

DISEÑANDO EL FUTURO HACIA UNA OFERTA GLOBAL DE OCIO

Conclusiones del 3er FORO NACIONAL DEL BINGO

Cuando empezaba a intentar plasmar las conclusiones de este tercer foro, lo hacía con la sensación de encontrarme en un 3er. capítulo de un mismo serial, dado que esta cita, no es sino la evolución de la idea que gira entorno a la necesidad de que esta actividad sobreviva, se desarrolle y evolucione con su propio marchamo, sin perder las notas que le han venido dotando de sus señas de identidad respecto otras fórmulas de juego.

Desde luego que el foro tiene un sesgo reivindicativo, pero respetuoso, bajo el prisma de no vernos relegados a posiciones de marginalidad respecto otras variantes, y con el objetivo de hacerse acreedor de un respeto institucional y social del que entendemos, somos merecedores. Esta actividad ni necesita apelaciones nostálgicas de tiempos pasados, ni tampoco precisa de recompensas concedidas a quienes permanentemente, como si de plañideras se tratara, se lamentan sobre un injusto y diferenciado tratamiento.

La idea, en definitiva, es la de que no podemos resignarnos al mensaje de que dado de que como los males que nos afectan vienen de atrás y son heredados, como si de defectos congénitos se tratara, ninguna solución ya existe para los mismo.

Este, repetimos es el tercer capítulo de una saga que versa sobre la necesidad de reconocer la actividad y empresas de bingo, como un subsector con unas características y valores que le hacen acreedor de que no pueda ni quiera ser limitado a la escena de un cartón con números, que es tachado por un grupo de personas de avanzada edad, situadas alrededor de una mesa, en casi reverencial silencio, a los que cada mes se va restando un miembro por aquello de la implacable evolución vital.

Nuestra actividad, nuestros establecimientos, nuestro personal, nuestra dedicación, nuestra observancia normativa, nos hacen merecedores de un derecho a que se nos reconozca como lugares que ofertan un ocio diversificado, a los que responsablemente se puede acudir para jugar y disfrutar.

Cuando desde nuestras organizaciones FEJBA y CEJ, planteamos la celebración de este 3ºer. Foro, recibimos desde la Administración de La Rioja el máximo apoyo y disposición para consumir este encuentro, y a medida que hemos ido trabajando con Dña. Cristina Bella y equipo, hemos comprobado que el empeño se ha traducido en evidentes resultados de éxito. Hemos de reconocer además que desde el primer instante esta iniciativa se desarrolló bajo la

idea de poner de manifiesto los valores que caracterizan nuestra actividad, insisto, siempre con un tono de reivindicación respetuosa.

No es, ni ha sido nuestra intención el entrar en confrontaciones sectoriales, hemos huido de eso, porque rehusamos la idea de mantenernos a costa de nadie, nuestra impronta se basa en la necesidad y de que se apliquen criterios de equidad y de ponderación de la actividad desarrollada, de acuerdo a las exigencias de que es objeto y características que reúne, y francamente esperamos que este tercer capítulo de la misma obra vaya calando social y administrativamente.

A la vista de la asistencia de reguladores, fabricantes, representantes del mundo sindical y empresarios, es decir de todos los actores de esta singular pieza, podemos decir sin ningún recato, que al menos en lo que a la puesta en escena y desarrollo del argumento se refiere el objetivo puede haberse cumplido.

Sólo falta que el mensaje o moraleja que de ella se desprenda, tenga plasmaciones y realidad en las diferentes decisiones administrativas y empresariales, con la vista puesta en un cuarto foro, donde podamos hacer un repaso optimista de lo acaecido desde esta edición, hacia la consecución del objetivo de una oferta global y moderna de juego y ocio.

Entrando en materia y siguiendo con el símil teatral, con el que hemos empezado, cabría decir que este tercer capítulo se ha desarrollado a través de 4 cuestiones o perspectivas básicas muy sencillas, **¿Cómo estamos realmente?, ¿Qué aspecto tenemos para nosotros y para terceros? ¿Qué nos diferencia de otros? ¿Que necesitamos para que nuestra obra continúe en cartel?.**

Esos han sido los caminos, por los que ha discurrido este tercer foro, celebrado en un marco incomparable, con una asistencia de reguladores y de público envidiable.

Esto nos anima a seguir en el desarrollo de esta obra en futuros actos y en ello pondremos nuestro empeño.

Vayan pues las respuestas a esas preguntas que nos hemos formulado y que se recogen a modo de conclusiones.

1ª Pregunta: ¿Cómo estamos realmente?

Para buscar respuestas a esta pregunta D. Manuel Matamoros y D. José Antonio Gómez Yáñez nos mostraron una realidad concretada tanto en cifras como en las sensaciones que las mismas transmiten.

Y la tozuda realidad dice que el sector tras una profunda caída en ventas, agravada con la Ley del tabaco, y en establecimientos ha repuntado algo, o mejor dicho no ha seguido cayendo, se

mantiene a duras penas, aunque haya un crecimiento medio de un 2,4% en el último año y con 115 salas menos en 15 años.

Algo hemos ganado con respecto a otras ediciones, pero, desde luego no puede ser ningún consuelo decir que no se cierran más salas o que se ha detenido la caída de venta, máxime si uno mira a otros subsectores, cuyo crecimiento es evidente, incluso según ellos mismos desmedido en algún caso. La ratio que se nos ha dado es de 0,67 bingos por 100.000 habitantes y de 6,1 salones. Podemos afirmar entonces que mientras otros crecen nosotros continuamos estancados.

Detrás de esta detención de la caída de la actividad, están las nuevas modalidades de juego con aplicación de nuevas tecnologías, más dinámicas, más interactivas, basadas sobre todo, en una mayor devolución de premios, modalidades alejadas de fiscalidades irracionales concebidas más desde parámetros punitivos que son propiamente tributarios, decía Manuel Matamoros: “o nos transformamos, o mejor, salir del sector”.

Pero lógicamente con esto no nos podemos conformar y esta negativa tendencia sólo la entenderemos revertida cuando alcancemos esa realidad de que, por ejemplo, para futuros inversores sea tan atractivo poder abrir un bingo como si de un Salón o un Casino se tratara. Porque a la vista de los datos, la pregunta deviene sencilla, ¿creen Vds. que despierta el mismo entusiasmo o pugna empresarial la apertura de un bingo que de un Casino o de un Salón? ¿Se plantean hoy problemas de necesidad de planificación por exceso de oferta de bingos como ocurre en otros subsectores?

Para reflexionar sobre este particular, bastaría volver la mirada hacia los últimos artículos de revistas sectoriales y tendremos una respuesta rápida y contundente, la frecuencia, expectación, competencia, que despierta una posible apertura de una Sala de Bingo es tal, que precisamente lo que es noticia es que evidentemente haya alguien tan osado que piense en abrirla.

Esperemos invertir la tendencia.

2ª Pregunta de referencia. ¿Cómo nos vemos y como nos ven? ¿Es decir qué aspecto tenemos para nosotros mismos y para terceros?

Empecemos con un atisbo de sensatez: La sensatez debe de empezar por el reconocimiento de nuestra propia realidad, de nuestras debilidades y defectos. Sólo de esta manera se podrán desarrollar mecanismos que permitan la supervivencia y la evolución de la actividad, y mirar soluciones de futuro.

Pues bien, bajo la idea de pulsar la realidad sectorial, se encargó la elaboración de un denominado Barómetro Sectorial por las 2 Organizaciones empresariales FEJBA y CEJ, trabajo que ha sido llevado a efecto por una autoridad intelectual en materia de estudios sociológicos, Profesor – Gómez Yáñez, de reconocida experiencia por sus análisis y estudios del sector de juego, cuyos resultados han sido evocados esta mañana. Y las respuestas sobre cómo nos vemos a nosotros mismos son harto elocuentes:

Tenemos la sensación de una evolución favorable de la economía en general, pero el empresariado de Bingo tiene la idea de estar atravesando una situación mala o regular. ¿Pesimismo o realismo?

Y la negativa sensación que los propios actores de la economía subsectorial del Bingo tienen, se asienta en la falta de renovación de la demanda por algunas razones fundamentales: A) Se trata de un juego en sí mismo no asequible económicamente, ya que la crisis ha afectado mucho a los clientes. B) Es un juego que ha evolucionado escasamente, debido a la rigidez normativa y asfixia tributaria.

Todo esto se traduce en una falta de competitividad respecto a otras ofertas que están creciendo, juego de clientela envejecida y baja fidelización de nuevos clientes. Y en esta situación el empresario de bingo, en legítimo desarrollo del instinto de supervivencia económica, trata de compensar su situación con otras ofertas a desarrollar en sus establecimientos.

Resulta además que los protagonistas de la actividad consideran que el elemento intersocial y el aspecto de ocio que tiene este juego, no están suficientemente valorados.

A pesar de todo ello, las empresas creen en su actividad, pero a la vez dicen que no pueden mantenerse, si no es con una evolución del propio juego y aumentando la oferta en los establecimientos.

Esto es lo que, fundamentalmente, empresarios y responsables de establecimientos vieron de sí mismos y esto es lo que trasladamos al foro para que reflexione sobre el particular.

.- Vistas las sensaciones que se trasladaban desde el propio sector, ahora se revelaba como especialmente interesante saber cómo nos veían desde otras instancias.

.- La respuesta a esta inquietud ha cobrado especial relevancia cuando viene de una fuente tan autorizada en materia de juego como es la del propio Director de la DGOJ, D. Juan Espinosa.

1.- Nos advirtió de la necesidad de afianzar nuestra idiosincrasia y fortaleza de su opinión. Nada que temer del bingo on line, no hay canibalización. Los datos revelan que no. Ni tampoco en

cuanto a operadores que trata. Hay clara sinergia entre canales menos el bingo, y hay que explicar esas vías.

2.- Avisa de la más que imprescindible necesidad de mejora de imagen en cuanto a producto, labor ardua y difícil, la necesidad de una mayor transmisión en los aspectos más característicos y reveladores de nuestra actividad, como la percepción de juego social y responsable, este elemento se erige como un referente al que necesariamente debemos acudir, y quizás en el futuro debamos explorar estas vías.

3.- ¿Qué mejoras puede obtener desde el on line el juego presencial?

No basta mirar hacia otros lados, parece decirnos D. Juan Espinosa, es imprescindible sacar el mejor partido a todas nuestras posibilidades, que las hay, que fueron las que llevaron en su momento a esta actividad a convertirse en un fenómeno de masas por su atractivo en diferentes campos. Todos necesitan diferentes productos, pero la Base es nuestro juego, siempre que innovemos.

Y ante eso surge la.....

3ª Pregunta: ¿Qué nos caracteriza o diferencia como subsector de empresas de juego de bingo?

A esto hay una contestación inicial que, no por ser muy repetida pierde un ápice de realidad, aún en nuestros días.

La base principal de nuestra actividad es el desarrollo de un juego con alto componente de sociabilidad, sus establecimientos son lugares de juego y de ocio, y su oferta debe continuar por ese camino, y así se nos debe permitir, pero no con un único y exclusivo producto.

A partir de ahí se suscita la necesidad de tener que poner en valor algunas cualidades que parece conviene recordar.

1.- Las empresas de Bingo son importantes generadoras de empleo y son un ejemplo de la cohesión y diálogo social. (Más de 8.500 empleos)

1.1.-Es importante dejar de manifiesto, o como se dice ahora –visibilizar-, que para regular sus relaciones laborales este sector tiene un **Convenio a nivel nacional y sectorial, desde su práctica aparición ya hace 40 años.**

Esta norma pactada sirve de aplicación directa a más del 60% de empresas y trabajadores del sector y de referencia o marco, en la mayoría de las materias, para el resto de empresas.

Aquí no hay lagunas de regulación en materia laboral o dispersión normativa por empresas. Y eso es un valor o cualidad que tiene necesariamente que ser reconocida a nivel regulatorio y administrativo, porque esto es también responsabilidad social o, mejor dicho, es uno de los mayores símbolos de esa responsabilidad social corporativa a que nos hemos referido.

1.2.- El sector del Bingo tiene instituido en el marco de las relaciones laborales un **Observatorio Sectorial**, que analiza y discute situaciones que apoyan iniciativas y propone soluciones a problemas propios de la actividad. Sin ánimo de caer en falso triunfalismo, ¿hay algún otro subsector del juego que pueda decir lo mismo?

En un escenario económico y social en el que las relaciones laborales y la interacción de los agentes intervinientes en la actividad económica son tan importantes, estos elementos deben de salir del ostracismo y merecen la valoración adecuada de terceros, particularmente de las Administraciones. Los reguladores perfectamente conocen de la importancia en este aspecto a la hora de establecer normativas.

Es concluyente que en ningún otro subsector se oiga la voz de los trabajadores tanto como en éste, y buen ejemplo de ello lo tuvimos en la última regulación del Bingo Dinámico en la Comunidad de Madrid, donde sólo el consenso social propició una normativa que pudo sacar al declive en que se encontraba la actividad. ¿Hay quién dé más? ¿Por qué no se tiene en cuenta este factor en la medida de su potencialidad?

2.- La otra gran cualidad de que tenemos que hacer gala es la relativa al **Juego Responsable y la Responsabilidad Social Corporativa** que tan especial atención ha tenido en nuestro Foro, y en este aspecto nos vamos a detener especialmente porque se trata, en palabras de Cristina Bella, de mantener la reputación de la industria.

En la mesa correspondiente se han puesto de manifiesto una serie de aspectos fundamentales sobre el Juego Responsable para situarlo en su justa medida con respecto a las empresas de Bingo.

Se ha partido del incontestable hecho de que el fenómeno del juego desmesurado imputable a conductas no adecuadas no es actual e históricamente ha sido muy reducido. Los estudios dicen que las cifras en España están por debajo de otros países, en cuanto a juego no adecuado. Ciertamente es que ahora está en alza y habrá que ver cuáles son los motivos y dónde se localizan los mayores brotes de crecimiento.

El juego no responsable o mejor dicho, las actitudes desplegadas hacia un juego no responsable no tienen en el juego del bingo su principal foco y eso todos lo sabemos. Desde luego, afirmamos sin ningún rubor, el Bingo es el juego que tiene menos problemas de juego

inadecuado, y desde luego no por presencia de menores. Somos los que menos conflictos generamos.

Eso es debido a que la observancia de requisitos que propician un Juego Responsable ha existido desde siempre en el Bingo.

Así resulta que desde su primigenia regulación, esta actividad ha tenido que observar unos estrictos requisitos y controles de admisión que conllevan la necesaria verificación de identidad y edad por acceso, inclusión o no en Listado de Prohibidos y Registro de la entrada o asistencia como tal. Esto es necesario para el uso de cualquier juego que allí se dispense, (incluidas en muchos casos máquinas de tipo B que no tenían ninguna restricción de uso en la calle para mayores de edad). Ese es un método eficaz y equitativo, otras cosas, son otros controles, que por legítimos no podrán contar con la misma calificación ni tratamiento regulatorio ni de oferta. Esperamos obtener la declaración y reconocimiento que creemos merecer.

3.- En el Bingo además existe históricamente en la práctica generalidad del Estado una **política de planificación de establecimientos** y, no impuesta a partir de un crecimiento desmedido de establecimientos como medida proteccionista para status adquiridos, sino con carácter previo. No deja de ser paradójico solicitar políticas de planificación sectorial cuando ya se han inundado las poblaciones de establecimientos y quizás resulte no competitivo que puedan aparecer más.

4.- Existe un control informático de horarios en conexión con la administración.

5.- R.S.C.: tiene además algunas iniciativas de renombre, Juan José ha dado cumplida cuenta:

- Por ejemplo, existe una Fundación Social de Juego Privado en Castilla y León que se nutre de recursos provenientes del juego y ha realizado y realiza contribuciones.
- Se está trabajando en la Adhesión a un Manual de Buenas Prácticas que impidan el acceso eficaz para evitar menores y prohibidos.
- Se trabaja en políticas de Información en Establecimientos para un uso adecuado del juego. Ejemplo: EBINGO desde 2005.
- Políticas efectivas. En el año 2006 aparece el Libro Blanco de juego de bingo.
- Disposición de establecimientos a seguir protocolos que lleven a la consecución de un juego responsable.
- Las empresas de Bingo tienen implantados mayoritariamente protocolos de actuación en materia de prevención de blanqueo de capitales con sistemas y requisitos de verificación dirigidos a evitar conductas fraudulentas.

- Las políticas de Formación se llevan a efecto desde hace 20 años y prácticamente todos los trabajadores y empresas del sector han experimentado los procesos formativos. Todo eso es Responsabilidad Social Corporativa, práctica y no sólo etiquetas de buenismo.

4ª pregunta: Y puestos de relieve nuestros valores deviene la pregunta ¿qué necesitamos para seguir en escena?

.- **Imprescindible** evolucionar producto y oferta en establecimientos y para ello NECESITAMOS que los reguladores nos conceptúen como establecimientos con diversidad de oferta, adecuada a los requerimientos legales, a las fianzas, a las inversiones, a las relaciones laborales, a los requisitos y observancias de juego responsable.

No se trata de crecer a costa de otros, se trata de lo que hemos denominado, quizá muy pomposamente, como la transversalidad en la oferta. Lo hemos dicho, no se nos puede relegar al tachado de cartón, y seguiremos insistiendo en la idea. Nos gusta la idea de la pirámide del País Vasco, de medir las posibilidades de juego según requisitos de establecimientos.

.- NECESITAMOS flexibilización normativa, sobre todo en la configuración del producto.

Se debe de posibilitar una variación en la oferta de premios, como en otros muchos juegos, respetando unos parámetros de devolución de premios que permitan la supervivencia de todos como pretendía alguna iniciativa de libertad máxima de devolución de premios respecto a alguna modalidad, sino de tener unos límites para fijar una base de tributación adecuada sobre lo no devuelto en premios.

En definitiva, se trata de adaptar el juego y los premios en función de horarios o demandas.

.- NECESITAMOS un tratamiento fiscal asimilado al resto de ofertas. No podemos seguir con un juego tradicional caracterizado por tener más del doble de fiscalidad que la media de algunos juegos y en algunos casos más del cuádruple, aunque sea implantación de nuevas modalidades es la vía para reducir una tributación asfixiante.

Y si no puede darse el paso de acudir a esa reducción tributaria en el producto tradicional, debe de atenderse a la regulación de fórmulas abiertas, aunque partan de conceptos tecnológicos. No es asumible que exista una media superior a 3 años en el proceso administrativo que ha de observarse para poner en práctica una modalidad, porque no llegamos y no voy a poner ejemplos que todos conocemos.

Necesitamos que el trasvase hacia esas fórmulas de juego con una fiscalidad más adecuada y cercana al formato característico del juego de bingo sea real y rápida. Una pregunta, ¿Por qué a

ninguna Administración le ha causado estupor que un producto como las Apuestas tribute al 10% y el Bingo Tradicional a una media del 40%?

.- **Reclamamos** un reconocimiento pleno de nuestro subsector. No nos resignamos a seguir siendo considerado un juego anticuado y propio de épocas instaladas en estereotipos de bodevil.

No somos inferiores, ni tenemos menos glamour que otros establecimientos. La característica de juego mutualizado, participativo, a la que hemos de añadir además el concepto de juego absolutamente responsable, deben de ser puestas en valor.

.- **Queremos que** se reconozca que el juego responsable existe, que puede y debe de ser reconocido que en los establecimientos de Bingo se puede practicar el juego de una forma adecuada. Vamos a propiciar que ese reconocimiento se traduzca en términos prácticos y formales para que pueda recibir tratamiento diferenciado desde la Administración.

.- **Apelamos a** que las Administraciones huyan de discriminaciones absurdas en tratamiento de inspección y vigilancia respecto a materias tan vitales como la publicidad. Es intolerable el abismo tan brutal de trato entre diferentes opciones de juegos o canales y hay ejemplos en muchas CCAA que son sangrantes.

(A la vez que existe campo abierto para hablar de apuestas, por ejemplo, no puede en muchos casos publicitarse los premios que se otorgan a una sala porque se dice que eso es una incitación al juego. ¿Para qué es la publicidad sino es para invitar al usuario a consumir un producto o servicio?)

.- **En fin**, reconocemos que esta cantinela es repetida, porque lamentablemente la situación no evoluciona todo lo favorable ni rápido que la supervivencia sectorial hace precisa. Algo se va consiguiendo, y esto es buena prueba de ello, esperamos que dé tiempo a que en el 4º Foro, que estamos seguros se celebrará, el capítulo de “ruegos y peticiones” se haya transformado en “reconocimientos”, y la problemática haya variado. Hasta entonces, seguimos batallando contra el ostracismo a que parece nos han llevado en estos años.

Presidentes de CEJ y FEJBA

Expuesto por D. Jesús Serrano Escudero