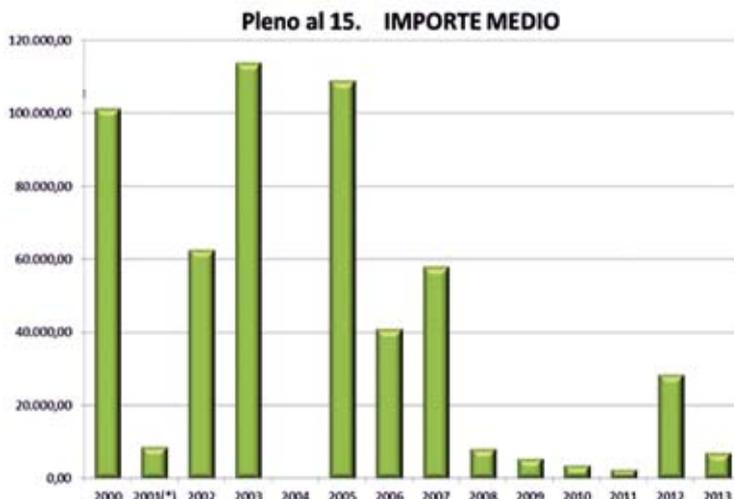
obviar. En este sentido los hábitos de los jugadores no son diferentes y podemos ver su importancia a través del juego online en otro tipo de apuestas deportivas. Debemos aprovechar las ventajas que ofrece el mundo digital no solo en la comercialización de los juegos sino también en su promoción. Para ello también estamos estudiando diferentes alternativas para extender estas ventajas a los puntos de venta.

■ B. A.: Finalmente, ¿hay previstos cambios en la publicidad de la apuesta, de su contenido o en forma de aproximar el juego a la gente joven, un vivero últimamente olvidado, para la próxima campaña? ¿Cómo podemos ganar espacios de nuevo en los medios?

Desde SELAE estamos planteando la dinamización de la Quiniela de forma global como un proyecto 360°, analizando todos los factores necesarios para este nuevo impulso. La Quiniela tiene unos valores que para SELAE son importantes, y de nuestros juegos, es aquel que cuenta entre sus aficionados con más gente joven. Por lo tanto, las acciones publicitarias deben seguir teniendo en cuenta esos aspectos y utilizar también canales de comunicación dirigidos a gente más joven como Internet o las redes sociales.

■ B. A.: Juan Antonio, ¿ganaremos el partido, la batalla contra los errores cometidos, aunque nos cueste más de una temporada? ¿Está viva todavía La Quiniela o está herida de muerte?

La Quiniela no solo es que esté viva sino que a pesar de las dificultades, sigue siendo la apuesta deportiva por excelencia. No debemos olvidar que hace años pasó por una situación similar y entre todos fuimos capaces de recuperarla, algo que con toda seguridad volverá a suceder en estos momentos.



El entorno online es una realidad social y económica que no se puede

*Jorge Martín
Director del Boletín*

Estrenamos nueva web_

Le invitamos a visitar nuestra nueva web completamente reformada y adaptada a los tiempos que corren.

Dispondrá de una tienda online donde podrá adquirir nuestros productos de una forma rápida, cómoda y segura.



siempre avanzando y siempre creciendo...

En Grupo-JCM apostamos por el futuro y por eso, siempre estamos al frente de las tecnologías. Con el paso de la creación de esta nueva web de última generación, aportamos más robustez a un proyecto de empresa que trabaja para aportar soluciones y confianza a sus clientes.
En grupo JCM siempre avanzando y siempre creciendo.

www.grupo-jcm.com

Qué encontrará en la nueva web?

- Nuevo catálogo de productos
- Tienda online
- Descripción de productos
- Nuevos modelos de mostradores
- Imágenes de instalaciones
- Servicios de rotulación
- Web más rápida y actualizada
- Moderna y funcional
- Ofertas y novedades
- Para todos los dispositivos



ICM

Imagen de loterías y apuestas del estado



INNOVACIÓN EN PANELADOS

Productos y accesorios para administraciones de lotería



CORPORAJET

Servicios de rotulación



Pol. Ind. Bullilla, C/ Desviradores, 16
03400 Villena (Alicante) · Spain



Tel. 96 580 71 16 · Fax 96 580 82 11



info@grupo-jcm.com



Contrato Mercantil El acuerdo del Consejo de Administración de SELAE de mayo de 2012. Mejoras evidentes del contrato

Conviene recordarlo, pues por desgracia muchos Administradores de Loterías lo desconocen, o lo conocen insuficientemente. Dicho acuerdo contempla una serie de aclaraciones o mejoras del contrato mercantil original. El mismo fue producto de varias reuniones de trabajo en las que ANAPAL, defendiendo los intereses del colectivo, negoció con SELAE diversos aspectos del contrato.

Tanto el contrato, igual para todos (los Administradores de Loterías), como el acuerdo del Consejo de Administración de SELAE, son los documentos esenciales que configuran la relación jurídica entre el Administrador de Loterías y SELAE, siendo así que hay que acudir a ellos para dar respuesta a las dudas respecto a la mayoría de cuestiones que abarcan esa relación jurídica. Ambos documentos fijan los términos y condiciones bajo los que se desarrolla la actividad, y la relación, incluidos derechos y obligaciones, entre las partes. El acuerdo, al igual que el propio contrato, lo podéis encontrar en la página web de ANAPAL, en el área de la Asesoría Jurídica.

Se llevaron a cabo en el acuerdo varias aclaraciones o mejoras del contrato mercantil, de las que destaco las siguientes:

1. La denominación. En el contrato se hacía referencia únicamente a los "Gestores de Punto de Venta Integrales". En el acuerdo se acepta, con contenido fundamentalmente comercial, la denominación de "Administrador de Loterías".

2. El Ratio – número de de Administraciones de Loterías por habitantes a nivel nacional - así como las distancias entre puntos de ventas. En el acuerdo se fijó –siendo esta la primera vez que se hacía - el ratio de una Administración de Loterías por cada 9.000 habitantes, y respecto a las distancias se estableció la de 250 metros frente a los 100 establecidos en el contrato, dejando al margen las grandes superficies y otros lugares de elevada concurrencia. En ambos casos la fijación es orientativa y no definitiva. El carácter orientativo y no definitivo obliga a SELAE a fundamentar y motivar suficientemente tanto los traslados como la creación de nuevos punto de venta.

3. La venta en exclusiva de Lotería Nacional en su forma de billetes tradicionales. Esto ya constaba en el contrato pero el acuerdo lo reafirma, manifestando también que esa venta podrá llevarse a cabo a través de terceros bajo su responsabilidad, de acuerdo a los usos y costumbres tradicionalmente admitidos.

4. Venta por Internet. Se incide en que la validación de los juegos se llevará a cabo con la tecnología de SELAE, pero en el acuerdo se dice textualmente (esto no estaba en el contrato): *"independientemente del medio por el que el punto de venta reciba las jugadas"*, y también (tampoco estaba en el contrato) que *"INTERNET es un medio más de comunicación y relación con los clientes"*. Lo que significa, en ambos casos, que los Administradores de Lo-

terías pueden disponer de páginas web propias en los que ofertar los juegos del estado que comercializan, al objeto de recibir por esta vía "pedidos" de juegos.

5. Silencio positivo ante solicitudes de transmisión del negocio inter vivos o mortis causa. Que se entenderán concedidas en los casos en que SELAE no haya comunicado de forma motivada la denegación transcurridos dos meses desde la solicitud, aumentándose en uno más en época estival. Cuestión esta que no contemplaba el contrato.

6. Comisiones. El acuerdo fija también la consideración de las comisiones que se perciben por la venta de juegos y el pago de premios como mínimas, es decir **no se pueden bajar**. La importancia de este punto radica en el comportamiento tradicional de SELAE, que a la hora de hablar de este punto siempre manifestaba, utilizándolo a modo de presión, la posibilidad de bajarlas. Además en el punto decimotercero del acuerdo se dice: *"Transcurrido el periodo de dos años desde la publicación del presente Acuerdo, siempre y cuando la situación económica de España y de la Sociedad Estatal así lo permita, se procederá al estudio de una revisión de las comisiones que perciben los titulares de los puntos de venta de la Red Comercial"*.

Miguel Hedilla de Rojas
Abogado

Asesoría Jurídica de ANAPAL
asesoriajuridica@anapal.com



IRPF e Incremento Patrimonial al pasar a sociedad la Administración Análisis de su casuística

Este asunto está siendo motivo de muchas consultas en la Asesoría Jurídica de ANAPAL, y por ello vuelvo a incidir en el mismo tratando de ampliar la información, teniendo en cuenta que, al encontrarnos en una situación novedosa surgirán, porque existen, nuevos casos ampliando la casuística.

Son posibles varios casos:

1. Transmisión del negocio a una persona o sociedad sin relación con el Administrador de Loterías, cediéndole el contrato mercantil a cambio de una contraprestación económica (compra venta del negocio).
2. El Administrador de Loterías firmó el contrato mercantil como persona física (no SLU) y después crea una SLU (Sociedad Limitada Unipersonal), cambiando la titularidad de la Administración de Loterías a la SLU.
3. Transmisión gratuita del negocio al cónyuge y a los hijos que, posteriormente y para gestionar la Administración de Loterías crean una sociedad limitada, estando motivada la transmisión en la jubilación del titular.
4. Igual que el anterior, *pero sin producirse la jubilación del titular y formando este parte de la sociedad junto a sus familiares.*
5. Igual que el anterior, pero sin producirse la jubilación del titular y formando este parte de la sociedad junto a sus familiares *y (además) terceros no familiares, por lo que*

percibe un pago o beneficio económico.

El primer caso es el que menos dudas genera, está claro, pues evidentemente sí que se produce un incremento o ganancia patrimonial, dado que al transmitir el negocio a un tercero no familiar a cambio de una cantidad, se produce un enriquecimiento por parte del transmitente o vendedor, ya que consiguió la Administración de Loterías por medio de una concesión (valor cero) y lo vende pasados unos años por un precio determinado. Y esa es la ganancia, por la que en la declaración de la renta del ejercicio (que se presenta el año siguiente) deberá pagar en IRPF, por el concepto de ganancia o incremento patrimonial, un porcentaje de la base imponible, en concreto el 21 % de los primeros 6.000 €, más el 25 % para los siguientes 18.000 €, y por último más el 27 % para el resto de la base imponible, que es la diferencia entre el valor de adquisición, que es cero en este caso, y el valor de la venta. Si hubiera inmovilizado material en el negocio este generaría una segunda ganancia patrimonial por la diferencia del valor contable y la parte del valor de venta que le correspondería. Estos tipos impositivos están incrementados temporalmente y vigentes hasta la renta del 2014 que se presentará en el 2015. Obviamente, en caso de una segunda transmisión, el valor de compra será el abonado por la adquisición.

Vayamos ahora **al segundo caso**, es decir, cuando un Administrador de Loterías firmó el contrato mercantil como

persona física (no SLU) y después crea una SLU, una Sociedad Limitada Unipersonal, cambiando la titularidad de la Administración de Loterías a la SLU. **Muy importante, y lo repito, no se trata de que firmó el contrato mercantil como SLU, sino que lo firmó como persona física, y después, una vez firmado, crea una SLU y trasmite la titularidad del negocio a nombre de la SLU.** Es decir, cuando lo hace está ya en régimen mercantil.

En este caso, al crear la sociedad unipersonal tiene que acogerse (o optar) al régimen fiscal especial del capítulo VIII del título VII del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, que regula el régimen especial de las fusiones, escisiones, aportaciones de activos, canje de valores y cambio de domicilio social de una Sociedad Europea o una Sociedad Cooperativa Europea de un Estado miembro a otro de la Unión Europea, constando expresamente esta circunstancia (la opción) en el acuerdo de constitución y en la correspondiente escritura pública. Para poder aplicar este régimen, los contribuyentes del IRPF tienen que llevar su contabilidad de acuerdo al código de comercio. Cumpliendo estos dos requisitos (optar expresamente y llevar la contabilidad de acuerdo al código de comercio) el Administrador de Loterías, que en realidad lo que hace es aportar la totalidad de su negocio a la SLU (aportación de una rama de actividad), se producirá un diferimiento de la tributación, entendiéndose que

se obtendría toda la ganancia patrimonial en el momento en que, poste-



riormente, transmitiera sus participaciones sociales.

El tercer caso, es decir cuando, con ocasión de la jubilación o invalidez del titular, se transmite gratuitamente el negocio al cónyuge y/o a los hijos, y ellos, para gestionar la Administración de Loterías, crean posteriormente una sociedad limitada.

En este caso lo que se está produciendo en primer lugar es una **donación de la totalidad del negocio a los familiares**, por lo que habrá que pagar el correspondiente Impuesto de Donaciones, pero con la circunstancia de que, al tratarse de la transmisión gratuita de la empresa familiar, se aplicará una reducción en la base imponible del 95 %, siempre y cuando el donante tenga sesenta y cinco años o más (o tuviese una incapacidad permanente en grado de absoluta o gran invalidez) y deje además de cobrar salario alguno del negocio. Será así mismo obligación del donatario el mantener lo donado durante los 10 años siguientes a la fecha de donación, no pudiendo tampoco

realizar actos de disposición que disminuyan el valor de lo donado.

Y, en segundo lugar, referido a si hay o no ganancia patrimonial y por lo tanto obligación o no de tributar por la misma en el IRPF (el donante o transmitente), **no existe tal ganancia patrimonial si se cumplen los requisitos** ya dichos para la reducción de la base imponible en el Impuesto de donaciones.

En el **cuarto caso**, me estoy refiriendo a cuando se transmite gratuitamente el negocio al cónyuge y/o a los hijos constituyendo una sociedad limitada para gestionar la Administración de Loterías, de la que, a diferencia del caso anterior, el titular formará parte, es decir, tendrá participaciones sociales y no se jubila, **el titular de la Administración de Loterías hace una aportación de una rama de actividad y, a cambio, sólo recibe una parte de las participaciones de la empresa**. El cónyuge y los hijos no aportan nada, y reciben las otras partes. En primer lugar estaríamos ante una donación de la parte que no se queda el titular y que

cede a su esposa/marido y/o hijos. **En este caso**, dado que el titular continúa la actividad, **no habría una reducción de la base imponible del impuesto de donaciones**, y habría que pasar por caja a todos los efectos.

En segundo lugar, de cara a la tributación en IRPF por la ganancia patrimonial, **no se produce tal ganancia en el momento de la aportación y nada habría que pagar**, siempre que llevase la contabilidad conforme al código de comercio y se acoja, haciendo constancia de ello en el acta o acuerdo de constitución de la sociedad y en la escritura de constitución, al régimen fiscal especial del capítulo VIII del título VII del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades. Si se cumplen estos requisitos, el Administrador, que en realidad lo que hace es aportar la totalidad de su negocio a la Sociedad Limitada, no tendrá ganancia patrimonial en ese momento concreto, produciéndose esta en caso de venta futura de las participaciones sociales.

En este caso puede haber una varian-

¡¡Solo para asociados!!

INFORMES PARA AYUDAR A ELEGIR ENTRE SOCIEDAD Ó PERSONA FÍSICA Y SOBRE LA FISCALIDAD DE SOCIEDADES.

Informamos que en el apartado de asociados de la Web: http://www.anapal.org/ANAPAL/Asociados/identificarse_asociados.aspx, se encuentran dos informes, relativos, uno a la **fiscalidad de las sociedades**, y otro a si es mejor seguir como **empresario persona física (autónomo)** o **empresario persona jurídica (sociedad)**. Son informes orientativos, elaborados para tratar de ayudar a tomar la decisión correcta, pero respecto de los que hay que hacer la salvedad de que son de ámbito general, y cada Administración de Loterías tiene sus peculiaridades. En ambos casos nuestra Asesoría Jurídica ha contado con la ayuda de un gabinete de economistas, expertos en derecho tributario y fiscal.





te, consistente en que la sociedad que crean es anterior a la aportación por el Administrador del negocio a la misma, haciéndolo por lo tanto (la aportación del negocio) después de constituida esta. **Aquí no habría ni donación ni ganancia patrimonial.**

No habría donación porque lo que hay es una ampliación de capital de la sociedad. Es decir la sociedad pongamos que tiene un capital de 3.000 €, y el negocio que se aporta vale X, con lo que al momento de ampliar el capital de la sociedad esta tendrá un capital de 3.000 + X, de los que 1.500 + X serán del Administrador de loterías y los otros 1.500 de sus familiares, a los que en realidad no se les dona nada. Y no habrá Incremento Patrimonial siempre que con anterioridad llevase la contabi-

lidad de su negocio conforme al código de comercio y se acoja, haciendo constancia de ello en la escritura pública hecha al momento de la aportación y ampliación de capital, al régimen fiscal especial del capítulo VIII del título VII del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades

Por último, en el quinto caso, que es en el que por un lado se trasmite íntegramente el negocio a una sociedad creada al efecto, pero una parte se hace gratuitamente a sus familiares (cónyuge o/y hijos), y otra mediando pago se vende a terceros, continuando en todo caso el transmitente en la sociedad como participe y sin jubilarse, es exactamente igual que el cuarto caso respecto a la parte que se trasmite gratuitamente a sus familia-

res; y respecto a la parte que se vende a terceros, el tratamiento fiscal es idéntico al primer caso. Es decir, respecto a los familiares, primero "donación", y no hay ganancia patrimonial en IRPF; y respecto a los terceros, no hay "donación" alguna, puesto que se trata de una compraventa pura y dura (de esa parte), y sí que habrá ganancia patrimonial por la que el transmitente tendrá que tributar en renta en los términos ya indicados en el caso primero.

Miguel Hedilla de Rojas
Abogado

Asesoría Jurídica de ANAPAL
asesoriajuridica@anapal.com



Servicio de
Atención Jurídica
Telefónica gratuita para asociados
Nuevo Telf.: 914 321 339

NOTA ACLARATORIA: este boletín se manda de forma gratuita a toda la Red Básica; recibirlo no quiere decir que se pertenezca a ANAPAL. Es muy habitual que se llame a la sede de ANAPAL o a su Asesoría Jurídica para comentar, preguntar, consultar... Este es un servicio que se presta solamente a los asociados. Si estás interesado en asociarte, puedes rellenar la ficha que incluimos y mandarla a la sede,

Fax: 91 327 00 21,

e-mail: gestion@anapal.com.



Reducción de las cotizaciones a la Seguridad Social

Real Decreto Ley 3/2014 de 28 Febrero
BOE nº 52 de 1 de marzo de 2104

Hago mención a este Real Decreto Ley por el tremendo impacto que ha tenido en los medios de comunicación. La medida que contempla ya la adelantó el Presidente del Gobierno en el pasado debate parlamentario del Estado de la Nación de 2014. Se trata de una reducción de las cotizaciones empresariales por contingencias comunes a la Seguridad Social por contratación indefinida.

Resumidamente el Real Decreto Ley dispone lo siguiente:

1. Tiene **efectos** desde el 25 de febrero de 2014, y es solo para contratos de trabajo indefinidos, ya sean a tiempo completo o a tiempo parcial, **formalizados por escrito entre el 25 de febrero y el 31 de diciembre de 2014**.
2. La **cuantía** de la cotización consiste en una tarifa plana de 100,00 € mensuales en los contratos a tiempo completo, y de 75,00 € y 50,00 € para los contratos a tiempo parcial, ya sean estos respetivamente con un jornada mínima del 75 % y del 50 %.



3. La **duración** de la reducción es de 24 meses, a contar desde la fecha de la contratación. En empresas de menos de 10 trabajadores se podrá ampliar la reducción 12 meses más, pero de forma diferente, consistiendo ésta en que se reducirá al 50 % la aportación empresarial por contingencias comunes (y ya no serán esos 12 meses siguientes la cotización de 100/75/50 €, según el caso, sino el 50 % de lo que corresponda normalmente).
4. Las empresas beneficiarias habrán de cumplir determinados **requisitos**:
 - Incrementar el nivel de empleo de la empresa, indefinido y total, manteniéndolo 36 meses.
 - No extinguir contratos de trabajo por causas objetivas o despidos disciplinarios declarados improcedentes, no teniéndose en cuenta extinciones anteriores al 25 de febrero de 2014.
 - Hallarse al corriente de pago

de las obligaciones tributarias y sociales.

- No haber sido excluido al acceso de beneficios de empleo por la comisión de infracciones graves o muy graves.



5. Se encuentran **excluidas** de estas reducciones las relaciones laborales de carácter especial (art. 2 Estatuto de los Trabajadores), y las que afecten a familiares hasta el segundo grado, exceptuando a trabajadores autónomos que contraten a hijos menores de 30



años aunque convivan con ellos. También están **excluidos** los trabajadores cuya actividad se incluya en algún régimen especial de la Seguridad Social; determinados trabajado-

res del sector público; los que hayan pertenecido al mismo grupo de empresas siendo despedidos mediando después declaración judicial de improcedencia; y los trabajadores que en los meses anteriores a la fecha del contrato ya estuviesen en la empresa con contrato indefinido. **Se excluye**, por último, la reducción a la cotización por horas complementarias que

realicen los trabajadores a tiempo parcial cuyos contratos den derecho a la reducción.

Para terminar, indicar que el Real Decreto Ley establece también el control especial y periódico de su aplicación, así como las formas y circunstancias de reintegro de lo no abonado, cuando efectivamente se comprobare que se ha aplicado indebidamente la reducción (tarifa plana).

Miguel Hedilla de Rojas
Abogado

Asesoría Jurídica ANAPAL
asesoriajuridica@anapal.com



HEDILLA ABOGADOS
Asesorando loteros desde 1992

ASESORES JURÍDICOS
DE ANAPAL

ÚNICOS EXPERTOS A NIVEL NACIONAL EN TRASPASOS DE ADMINISTRACIONES

www.hedillaabogados.com

Familia de loteros

@HedillaAbogados
 Hedilla Abogados

hedillaabogados.com/traspasame
 [linkedin.com/company/hedilla-abogados](https://www.linkedin.com/company/hedilla-abogados)

Tel. 913 566 388
 info@hedillaabogados.com



Venta de Lotería Nacional por terminal y por los establecimientos mixtos. La lucha continua

Esta Asesoría Jurídica presentará en breve la correspondiente demanda, por VIA CIVIL, contra la puesta en marcha del procedimiento de venta de Lotería Nacional por medio de tickets de terminal y por los Mixtos. Dicho procedimiento se inició en julio de 2010, consecuencia de la Resolución de la Dirección Comercial de LAE de fecha 28 de junio del mismo año, sobre comercialización on-line de Lotería Nacional a través de los terminales ubicados en los puntos de venta de su red comercial.

Para el colectivo es una cuestión de fuero, y llegaremos hasta el final: ni la Lotería Nacional, a pesar de las reformas habidas, se debería poder vender por terminal vía tickets – nosotros lo refutamos como ilegal -, ni, suponiendo que estuviésemos en un error, la podrían vender sin más los establecimientos Mixtos. Cuando éstos fueron habilitados para ello, se vulneraron sin compensación alguna los derechos de los Administradores de Loterías, los cuales tenían como parte de su relación jurídica contractual con LAE la venta en exclusiva de la misma.

No ha salido en nuestra contra ninguna sentencia que diga lo contrario. Incluida la última de fecha 24 de febrero de 2014, relativa a la reclamación patrimonial consecuencia de esa venta por terminal y por los establecimientos Mixtos. Todas ellas lo que dicen es que **no es competente la Jurisdicción**

Contencioso Administrativo para entrar al fondo del asunto, dejándolo por ello sin juzgar, y **señalando como competente a la jurisdicción civil**. Bien, pues a ella vamos, a pesar de no estar conformes con esas sentencias,



que evidentemente nos han perjudicado, pues retrasan la definitiva solución del conflicto.

La primera sentencia del Juzgado Central Contenciosos Administrativo nº 2, de fecha 5 de noviembre de 2012, dejaba imprejuizado el asunto sobre la base de falta de jurisdicción indicando que la competente era la civil.

La segunda sentencia, de la Audiencia Nacional, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Séptima, de fecha 22 de abril de 2013, sentenció lo mis-

mo que la anterior.

Por último la tercera, también de la Audiencia Nacional, Sala de lo

Contencioso Administrativo, Sección Séptima, de fecha 24 de febrero de 2014, vuelve a incidir en lo mismo.

Como ya he indicado más arriba, y siguiendo las expresas instrucciones de la Junta directiva de ANAPAL, a no mucho tardar quedará presentada la demanda civil.

*Miguel Hedilla de Rojas
Abogado*

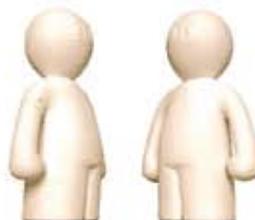
*Asesoría Jurídica de ANAPAL
asesoriajuridica@anapal.com*

¿ Necesita un servicio técnico especializado ?

¿ Necesita informatizar su Administración ?



Hablamos el mismo idioma



Le realizamos un estudio energético para ahorrar costes, **GRATIS** si necesita que le saneemos su instalación eléctrica para cumplir la normativa, ¡¡ aquí nos tiene !!!





“El problema de la sobre-emisión”

2ª encuesta en nuestra web para dotar de más calidad a la Lotería Nacional

Informe previo para ayudar a realizar la encuesta

Hasta hace poco tiempo la calidad de los juegos que comercializábamos no parecía tan importante, eran épocas de escasa competencia, crecimiento o bonanza económica, donde las medidas que podían mermar la calidad de algunos juegos, o la oferta general de LAE, podían pasar desapercibidas o enmascaradas dentro del crecimiento general de la sociedad.

Hoy la situación ha cambiado radicalmente y ya nunca volverá a ser como antes. Por eso, **dotar de la máxima calidad a nuestros juegos se constituye quizás en la principal misión de todos:** sin buscar y lograr esa calidad no sólo será imposible que nuestras Administraciones de Lotería y SELAE puedan progresar, sino que tampoco podremos competir ni sostenernos en el mercado actual.

De poco vale poner esperanzas en nuevos juegos si no sabemos mejorar y mantener nuestros juegos más emblemáticos, si no sabemos analizar y poner de nuevo en valor aquellos factores y valores que los situaron donde hoy están; en el caso de la Lotería Nacional, la

nº 1 del mundo. Participar en la búsqueda y concreción de esos estándares de calidad es tarea de todos, especialmente de los profesionales que estamos en contacto diario con el público; nuestra experiencia, diversidad y conocimientos del mercado son imprescindibles para ello.



Por eso hemos invitado a todos los socios de ANAPAL a participar en esta segunda encuesta en nuestra nueva Web, donde analizamos y te pedimos tus opiniones acerca del grave problema de la “sobre-emisión” en la Lotería Nacional.

Recuerda que, para contestar cualquier encuesta, debes dar previamente tu número de Administración y tu contraseña de entrada a los espacios de nuestra Web reservados para Administradores. Y ante cualquier problema contactar con gestion@anapal.com. Los resultados se harán públicos en breve en nuestra Web, y se entregarán a SELAE para tratar de informar sus decisiones de la mejor forma posible.

Para ayudar a rellenar el cuestionario de la encuesta, se adjunta un documento previo de la Dirección de Estudios de ANAPAL aportando datos y reflexiones sobre el tema en cuestión. Para aquellos que aún accedido a nuestra Web, exponemos aquí ese documento de ayuda.

Frente a la sobre-emisión, ¿bajar series, bajar numeración o bajar precio del décimo?

En nuestra primera encuesta sobre la Lotería Nacional, planteamos el problema de la fracción especial en el sorteo de El Niño. Lo planteamos porque es urgente analizar el resultado de 2014. Un 94% de las respuestas apuntan a la conveniencia de retirar la fracción especial en este sorteo en concreto.

Pero siendo importante el tema de la fracción especial, en cuanto a calidad del producto y en cuanto al proceso de comercialización de los siguientes sorteos, el principal problema al que nos enfrentamos, como operador y como red comercial es la **sobre-emisión de Lotería**. El exceso de oferta. Y fundamentalmente en los sorteos de Navidad y El Niño. No por el volumen de invendidos, que proporcionalmente es mayor en los sorteos de jueves y sába-



do, sino por el "valor total" de esos invendidos. Recordemos que Navidad representa el 51% del total de Lotería Nacional y El Niño el 14%. Juntos equivalen al 65% del total anual de Lotería Nacional. **El no solucionar este problema puede poner en riesgo la continuidad del Juego.**

¿Por qué?

De la necesidad de ajustar la oferta a la demanda para juegos de premio fijo venimos avisando desde 2008 en distintos documentos. La sobre-emisión implica la multiplicación de riesgo para el operador. Porque en el Juego Lotería Nacional está definido lo que el operador tiene que pagar sobre un sorteo, pero no está definido en cambio lo que va a vender. Depende del mercado, de la demanda. Y si el volumen vendido es superado por el volumen que hay que pagar en premios, más los gastos de producción, el operador pierde. Y si el Operador pierde: o desaparece como operador, o elimina el juego que representa pérdidas o exceso de riesgo.

Esto ocurrió ya con la Lotería de billetes durante el último tercio del siglo XX en algunos Estados de nuestro entorno, Francia, Bélgica, Portugal, Suiza... Los excesos de emisión y de devolución o invendidos, produjeron que o desapareciera la Lotería de billetes o se convirtiera en un juego residual.

Los resultados de El Niño 2013, con un 50% de invendidos, obligaron a SELAE a reducir emisión, y se optó por la vía de las series. Pero mientras no volvíamos a devoluciones técnicas del 10%, o como mucho del 15%, seguimos asumiendo un riesgo innecesario para SELAE. La corrección de este año, con un 33% menos de series emitidas (de 60 a 40), ha permitido dejar los excedentes de emisión en el 25% (El Niño 2014).

En Navidad 2013 se redujeron 20 series también, pero sobre 180, lo que equivale a reducir un 11% la emisión y terminamos con un 26% de invendidos. Pero si en el caso de El Niño los grandes premios resultan vendidos y los reintegros coinciden con el 3, 5, 7, por ejemplo, los más demandados, pue-

de ocurrir que lo pagado en premios (dentro del 74 o 75% vendido) supere el 70% sobre la venta real. Con lo que el operador, descontando gastos fijos y publicidad, pueda terminar igualmente en pérdidas (es decir, con devoluciones que superen el 25% ya entramos en zona de riesgo). La única forma de evitar este riesgo es ajustar oferta a demanda, volver a devoluciones técnicas inferiores al 15%. Aproximando al máximo lo emitido y lo vendido.

Si este necesario reajuste a la baja de la emisión, lo hacemos sobre series, arriesgamos la venta a empresas o grandes colectivos, de forma que manteniendo los 100.000 números estamos perdiendo calidad del producto. Más sensato parece reducir numeración: tiene importantes ventajas, pero también algunas pegas.



Existe una tercera opción para reducir el "valor" de la emisión, y es reducir el precio del décimo y serie.

Veamos pros y contras de las tres opciones.

¿Cuáles son las ventajas de reducir numeración?

- 1º Que podemos mantener un número de series razonable en los grandes sorteos. De forma que se garantiza la atención a la demanda de los grandes clientes.
- 2º Que mejoramos la calidad del producto. Incrementamos la probabilidad de acierto a los jugadores. Ya no es "uno contra 100.000", sino "uno contra 80.000". Si reducimos un 20% la numeración, es un 20%

más fácil acertar. Por lo tanto, de cara al cliente, estamos aumentando la calidad de la oferta. Lo que además proporciona, por sí solo, una excelente publicidad.

El inconveniente: Los abonados.

Multiplicamos el trabajo de reajuste interno. Si eliminamos numeración, necesariamente eliminamos abonados, los correspondientes a los 20.000 números más altos, desde el 80.000 al 99.999. Esto implica un trabajo de reajuste en los programas de distribución. Mayor aún si pretendemos compensar los abonos perdidos, con otros alternativos. O incluso si aplicamos un criterio de equilibrio por compensación, que puede provocar un reajuste de algunos de los abonos por debajo del 80.000, (terminaciones en 13 por ejemplo) de forma que, solidariamente, se repartan con los que han perdido su abono en esta terminación.

Debe quedar perfectamente claro que la opción de reducir numeración implica necesariamente, compensar, re-equilibrar los abonos perdidos en números superiores al 79.999 (caso de reducir a 80.000 números). El problema en el que estamos, hay que solucionarlo entre todos, pero repartiendo el sacrificio, si lo hay, entre todos también. De no ser así no haríamos esta propuesta porque sería insolidaria.

En el caso del sorteo de Navidad, Anapal dejó constancia por escrito y registro de entrada en febrero de 2011 en el documento titulado "No jugar con las cosas de comer, no tocar lo que funciona", que era un error incrementar a emisión de 85.000 a 100.000 números, cuando el año anterior (2010), tuvimos un 18% de excedentes e incrementábamos así la dificultad de acierto al jugador. También lo avisamos de palabra en la reunión de trabajo organizada por la Dirección Comercial (febrero 2011), en la que se propuso pasar de una emisión de 3.315 millones a otra de 3.600 en plena crisis económica:

- **195 series X 85.000 números X 200€ = 3.315.000.000 en el año 2010**



- **180 series x 100.000 números X 200€ = 3.600.000.000 en el año 2011**

Incrementar en crisis un 8% la emisión, era incrementar un 8% los inventados. Hasta el 25%. Así lo expusimos y no nos equivocamos en nuestra predicción. Escrito está.

Hubo otras Asociaciones y Administradores de "reconocido prestigio" en esta reunión de febrero de 2011; nadie más que Anapal se quejó del grave error que suponía incrementar la sobre-emisión. Ni de la pérdida de calidad del producto (incremento de dificultad de acierto), para el jugador. Conviene recordarlo aquí y ahora, por aquello de

que "arrieros somos...".

Si el año pasado se vendió en Navidad, cerca de 2.400 millones. Una fórmula como: 80.000 números X 180 series X 200€ = 2.880 millones, puede ser más que suficiente. (Con un incremento de probabilidad de acierto para el jugador del 20%).

Si en enero de 2014 se vendió en El Niño algo menos de 600 millones, una fórmula posible sería:

- **70.000 números x 60 series x 200€ = 840 millones.**

Esta fórmula proporciona un incremento de probabilidad de acierto del 30%.

Otra alternativa similar que respete en El Niño 80.000 números, facilitando así su armonía y abonos con Navidad, sería:

- **80.000 números x 50 series x 200€ = 800 millones**

Con estas opciones estamos incrementando la calidad del producto para el jugador, y estamos favoreciendo la comercialización a los "grandes clientes". Estamos -fidelizando al cliente.

Cada uno de los que leéis esto tendrá, seguro, su propio criterio. Precisamente para conocerlo lanzamos esta segunda encuesta. Pero recordad: la reducción de emisión, mientras se man-

Asóciate a **ANAPAL**

Si en tu provincia existe asociación miembro de **ANAPAL** la cursaremos a la misma. Si no existe o no pertenece a **ANAPAL**, te afiliaremos directamente.

Nombre _____

Apellidos _____

Localidad _____ calle _____

CP.: _____ correo electrónico: _____

Provincia _____ Teléfono Administración _____

Tel. particular: _____ Fax: _____

Tel. móvil: _____ Nº Admón. _____

Nº cuenta corriente

(Entidad, Sucursal, D. C. Cuenta) (20 dígitos) _____

Fecha: _____

Firma

De conformidad con lo dispuesto por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, consiento que mis datos sean incorporados a un fichero responsabilidad de Agrupación Nacional de Asociaciones Provinciales de Administraciones de Loterías y que sean tratados con la finalidad de mantener, desarrollar y controlar la relación contractual que nos une.

Asimismo declaro haber sido informado sobre la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndome a Agrupación Nacional de Asociaciones Provinciales de Administraciones de Loterías en la calle Zaratán, nº 7 Bj. 2, 28037 Madrid; o bien remitiendo un mensaje a la dirección de correo electrónico: gestion@anapal.com



tenga la contracción de demanda, es inevitable si se quiere eliminar el alto riesgo para el operador. Y si lo es para el operador, lo es para su red comercial.

(Nota: Este documento no trata otro efecto perverso de la sobre-emisión: el efecto permanentemente negativo de no repartir todos sus premios. Pérdida del boca a boca, etc., etc.)

Tercera opción: reducir precio

Esta opción parece más aplicable al sorteo de El Niño que al de Navidad. Da un poco de vértigo, porque no estamos acostumbrados a bajar, sino a subir en Navidad y El Niño. Pero hasta 2008 tampoco estábamos acostumbrados a que LAE bajara ventas de un año para otro. Sin embargo desde 2008 estamos bajando ventas.

Si bajamos el precio del décimo, bajamos el premio. Sí, pero si reducimos la emisión por series o por numeración, también tendremos que recortar el número (volumen proporcional) de premios, aunque sigan representando matemáticamente el 70%, porque el 70% de una emisión menor es también necesariamente menor.

Si en 2013 El Niño emitió 1.200 millones de euros, el 70% a premios fueron 840 millones, repartidos en el programa de premios. Si en 2014 la emisión fue de 800 millones de euros, el 70% para premios fueron 560 millones. Pero esto, que no afecta a la calidad del juego. Sí puede afectar a determinado tipo de marketing. (Como por ejemplo hablar de que en 2011 se incrementa el primer premio en Navidad, de 300.000 a 400.000€, con la paradoja de que se vende más en 2010 que en 2011, a pesar de que 2011 fue el único año de la crisis, en que el conjunto de los juegos de LAE crece un 1,4%).

Ventajas para el Operador

Si se reduce el precio por serie, se puede mantener la numeración alta e incrementar series.

Por ejemplo y en relación con el



sorteo de El Niño, reduciendo el precio de serie un 25%:

- **100.000 números x 50 series X 150€ = 750 millones**

Inconvenientes: Primero, una buena parte de la venta del Niño, ¿un 33%?, se basa en la reinversión del reintegro de Navidad. No será lo mismo cambiar 1 x 1, siendo los dos de 20€, que cambiar uno de 20 por uno de 15.

Segundo inconveniente: "Valor jugado". Una empresa se jugaba un número completo en 2013, (60X200= 12.000€) pero ahora esa misma empresa se juega (50 X150 =7.500€). Al rebajar el precio perdemos la cantidad de gasto asimilada por el jugador para este sorteo, le damos opción a reducir el esfuerzo económico. Si rebajamos el 25% el precio, él puede rebajar el 25% el gasto, mucho más todavía, en la situación de crisis actual.

Aún así, dentro de esta hipótesis de reducción de precio, si rebajamos numeración e incrementamos series, mejora la calidad del producto, más probabilidad de acierto para el jugador.

Opciones a modo de ejemplo:

- **100.000 X 50 series X 150€ = 750 millones**
- **80.000 X 62 series X 150€ = 744 millones**

La segunda opción es de más calidad, pero si volvemos al ejemplo del empresario que en 2012 se gastó 12.000€, 150 X 62 = 9.300 euros, sigue gastando menos y puede no necesitar las 62 series, porque al empleado que se jugaba un décimo, no le puede dar o colocar dos. Excedería el gasto.

Por qué hablamos tanto de la "calidad del juego"

La calidad de un juego, como la

Lotería Nacional, de Operador Público y de ámbito nacional, se basa en la claridad y fiabilidad de sus reglas y modos de participación. En su diseño solidario de premios repartidos, pero también en la probabilidad de que el jugador pueda ganar. Porque si el jugador gana, se fideliza. Si un juego como la Lotería Nacional, con un retorno en premios del 70%, vende toda la emisión, que es para lo que está diseñada, y consigue que todos los premios queden habitualmente en la calle, en sus jugadores, se convierte en un juego imbatible. No hay mejor publicidad.

Es un grave error el pensar que incrementando la dificultad el jugador no gana y entonces el Operador gana. Es un error como se viene constatando con los sorteos semanales durante los últimos treinta años. Se ha perdido la mitad del mercado.

Como es un grave error olvidar que el juego de la lotería exige el riguroso ajuste oferta/demanda, en la emisión. Es la base de la calidad del juego. Pero lo estamos olvidando. Si en verdad, aceptáramos este criterio, al margen de los ejemplos anteriores más flexibles, la emisión de Navidad en rigor para 2014, no debería superar los 2.600 millones (vendimos 2400, margen de devolución entre el 7 el 10%). En El Niño 2015, no debería superar los 650 millones (vendimos menos de 600, margen de devolución entre el 7 y el 10%).

Hemos visto algunas ventajas e inconvenientes de las tres opciones. Ahora te pedimos tus opiniones en la encuesta que tienes en la Web.

Dirección de Estudios Anapal





La Web de ANAPAL avanza



Josep Iborra



web en la punta de lanza en lo que a comunicación Web se refiere y nos ofrece una herramienta de fácil manejo cuya gestión puede ser realizada por cualquier empresa de mantenimiento web o, si así lo deseamos, por personal de ANAPAL tras un breve curso de formación. Cualquier información publicada en la web se publica automáticamente en las redes sociales y queda etiquetada y archivada para su fácil localización. Mención especial requiere el

trabajo que se está realizando en la elaboración y publicación de noticias en la Web. En estos momentos se está actuando en dos sentidos: por una parte semanalmente se publican las últimas noticias referentes a la actividad semanal de ANAPAL, así como noticias de interés que nos conciernen; y por otra parte, con una periodicidad que puede ser incluso de varias veces al día, se publican noticias del sector del juego en general que nos afectan y noticias o avisos de urgencia que nos

Se cumple ya un año desde el inicio del proceso de adecuación de la web de ANAPAL a las necesidades que una asociación del tamaño y con la importancia en su sector como ANAPAL requiere. Como ya expusimos en el anterior artículo¹ se trata de un proyecto a medio plazo, pero que en estos momentos transcurrido un año de duro trabajo, tiene ya en funcionamiento la

ma -
yor parte del proyecto inicial que iba a colocar a **ANAPAL como centro de referencia**, en lo que a juegos se refiere y como **punto de encuentro ineludible para los Administradores de Lotería**.

Daremos un paseo por las distintas actuaciones realizadas. En estos momentos podemos dar por **finalizados los trabajos en la actualización de la web pública**, que realizados con la tecnología *Word Press* ponen a nuestra

1 Número anterior



pueden ser útiles. Este trabajo lo están realizando de forma coordinada personal de la empresa de mantenimiento de la web y personal de ANAPAL.

Es la parte dedicada al uso exclusivo de asociados la que aún precisa la implementación de algunas utilidades que sólo los asociados podrán disfrutar. Estas utilidades, desarrolladas con la tecnología Moodle, nos ofrecen la posibilidad de crear foros, chats, acceso a documentos, sólo para asociados, etc. y en su gran mayoría deben ser ofrecidas y desarrolladas por las diferentes asociaciones provinciales que forman ANAPAL. Este proceso, que ya se ha puesto en marcha, llevará algunos meses y se irá implantando poco en las Asociaciones provinciales de Alicante, Zaragoza y Valencia-Castellón, que son las encargadas de llevarlas a cabo en primer lugar, con posterioridad lo harán el resto de las asociaciones provinciales. Esta misma tecnología es la utilizada para crear los espacios de trabajo para los miembros de la Junta Directiva, Comité ejecutivo y los diferentes grupos de trabajo que ANAPAL tiene en funcionamiento.

Como extensión de los servicios jurídicos que ANAPAL da a sus asociados,

hemos creado un Foro jurídico en el que puedes participar y en el que puedes exponer tus dudas en estos temas que serán atendidas por nuestro servicio de atención jurídica. Otro aspecto fundamental para que nuestra información llegue al colectivo de Administradores de Lotería es el apartado de envíos masivos de correos, tanto a asociados como a no asociados. Se ha trabajado mucho en este aspecto tanto en la unificación y limpieza de las bases de datos que dispone ANAPAL como en el programa de gestión de newsletters que ha contratado nuestra asociación. Realizamos envíos semanales informando de las publicaciones que hacemos en la web y en las redes sociales; este aspecto es de gran importancia, ya que después de cada envío las visitas a nuestra plataforma pueden llegar a 4.000 visitantes, lo que hace que la repercusión en el colectivo de nuestro trabajo sea muy alta. Además los usuarios registrados se pueden apuntar a nuestros newsletter y recibir información de aviso en su correo cuando publicamos noticias en nuestra Web. Aprove-

chamos la ocasión para pedirte que si, aún no lo has hecho, nos hagas llegar tu dirección de correo a gestión@anapal.org con el fin de incluirte en nuestra base de datos y que puedas recibir nuestra información.

Finalmente no podemos dejar de hablar de la presencia de ANAPAL en las redes sociales. Durante este año el Facebook de ANAPAL se ha convertido en referente de la información inmediata de todo lo que sucede en el mundo del juego público y, aunque son importantes los niveles de visitas y repercusión de lo publicado, aún nos queda mucho por caminar.

Una vez finalizados los trabajos de la nueva plataforma es el momento de que todos la aprovechemos y la llenemos de contenido. Te invitamos a la participación y te recomendamos que visites a diario nuestra web y que lo hagas iniciado tu sesión como asociado con el fin de que estés al día de todos los beneficios que tiene ser asociado de ANAPAL. Te proponemos nuestro Facebook como lugar de encuentro y herramienta para hacernos llegar tus dudas, propuestas e inquietudes. Nada de lo realizado valdría de nada sin tu apoyo y colaboración y no dudamos que, como siempre ha sido, podemos contar con ello.

Josep Iborra
Secretario General de ANAPAL





El dinero que los madrileños se juegan en apuestas aumenta un 827% en cuatro años

El negocio de los juegos de azar ya no es un espacio exclusivo reservado a bingos y casinos. En los últimos cinco años, las apuestas han irrumpido con fuerza y ya suponen más del 6% del dinero que los madrileños se juegan en las salas especializadas. En 2008, los habitantes de la región invirtieron 3.477 millones de euros en tragaperras, cartas, ruletas y carreras de galgos o de caballos de acuerdo a

pasó a ser del 6,2%. Aunque la Dirección General no ha publicado aún los datos del ejercicio 2013, la Consejería de Economía de la Comunidad de Madrid confirma que las tendencias se mantuvieron. En el caso de los bingos, el volumen gastado superó los 376 millones, casi la misma cifra que el año anterior, cuando se invirtieron 376,8.

están vinculados, casi exclusivamente, a los retos deportivos. Sportium lidera el número de puntos con 157. Codere, con 114, es líder del mercado al aglutinar más del 50% de los ingresos. El resto se lo reparten Betplus y Bwin. Solo en la zona de Avenida de América pueden encontrarse ocho zonas de apuestas en un radio inferior a un kilómetro de distancia.



los datos oficiales recogidos por la Dirección General de Tributos y Ordenación y Gestión del Juego. Las apuestas suponían solo 20,6 millones, el 0,5% del total.

En 2012 la cantidad de euros en liza descendió hasta los 3.080 millones debido, fundamentalmente, a la crisis económica. Las máquinas recreativas perdieron un 8,1% y los casinos cayeron un 16%. Los bingos, el sector menos modernizado, registraron una caída del 44,2% (ver cuadro al final del texto). Las apuestas en cambio, dispararon su volumen hasta los 191 millones de euros, un incremento del 827%. Su peso relativo sobre el total

304 salas de apuestas

El despegue de las apuestas se puede comprobar a pie de calle. El recuento realizado en 2013 por el ejecutivo autonómico dio como resultado que en la Comunidad de Madrid existen cuatro casinos (aunque los espacios de Gran Vía y Colón pertenecen a los casinos de Aranjuez y Torrelodones, respectivamente), 13 salones recreativos, 47 salas de bingo, 252 salones de juego y 304 locales de apuestas. El número de máquinas instaladas es de 25.961.

En Madrid solo hay cuatro operadores de apuestas autorizados que

El éxito de este formato se basa, según los expertos, en la legalización del juego a través de la Red y la "normalización" de las casas de apuestas. "Hasta 2008 no había legislación al respecto, mientras que la regulación para Internet se aprobó en 2011. Las apuestas deportivas están vinculadas al ocio, al entretenimiento y a la diversión. En nuestras salas puedes tomar algo con los amigos como en un bar mientras ves a tu equipo en una pantalla de 63 pulgadas con alta definición y apuestas para aumentar la emoción", detalla Pablo Baquera, director de Marketing para España de Codere. "Para ir a las carreras o al casino te vistes un poco mejor, te desplazas y, una vez dentro, te tienes que aguantar las ganas de fumar. El juego on line lo practicas desde tu casa. Si bajas a una sala de apuestas, que están a pie de calle y funcionan muy bien, puedes entrar y salir cuando quieras", añade Carlos Rodolfo, asesor de juego del Hipódromo de La Zarzuela.(...)

Fecha de publicación: 25-2-14

Fuente: Elrecreativo.com



DURANTE EL DISCURSO DEL ESTADO DE LA NACIÓN

Rajoy recuerda que el principio de licencia única entrará en vigor el 9 de marzo

Como a otros muchos sectores, es un tema que tiene completamente desconcertado a la Industria del Juego, pero lo cierto es que el Presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, ha destacado que el próximo 9 de marzo entrará en vigor



el principio de licencia única, en virtud del cual, empresas y profesionales podrán ofrecer sus productos o servicios en toda España tras recibir autorización en una autonomía. Este principio es el pilar angular de la Ley de Unidad de Mercado, que fue publicada el pasado 9 de diciembre en el Boletín Oficial del Estado (BOE) y establecía un periodo transitorio de 3 meses para la entrada en vigor de algunos de sus artículos.

Durante su discurso en el debate sobre el estado de la nación, Rajoy ha subrayado la importancia de esta ley para la capacidad de competir y crecer de las empresas dentro de España y ha apuntado que el 9 de marzo también entrará en funcionamiento el mecanismo previsto para proteger a empresas y autónomos ante posibles vulneraciones del principio de licencia única.

“Habrá una instancia administrativa y un posterior recurso judicial para corregir de forma rápida los casos de barreras injustificadas a la actividad de las empresas y otros agentes”, ha recordado el presidente del Gobierno.



El presidente y la vicepresidenta del Gobierno, **Mariano Rajoy** y **Soraya Sáenz de Santamaría**, al inicio del debate sobre el estado de la nación

En las próximas semanas, ha avanzado, se convocará por primera vez al Consejo de Unidad de Mercado, con la tarea de reducir cargas y barreras que perjudican a los agentes económicos.

Según la orden ministerial que hoy publica el Boletín Oficial del Estado (BOE), la Subdirección de Competencia y Regulación Económica, dependiente de la Dirección General de Política Económica del Ministerio de Economía, ha sido designada como Secretaría del Consejo para la Unidad de Mercado.

La normativa prevé también una “ventanilla única” a la que podrán dirigirse los empresarios que vean vulnerada su libertad de implantación y de circulación por una actuación

administrativa, una función que será asumida por el Registro del Ministerio de Economía y Competitividad, según la orden.

Por otra parte, se legitima a la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia (CNMC) para recurrir ante la Audiencia Nacional cualquier acto que vulnere la unidad de mercado.

La admisión a trámite de dicho recurso podrá significar la suspensión automática del acto o disposición recurridos durante un periodo mínimo de tres meses.

Fecha de publicación: 26/02/2014

Fuente: AZARplus / agencias



El Gobierno dará más licencias de juego 'online' para 'slots' y apuestas cruzadas

El Gobierno tiene previsto convocar **nuevas licencias de juego 'online'** para desarrollador juegos de apuestas cruzadas y máquinas de azar 'slots', que el Ejecutivo tiene previsto regular mediante orden ministerial, según ha señalado el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

Así lo ha comunicado el Ejecutivo en el **Consejo de Políticas del Juego (CPJ)**, órgano de participación y coordinación del Gobierno central y las comunidades autónomas en materia de juego, que se ha reunido este miércoles en Madrid.

Con la regulación de **las apuestas cruzadas y los juegos de 'slots'** se pretende completar la oferta de juego 'online' legalizado mediante la **Ley de Regulación del Juego**, según ha explicado el Ejecutivo. El objetivo de ambas iniciativas es profundizar en el

desarrollo del mercado de juego 'online' español de tal forma que pueda atenderse a la demanda del mercado de dichos productos con las garantías que la regulación establece.

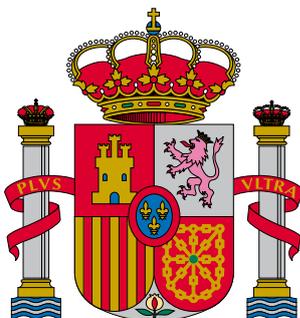
Con la exposición y análisis del contenido de estas iniciativas comienza ahora su tramitación formal. Una vez valoradas las apreciaciones de los miembros del CPJ, los borradores se harán públicos de manera que operadores, consumidores, asociaciones, expertos y otros agentes

interesados puedan remitir sus comentarios a la Dirección General de Ordenación del Juego.

De forma complementaria a las iniciativas anteriores, y con el objetivo de dar efectividad a los objetivos perseguidos con las mismas, una vez aprobadas ambas reglamentaciones se procederá a la reapertura del

mercado de juego 'online' mediante una **nueva convocatoria de licencias generales**, de tal forma que los operadores, ya establecidos o no en España, que carezcan de las licencias correspondientes para prestar estos servicios puedan obtenerlas previa verificación de los requisitos jurídicos, administrativos y técnicos previstos en la Ley de Regulación del Juego.

La posibilidad de acceder a estos nuevos juegos a través de los operadores titulares de las licencias otorgadas por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas **garantizará a los ciudadanos españoles un entorno de juego seguro** y res-



ponsable en el que estén plenamente vigentes los controles de acceso para menores de edad y personas autoexcluidas de la actividad, según ha señalado el ministerio.

En este sentido, Hacienda ha apuntado que este conjunto de medidas permitirán reforzar la oferta de juego online regulado disponible en España, con los consiguientes efectos positivos sobre la lucha contra el juego ilegal



cartelería digital_

Le ofrecemos la comodidad.

Liámenos y le informaremos qué puede hacer nuestra carterlería digital por usted.

Disfrute de NO actualizar TODOS los resultados y listas oficiales, TODOS los días, porque de eso, ya nos encargamos nosotros.



1

Ahorre papel

Se elimina el papel físico, todos los resultados se muestran en formato digital. Sencillo y comprometido con el medio ambiente...

2

Ahorre tiempo

Los resultados se actualizan diariamente, vía Internet, y sin ninguna intervención por parte del cliente...

3

Ahorre espacio

Elimine las listas físicas, todos los resultados y botes semanales se exponen en un único dispositivo, sencillo ¿no?...

cartelería digital en su web

Sorprenda a sus clientes **en su página web** con este nuevo servicio que le ofrecemos.

Vea una demostración en www.providia.es

Si quiere que se lo incorporemos en su página web para poder mostrarle a sus clientes los resultados y botes diarios, puede llamarnos y le informaremos de todas las ventajas que le ofrece este servicio.

*actualización diaria





SELAE saca a concurso público el "SAGA", un sistema de gestión del juego para Internet

La Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.A. (en adelante, "SELAE" o la "Sociedad") tiene por objeto la gestión, explotación y comercialización de la actividad del juego en sus distintas modalidades, como por ejemplo, los juegos propiamente dichos, loterías, apuestas, rifas y concursos, tanto los realizados a través de medios presenciales como a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos, interactivos, audiovisuales o cualesquiera otros que se pudieran crear o establecer en el futuro.

La Dirección de Operaciones de Juego de SELAE tiene el encargo de SELAE de proporcionar un sistema de gestión del juego para Internet que comercialice todos los productos del portafolio de SELAE.

Hace varios años, SELAE implantó el Sistema Interactivo de Juego ("SIJ") para el cumplimiento de dicho encargo. Este sistema está parcialmente basado en un producto comercial de terceros licenciado a SELAE. A través de la URL www.loteriasyapuestas.es se accede hoy en día a él.

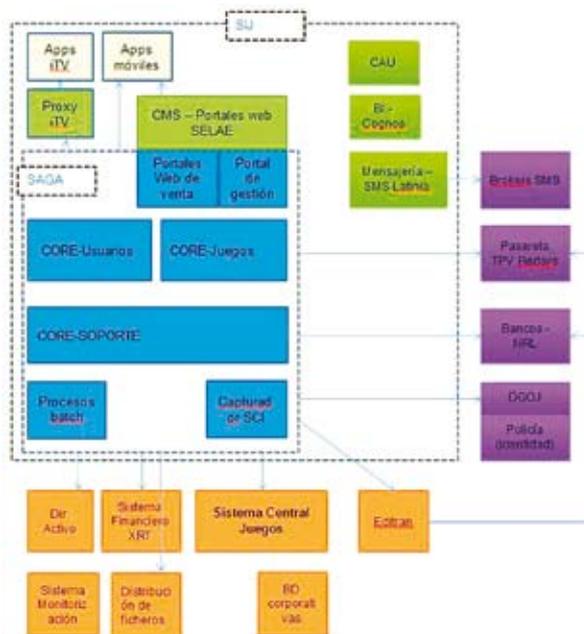
Durante el tiempo que lleva en producción, este sistema ha evolucionado creciendo en ventas, soportando actualmente el 1,7% de las ventas de Juegos Activos con un ritmo de crecimiento anual del 40%. Los usuarios registrados superan los 400.000, lo que le sitúa entre las 10 primeras webs de España en términos de visitas, ventas y presencia social. Los servicios ofrecidos también han evolucionado constantemente y hoy tiene presencia en

el canal móvil, redes sociales y televisión interactiva.

Este crecimiento obliga a SELAE a mantener una estrategia de renovación tecnológica que permita la evolución futura de la plataforma y la prestación de nuevos servicios.

Dada la estrategia antes mencionada SELAE ha contratado ya servicios para llevar a cabo el desarrollo de un nuevo sistema de gestión del juego denominado "SAGA" (en adelante también "SAGA") y que se compone de:

- Plataforma de juego para internet, compuesta por un conjunto de subsistemas que conforman el núcleo del sistema (core de negocio) y que esencialmente permiten la gestión del cliente, cuenta de cliente y la tramitación de transacciones económicas de venta y pago. Proporciona además las interfaces de integración con otros sistemas.
- Portal web de comercio electrónico que se integra con la plataforma de juego para la venta de apuestas del actual portafolio de juegos de SELAE así como para la autogestión de la cuenta de los clientes.
- Aplicación web para la gestión y administración de la nueva plataforma de juego online.
- Aplicación de procesamiento batch para el procesamiento masivo de datos de la nueva plataforma de juego.



- Aplicación para la captura de datos transaccionales en un almacén específico de la nueva plataforma de juego online de SELAE con el objetivo de homologar la plataforma con regulación de la Dirección General de Ordenación del Juego, para el juego vigente en España.
- La arquitectura de la Plataforma de Juego se desarrolla de acuerdo a estándares ampliamente adoptados, lo que permitirá la integración de la Plataforma de Juego con sistemas de terceros de forma flexible y con un "time to market" reducido y conocido. En base a ello se están desarrollando las integraciones necesarias para ofrecer los servicios existentes a día de hoy, basándose en una serie de paquetes/componentes software desarrollados (...)

Fecha de publicación: 17-2-2014

Fuente: elrecreativo.com



El móvil desplaza al ordenador como dispositivo de apertura de Newsletters

*E l
m ó v i l
e s t á*

cambiado al consumidor español mucho más rápido de lo que se esperaba, modificando sus hábitos de consumo y de relacionarse con las marcas. Así lo corroboran los últimos datos de Splio, que informa que este mes de noviembre se ha superado la barrera del 50% de aperturas de email marketing en dispositivos móviles. Es decir que los mismos consumidores que hace sólo unos meses esperaban a abrir sus emails en el ordenador, lo hacen ahora en sus móviles, una experiencia que no siempre les resulta muy satisfactoria.

Y es que las marcas por su lado, no están adoptando el mobile tan rápido como el mercado y los usuarios están demandando. Se siguen enviando muchos emails no adaptados a estos dispositivos, ofreciendo una experiencia nefasta de lectura y navegación, que se traduce en una menor conversión y menos ventas. Porque si

el usuario móvil no ve bien el email, lo borra directamente y se queda con el recuerdo de la mala experiencia.

Las condiciones singulares del mercado de dispositivos móviles en España, han hecho además que esta dinámica se haya impuesto mucho más rápido que en otros mercados europeos. Con una penetración en móviles del 80% y del 43% en tablets según el V Estudio Mobile Marketing de IAB Spain, España es uno de los países europeos que registra las mayores tasas de aperturas de email marketing en móviles y tablets de Europa.

Splio, que ha analizado una muestra de 3.400 millones de emails enviados desde su plataforma EmailForge a todo el mundo, ya apuntaba en su 3er Barómetro Splio de Aperturas de Email Marketing en Móvil que se alcanzaría el 50% de aperturas de email marketing en móvil al terminar 2013, pero con este acelerón estiman que, tras la campaña de Navidad, la cifra podría llegar al 53% en diciembre.

"La evolución del mercado español en cuanto a aperturas de email marketing en dispositivos móviles ha sido espectacular", apunta Jean-Baptiste Boubault, director general de Splio, "en sólo dos años hemos pasado del 13.7% al 50% y es una muestra clara no sólo del nivel de penetración de los dispositivos móviles en los hábitos diarios del consumidor sino también de que el email marketing, como estrategia digital, sigue siendo una de las herramientas más efectivas para los responsables de marketing". "Las empresas que están consiguiendo buenas tasas de apertura, CTR's y conversión son, además, las que no han ignorado este cambio y están optimizando sus emails con responsive design", añade Boubault.

Fecha de publicación: 27/01/2014

Fuente: AZARplus / e-commerce



Evolución del peso de las aperturas de emails en móviles en España

2º Semestre 2011

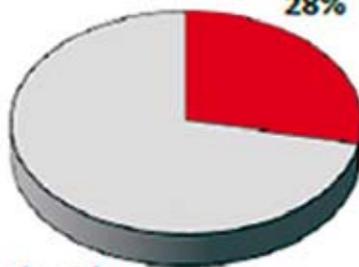
Dispositivos móviles
14%



Ordenador
86%

2º Semestre 2012

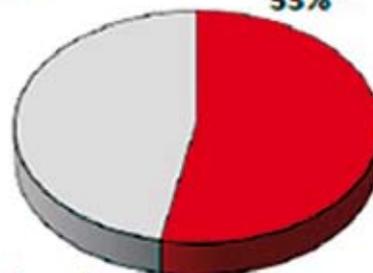
Dispositivos móviles
28%



Ordenador
72%

2º Semestre 2013

Dispositivos móviles
53% *



Ordenador
47% *

*Datos estimados



Fernando Prats aboga por la instalación de terminales físicos con Slots Online sólo en Casinos y nunca en Hostelería

El responsable de Juego de la Comunidad de Madrid ha manifestado a AZARplus su opinión al respecto sobre el Borrador de las Slots Online presentado por la DGOJ. Lejos de la postura tomada por Luis Miguel González Gago, Prats aboga por la regulación "necesaria" pero con la petición expresa al Ministerio de no permitir la instalación de terminales físicos en bares, salones y bingos sólo en Casinos.

Fernando Prats, que ha reconocido el hecho de que están trabajando en la pronta regulación de máquinas por servidor "con limitaciones", apunta a su empeño en hacer que el Estado se replantee la instalación de terminales físicos en Hostelería y explica que por su parte no ve peligro de extinción de las máquinas tragaperras presenciales: "Me parece una exageración. Si fuera así nadie las aprobaría. En la Comunidad de Madrid están reguladas desde hace dos años y lo que nos han dicho los operadores es que se trata de un servicio complementario".

que él considera una diferencia fundamental. "Al regular una slot online estamos regulando juegos específicos

perra no es una slot, se trata de un juego online y por tanto un juego de azar y no tiene nada que ver con una máquina B, sino que estaría en corres-



pondencia con una máquina C; y tercero, por todo esto se regularía como juego exclusivamente de azar y tendrían cabida sólo en Casinos. Por eso hemos exigido que se modifique la Orden para que quede claro que estamos hablando de un juego de azar y esto implicaría la no instalación en Bares, Bingos y Salones y no generar así una competencia desleal".

para Internet. Una slot puede ser casi cualquier juego". Y añade: "Lo que la Comunidad de Madrid exigió en la pasada reunión del Consejo de Políticas del Juego fueron tres puntos: Primero, la necesidad de r e -

Fecha de publicación: 26/02/2014

Fuente: AZARplus



También advierte sobre la distinción entre "máquina tragaperra" y "slot", en lo

gular las slots online porque ya están ahí. Segundo, dejar claro que una máquina traga-





Expansión pronostica la salida a Bolsa de Loterías y Apuestas del Estado



Y ahora Expansión trata el tema y asegura que todo estaría preparado

para un nuevo intento de privatización de SELAE. El Estado podría retomar los planes de privatización que se anularon en 2011, cuando las condiciones del mercado no acompañaron. En aquel momento se presentaba como la mayor colocación realizada en el parqué, ya que se esperaba obtener por el 30% colocado entre inversores hasta 8.000 millones de euros.

Expansión asegura que tiene a su favor su elevada generación de caja y el éxito obtenido por otras empresas similares de otros países. En esta ocasión, sin embargo, los expertos creen que tiene menos atractivo que entonces, ya que el Gobierno ha introducido nuevas retenciones en sus premios (antes estaban exentos) y, además, las ventas han descendido.

Fecha de publicación: 20/02/2014

Fuente: AZARplus



PRECIO ESPECIAL ASOCIADOS ANAPAL

Caja fuerte según Norma Europea de seguridad para cajas fuertes EN-1143/1, obteniendo el nivel de seguridad IV. Protección avalada por el laboratorio de ensayos Applus.

Sistema de cierre formado por cerradura de llave clase B y sistema electrónico de retardo y bloqueo.

Modelo	Medidas Exteriores en Mm			Medidas Interiores en Mm			Peso	Vol.
	Alto	Ancho	Fondo	Alto	Ancho	Fondo	Kg	Litros
Caja 10	380	460	241	300	380	90	63	10

- C A J A S FUERTES HOMOLOGADAS EN GRADO IV
- APERTURA Y REPARACIÓN DE TODAS LAS MARCAS
- VENTA DE CAJAS FUERTES NUEVAS Y USADAS.
- ALQUILER DE CAJAS FUERTES
- INSTALACIONES DE RELOJES RETARDO Y BLOQUEO
- ANCLAJE CON PRODUCTO QUÍMICO
- TRASLADO CON CAMIÓN GRÚA

PRECIO CAJA FUERTE: 1.100 € + IVA

Incluye pastilla homologada para anclaje de cajas

Incluye porte e instalación en la Comunidad de Madrid

FORTISEGUR, S.L. c/JOSE LUIS DE ARRESE, Nº 32 - LOCAL, 28017 MADRID - TF: 902 123 321 FAX: 91 405 01 01
www.fortisegur.com email: fortisegur@fortisegur.com



CEJUEGO se opone al proyecto de regulación de las máquinas de azar online de la DGOJ

El Consejo Empresarial del Juego manifiesta su oposición al proyecto de regulación de las máquinas de azar online elaborado por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), que será debatido el próximo miércoles 19 por el Consejo de Políticas de Juego.

En un informe enviado hoy a la DGOJ y a los responsables de regulación del juego de todas las comunidades autónomas, CEJUEGO analiza el proyecto de regulación de las máquinas de azar online elaborado por la DGOJ del Ministerio de Hacienda y concluye que, de prosperar, sería enormemente lesivo para el sector del juego en su conjunto.

Las 190.000 máquinas recreativas con premio en funcionamiento en más de 100.000 bares, 2.200 salones de juego y 350 salas de bingo constituyen dos terceras partes de los ingresos del sector, sostienen más de 80.000 puestos de trabajo entre directos e indirectos y contribuyen a las haciendas autonómicas con más de 700 millones de euros anuales sólo en tasas de juego.

Alejandro Landaluce, Director General de CEJUEGO, declaró:

"Como se expone en nuestro informe, la aprobación del proyecto de la DGOJ crearía una competencia desleal insuperable para las má-



Alejandro Landaluce,
Director General de CEJUEGO

quinas recreativas con premio, que están fuertemente reguladas y controladas por las Comunidades Autónomas para garantizar un juego limpio, seguro y responsable a los ciudadanos. La regulación propuesta es enormemente laxa, no establece límites de apuestas ni de premios, y da total libertad de publicidad y promociones, que el juego presencial tiene vedadas".

"De prosperar el proyecto de la DGOJ, el nuevo juego online, que ofrecería premios muy superiores

a los presenciales, lo canibalizaría inexorablemente, causando enormes perjuicios a la industria nacional de fabricación de máquinas, a los establecimientos de juego regulados y, especialmente, a los bares y cafeterías, que están sufriendo desde hace varios años una crisis imparable, con cierre de numerosos establecimientos. No olvidemos que el rendimiento medio que una máquina genera para el bar es el equivalente de un salario mínimo interprofesional."

"Es un contrasentido que la DGOJ proponga una regulación que no contribuye a armonizar los canales presencial y online, como prevé el artículo 35 de la ley que regula este último, sino que hace todavía mayor su divergencia", añadió Landaluce.

El controvertido proyecto de regulación será debatido el próximo miércoles 19 de febrero por el Consejo de Políticas de Juego, integrado por representantes de los gobiernos central y autonómicos. El sector económico del juego no tiene representación en ese organismo.

Fecha de publicación: 17-2-2014

Fuente: elrecreativo.com



KIOSCO virtual

Leído por ahí ...



Desmantelada la mayor red de peleas de gallos de Nueva York



Las autoridades judiciales de Nueva York desmantelaron la mayor red de peleas de gallos y apuestas detectada en el estado y una de las mayores de Estados Unidos, con más de 2.000 animales rescatados y nueve detenidos.

A los gallos se les colocaban garfios afilados en el lugar de sus espuelas naturales.

En la operación "Angry Bird", realizada esta fin de semana en varias zonas de la ciudad de Nueva York y del estado, fueron arrestadas más de setenta personas que participaban como espectadores y apostantes en una pelea de gallos en el barrio de Queens.

"Las peleas de gallos son una forma brutal de crueldad animal que está vinculada a otros delitos y mi oficina seguirá trabajando para capturar y enjuiciar a los responsables", afirmó el fiscal general del estado de Nueva York, Eric Schneiderman, en un comunicado.

Además del daño que sufren los animales, las peleas de gallos atraen otro tipo de delitos relacionados con el crimen organizado, como las apuestas ilegales y el tráfico de armas y de drogas, según la fiscalía.

La operación comenzó en la noche del sábado pasado con una redada en un local que albergaba peleas de gallos ilegales en Jamaica Avenue, en

el barrio de Queens, en la que se detuvo a setenta personas (seis por llevar gallos para pelear) y el resto por espectadores y apostantes, además de que se incautaron 65 animales.

El lugar había estado celebrando peleas bimensuales al menos desde mayo del año pasado, cuando comenzó a ser investigado por las autoridades. (...)

Fecha de publicación: 11-2-2014

Fuente: AZARplus / efe



LA GESTIÓN GLOBAL de su administración

Cuadre de Caja Diario en 5 Minutos



GESTIÓN LOTERÍA NACIONAL

GESTIONE LA LOTERÍA DE SU ADMINISTRACIÓN

- Reservas
- Ventas
- Devoluciones
- Intercambios
- Venta por Internet...



TYKHE PAPEL

IMPRIMA SUS PARTICIPACIONES

- Diseño personalizado.
- Impresión
- Integrados en TykheGestión, usa sus números, sorteos y clientes.



TYKHE PEÑAS

[Juegos activos y Lotería Nacional]
ADMINISTRE SUS PEÑAS DE FORMA INTEGRAL

- Diseño
- Impresión
- Venta
- Pago por código de barras...



TYKHE MÓVIL

TODA LA FUNCIONALIDAD DE TYKHEGESTIÓN DESDE CUALQUIER PARTE.

- Vender
- Pagar
- Reservas de Lotería y Juegos Activos



GESTIÓN JUEGOS ACTIVOS

- Reservas
- Deudas
- Listado de saldos...



TYKHE BACKUP

TODA LA INFORMACIÓN A SALVO

- Copia de toda la información en servidor externo
- Actualización de disponibilidad de Lotería en "BuscarLotería.com", Web Premium y Gadmin.
- Totalmente automatizado.



WEB PREMIUM o WEB GADMIN

VENTA ONLINE DE LOTERÍA

- Publique y venda online sus números.
- Logo y Dominio propio.
- Búsqueda de Núms. restringida a su administración.



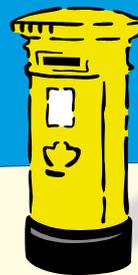
TYKHE EN CASA

TRABAJE DESDE CASA

Si lo necesita, envíe a su hogar todos los datos necesarios para poder seguir trabajando.

WEB GADMIN - TykheGestión + GADMIN
(Todos sus núms. actualizados automáticamente en su portal de venta online)





El Joker o la "relajación" de la red de ventas

JOKER

Vaya por delante que cualquier iniciativa siempre es bienvenida, y si además es para incrementar ventas, mejor que mejor. Y, por supuesto, tiene y tendrá nuestra mejor acogida. También vaya por delante que nosotros vivimos de vender, que no tenemos un sueldo fijo, y cada euro de venta es muy apreciado: son nuestros garbanzos. Pero que desde alguna Delegación se nos llame la atención por la bajada en la recaudación en el Joker, suena a broma de mal gusto.

Por el motivo que sea, el Joker es un "añadido" que se trata de imponer al apostante, que en definitiva es el que da y quita razón a la bondad de un producto. Es algo postizo que no ha acabado de cuajar, y por mucho que nos empeñemos en ofrecerlo, la gente es muy remisa a jugarlo, es así nos guste o no. Nadie preguntó desde SELAE, la opinión a la red de ventas sobre este novedoso producto, ni la oportunidad o conveniencia de ofertarlo en plena crisis, se impuso y punto.

Que ahora se quiera hacer culpable a la red de ventas de que este producto no funciona por "relajación" de sus deberes comerciales es un insulto a la misma. Por cierto, ya nos gustaría saber cuántas apuestas se juegan con Joker por la web de SELAE, no vaya a ser que estemos pidiendo a los demás algo que uno mismo no cumple, no es capaz de estimular. El logo del Joker no aparece en la citada WEB junto al de los otros juegos. ¿Es que no es un juego? ¿O es que no hay que promocionarlo?

Tal y como se menciona en la circular comercial de la Delegación de Salamanca, por ejemplo, que matiza que ha de ofertarse "aunque sepamos que el cliente no lo quiere... insistamos siempre en recordárselo", parece recochineo. Servidor no ha estudiado marketing de ventas como posiblemente hayan hecho otros, pero lo que sí sé es que, si a un cliente al que ves todas las semanas le recuerdas que si quiere algo y el cliente te dice que no todas las semanas, al final el cliente decide cambiarse de punto de venta, aunque sea solo por no aguantar al pesado que todas las semanas te recuerda lo mismo aún consciente de tu negativa. Recochineo anticomercial.

También supongo que será "relajación" de la red de ventas los veinte o treinta mil euros de recaudación de La Quíntuple. Si un producto no funciona, por mucho dinero que se invierta en publicidad y esfuerzo de todos, red de ventas incluida, pues no funciona. Pero La Quíntuple sí tiene su icono o logo junto al resto de los juegos, como también tiene su cartulina de ganadores cada semana. En nuestro caso, el Joker, ¿qué hacemos? ¿culpamos al cliente "relajado" de que no compre algo que no desea?

Si queremos buscar culpables o "relajados" para encubrir errores propios, pues es muy sencillo: echar la culpa a los demás. Pero la culpa, si la hay, es de todos menos del cliente, el diseño del juego no es el idóneo, la información del mismo es muy escasa, y eso el jugador lo percibe, y nosotros también lo sabemos. ¿Qué costaría, en el caso del Joker, dar los resultados por sorteo, los acertantes, la recaudación, etc. Serían cifras bajas en un inicio, pero la información siempre hace adeptos, y el Joker desde su inicio pecó de su ausencia. Esa información tiene que salir de SELAE, o tendremos que atribuimos, como dice en la nota, que no ponemos esfuerzos en ofrecerla por "relajación"... por no elaborarla. Caramba...

A propósito, salvo que mi información sea mala, no se han vuelto a reeditar los carteles promocionales del Joker desde su inicio. ¿Será por "relajación"? Solo están disponibles los pequeños que pueden sacarse del Stila.

Por último, y en referencia a la "relajación", supongo que también es "relajación" la no-puesta en marcha de la Comisión Mixta entre SELAE y las Asociaciones mayoritarias del sector que, por ejemplo, podrían sacar de la "relajación" las comisiones por venta y pago. Estas últimas no es cuestión de relajación, eso tiene otro nombre, y debería estar penado por la Ley. Así nos va.

José Luis Sánchez Puente
Lotería 219 de Madrid



El inquietante cese de Juan Gallardo

Ha sido uno de los rostros más conocidos de Loterías, tras su paso por el PAMDB, LAE y SELAE, durante más de 3 décadas. Concretamente, 34 años, que han conformado una hoja de servicios completa y variopinta, siempre en trayectoria ascendente, desde que se iniciara en el antiguo Patronato que gestionaba la apuesta deportiva española, La Quiniela, pasando por la Asesoría Jurídica de Loterías y, luego de sucesivos cargos en la cúspide del gestor del juego público de turno, concluir finalmente en la Dirección de Negocios de SELAE.

Ha sido el hombre que ha dado la cara, imagen de continuidad, ante los sucesivos cambios de rectores (Director/Presidente) de la "casa" (Patronato/Organismo/Empresa Pública), y ha sonreído siempre mientras solucionaba, a su entender, la larga retahíla de problemas internos del día a día de una organización tan poderosa económicamente.

Su nombre ha generado siempre controversia. Si estaba de tu lado mejor, porque en contra ha sido un difícil adversario. Seguro que no ha sido perfecto, que en tantos años de paso algunos tenían o tienen todavía, cuentas pendientes con él, y que se ha equivocado en diversas ocasiones porque ha tenido que decidir rápido y sobre temas que no dominaba suficientemente. Pero al mismo tiempo ha sido ejecutivo y constante. Por muchas cosas que se echen en la balanza en su contra el peso negativo tiende a compensarse con su voluntad decidida de conocer los temas, una capacidad de trabajo hercúlea (12 horas diarias como mínimo de trabajo en la casa era su costumbre) y una actitud de servicio inalterable al dirigente de turno, a su superior. Siempre supo que su supervivencia radicaba en su capacidad de adaptación y, perro fiel, sirvió siempre al que mandaba con humil-

dad y dedicación con sus conocimientos y experiencia para el buen funcionamiento de la casa.

Entre sus súbditos hay más amigos que adversarios. Por eso quería seguir entre los suyos, retirarse en su "casa", cerrar una larga trayectoria logrando algunos de los objetivos compartidos por todos en este colectivo: relanzar las ventas de los juegos tras la crisis y, sobre todo, dar nuevo impulso a su querida Quiniela, incorporando la apuesta cotizada a los terminales, una acción que consideraba estratégica. Quería volver a traer gente joven a los puntos de venta. Y nosotros queríamos ayudarlo en el nuevo reto. Pero no ha podido ser.

Es difícil pensar que se haya extralimitado en sus funciones o que no haya ofrecido toda su colaboración a la actual Presidenta. Es difícil también imaginarle sin argumentar sólidas razones para que el gravamen del 20% fuera suprimido de forma definitiva, pero seguro que lo hizo siempre respetuosamente, ofreciendo su vertiente técnica y su larga experiencia como avales, sin buscar más protagonismo que el propio de su cargo, no político.

Juan Gallardo ha cultivado siempre las formas. Los que le conocían desde hace años, seguro sabrán que ha sido miembro del Club de la Capa, indumentaria que usaba en contadas ocasiones, pero que junto a su bigote decimonónico le retrata como persona de gustos clásicos, hábil conversador y seductor profesional allá donde estuvo, como le reconocen incluso algunos de sus enemigos. Por eso su cese repentino y fulminante no ha hecho quizá justicia a una carrera profesional tan cuidada.

Es difícil saber porque ha sido cesado. Se habla, como siempre, de pérdida de confianza con la actual Presidenta, víctima de la reordenación de la cúpula interna en marcha. Las últimas semanas ha sido evidente la disminución paulatina de su protagonismo, hasta su cese el pasado día 7 de febrero. El tiempo dará luz a los hechos y pondrá a todos en su preciso lugar.

Habrá que esperar. Mientras tanto, desde ANAPAL, una Asociación que lo ha sufrido largo tiempo, en particular desde finales de 2008, cuando comenzaron a brotar oportunas escisiones internas, o durante 2009 gestando la famosa disposición adicional 34, o en 2010 con la lotería por terminal y el Contrato Mercantil; o en 2011 con la llamada Ley del Juego, que eliminó toda la jurisprudencia del antiguo LAE y lo dejó a punto para su privatización... , queremos ser equilibrados. Es cierto que lo hemos sufrido como vehemente analista de las modificaciones sobre los Juegos, casi siempre en discrepancia con ANAPAL, (las dos jornadas de La Quiniela, los dos sorteos de Euro Millones, la disminución ampliación de emisiones para Navidad y El Niño, el resbaladizo Jóker...). Discrepamos mucho. pero también es cierto que siempre vimos en él humanidad y sincera intención de mejorar las cosas (según sus puntos de vista).

Es cierto que lo padecemos como investigador de palacio y experto guardián jurídico de los secretos de SELAE y consiglieri de los directores/presidentes de Loterías, con su inveterada reticencia a facilitar la entrada en la casa, a las asociaciones representativas de la red comercial, o a dejar circular libremente la información sobre ventas de los juegos... , pero queremos ahora, sin embargo, contemplar su paso con una mirada benévola e indulgente, si cabe, distanciada. Fijarnos también en su afabilidad de viejo compañero en el largo viaje de las apuestas y loterías y su comercialización. Que lo cortés no quite lo valiente, lo "gallardo".

Anapal quiere transmitirle desde aquí su más sincero deseo de que las cosas le vayan bien a partir de ahora en su nuevo destino. Quien sabe si volveremos a encontrarnos en torno a la mesa de los Juegos del Estado o en algún otro lugar de colaboración o disputa. Con sus aciertos y desaciertos, su personalidad y su estilo dejan un hueco vacío difícil de rellenar. Que la suerte le acompañe.

Redacción Anapal

In Memoriam

Al amigo D. Luis Calleja Adrián

(Ex Jefe de Distribución y Venta de SELAE)



Querido amigo Luis, después de tantos años de compartir teorías, proyectos, controversias y cañas, has tenido que ser tú el que primero abandone la partida.

Debo decir, que has sido el mejor jefe de distribución y ventas, que he conocido.

Debo decir, que aunque en algunas cosas discrepamos, siempre fuiste con tu verdad por delante. Debo decir que defendiste esa tu verdad, ante propios y extraños, ante jefes y subordinados.

Debo decir por tanto, que actuaste con honradez.

Con esa sencilla honradez del hombre bueno. Del que no se esconde, del que está siempre ahí cuando le buscas.

Ahora tendremos que buscarte en tu historia,

La historia que creaste y la que

crearemos los que nos consideramos tus amigos, con todos esos recuerdos compartidos, hilvanados con el inevitable cariño y con el merecido respeto.

Creo que llegaste a querer tu trabajo y tu trabajo te quiso a tí. Creo que llegaste a querer la Lotería Nacional y dentro de esta, su sorteo por excelencia: Navidad.

Y te despidés de nosotros con ese guiño:

“me fui después de supervisar el sorteo de Navidad, para organizar sorteos viajeros más allá de las estrellas”.

“No dejo excusas ni vacíos, el que quiera encontrarme que busque en su corazón”

Pedro Lamata Cotanda, 23-12-2013.

Para facilitar el envío de comunicaciones con la mayor rapidez y con el menor coste, por favor envíanos tu correo electrónico/e-mail a **Anapal**:
e-mail: **gestión@anapal.com**
www.anapal.org



ANTE LAS DEVOLUCIONES DE CORREO QUE SE PRODUCEN EN CADA NUMERO DEL BOLETIN,

Anapal INFORMA QUE:

“Es imprescindible tener instalado un buzón de correo perfectamente visible para recibir la correspondencia, donde figure con claridad el piso y la letra; siendo conveniente que figure nombre y apellidos de los residentes en la vivienda o denominación social en caso de ser persona jurídica”.

En caso contrario Correos no se responsabiliza de la entrega.



AVISO: Todo aquel asociado que necesite un documento de **ANAPAL** por correo, así como los no afiliados hojas de afiliación, pueden pedirlo al gestor de correos de **Anapal** a través del teléfono 91-812.17.35 o al 663.96.56.49 (dirigirse a Antonio Rodríguez).



CAJAS FUERTES LÓPEZ e HIJOS

Mas información en
www.cajasfuerteslopezehijos.com
o en los teléfonos **91.408.45.73 ó 91.407.49.29**

Desde 1968 a su servicio, lo que nos consolida en el sector de la seguridad, como una de las empresa mas antigua a su servicio, contando para ello con un sólido y cualificado equipo de profesionales así como un amplio catalogo de productos capaz de dar respuesta a cualquier necesidad

- CAJAS FUERTES HOMOLOGADAS Y CERTIFICADAS.
- PUERTAS ACORAZADAS HOMOLOGADAS Y CERTIFICADAS.
- Cámaras acorazadas homologadas panelables.
- Armarios ignífugos para soportes magnéticos y documentación.
- Gran stock de piezas recicladas.
- Fabricación a medida.
- ANCLAJES según norma 108-136.
- REPARACION Y APERTURA de todas las marcas.
- INSTALACION de cerraduras electrónicas, bloqueos y retardos.
- Transporte propio especializado.
- Alquiler de cajas fuertes.



OFERTA SOCIOS de ANAPAL

iii GRATIS PORTES EN CDAD. DE MADRID E INSTALACION !!! (Resto de península, consultar)

Cumpliendo toda la legislación exigidas para administraciones de lotería en la actualidad

Homologada y Certificada nivel de seguridad IV para cajas fuertes EN-1143/1, certificado Aenor.

Sistema de cierre formado por cerradura de llave clase B
y sistema electrónico de retardo y bloqueo.

Anclaje al suelo conforme tanto a la Norma de Anclaje UNE 108136 como a la Orden Ministerial 317/2011, entregando certificado expedido por arquitecto colegiado

Visítenos: **c/ Federico Gutiérrez nº 26 - 28027 MADRID**

Escribanos: **info@cajasfuerteslopezehijos.com**

Modelo	Medidas exteriores mm			Medidas interiores mm			Peso	Vol.	Precio
CAJA	ALTO	ANCHO	FONDO	ALTO	ANCHO	FONDO	KG	LITROS	
K-60	550	530	445	470	450	300	225	65	1.480 € + IVA
K-110	1000	500	450	920	420	300	320	115	1.749 € + IVA
K-120	1330	460	445	1250	380	300	365	140	1.905 € + IVA
K-200	1000	600	570	920	520	420	450	200	2.320 € + IVA

Lotería Nacional

1 de cada 3 décimos — quiere tocarte —



1 de cada 3 décimos tiene premio



**Loterías y Apuestas
del Estado**