

## TITULARES.

- ❖ **Los empresarios y directivos de salones de juego** perciben la **situación económica positiva y estable**: el 30,0% cree que es buena y el 78,0% que ha mejorado en los últimos meses.
- ❖ Sus previsiones indican **una dinámica de crecimiento** del sector:
  - ✓ El **44,7%** prevé **incrementar plantillas**.
  - ✓ **La mitad** prevé **aumentar la oferta de juegos de sus salones** con nuevas máquinas (y juegos) (48,9%) y ruletas (23,4%) o **renovar sus máquinas actuales (80,9%)** cambiándolas por nuevas, lo que supondrá **importantes inversiones**.
  - ✓ Un **53.2%** prevé **abrir nuevos locales**.
  - ✓ **93,6%** **excluye reducir plantilla**. El **91,3%** prevé **invertir en formación profesional**.
  - ✓ Las empresas detectan el **riesgo de saturación del mercado** de salones.
- ❖ En los últimos **seis meses**, un salón medio, registra **incrementos de facturación** del 2,1% en máquinas "B", 2,5% en ruletas y 2,3% en apuestas deportivas. Pero, casi **el 15% de los salones está aún en cifras negativas**. Esto dará lugar a algunos cierres, probablemente.

## EL SECTOR DE SALONES DE JUEGO.

- ❖ **15.800 empleos** directos.
- ❖ Más de **2.700 salones** (aprox. 2016).
- ❖ **600 empresas** (aprox.):
  - ✓ Más de 100 salones            3
  - ✓ De 51 a 100 salones            4
  - ✓ De 10 a 50 salones            17
  - ✓ Menos de 10 salones            580
- ❖ **600 Millones de € en facturación (GGR)**.
- ❖ **170 Millones de € en impuestos directos sobre el juego**.
- ❖ Más de 75.000 puestos de juego (aprox. 2016).
- ❖ Patronal: Asociación Española de Empresarios de Salones de Juego y Recreativos (ANESAR)



## PRESENTACIÓN.

Como presidente de ANESAR es un placer presentarles el primer Barómetro de los Salones de Juego. **Pretendemos que sea un referente informativo para los empresarios y directivos del sector, medios de comunicación y administraciones.** Este esfuerzo de ANESAR se produce en un momento de expansión de nuestra actividad. **La mayoría de las empresas**



**prevé invertir en nuevos equipos o abrir nuevos salones, mantener o expandir las plantillas y mejorar la formación profesional de sus empleados.** Sin duda, hay riesgos, alguno derivado del éxito del sector, como es que un incremento del número de salones que puede comprometer la viabilidad de algunos. Pero **el clima general es optimista.**

Esto se produce porque **los salones, con su oferta de juegos y de apuestas, se han convertido en una alternativa de ocio.** Lo que quiere decir que nuestras empresas lo están haciendo razonablemente bien, a **satisfacción de sus clientes**, y que la oferta de juegos es cada vez más atractiva.

**ANESAR desearía que este Barómetro tuviera proyección más allá de nuestro sector.** Queremos transmitir a la opinión pública y a los medios de comunicación que **los salones de juego somos un sector empresarial relevante** para un país que tiene en el turismo y el entretenimiento uno de los pilares de su economía. Por ejemplo, la rápida consolidación de las apuestas deportivas no es explicable sin el éxito de los equipos y deportistas españoles en las competiciones internacionales y sin que nuestras ligas estén entre las mejores del mundo. Nuestras empresas están creando **nuevos conceptos** de salones en los que **los clientes pueden disfrutar de espectáculos o pasar un rato de ocio jugando con sus amigos o familiares.** El **servicio al cliente es la raíz de una coyuntura positiva que se concreta en creación de empleo, mejora y diversificación de la oferta y nuevas aperturas.**

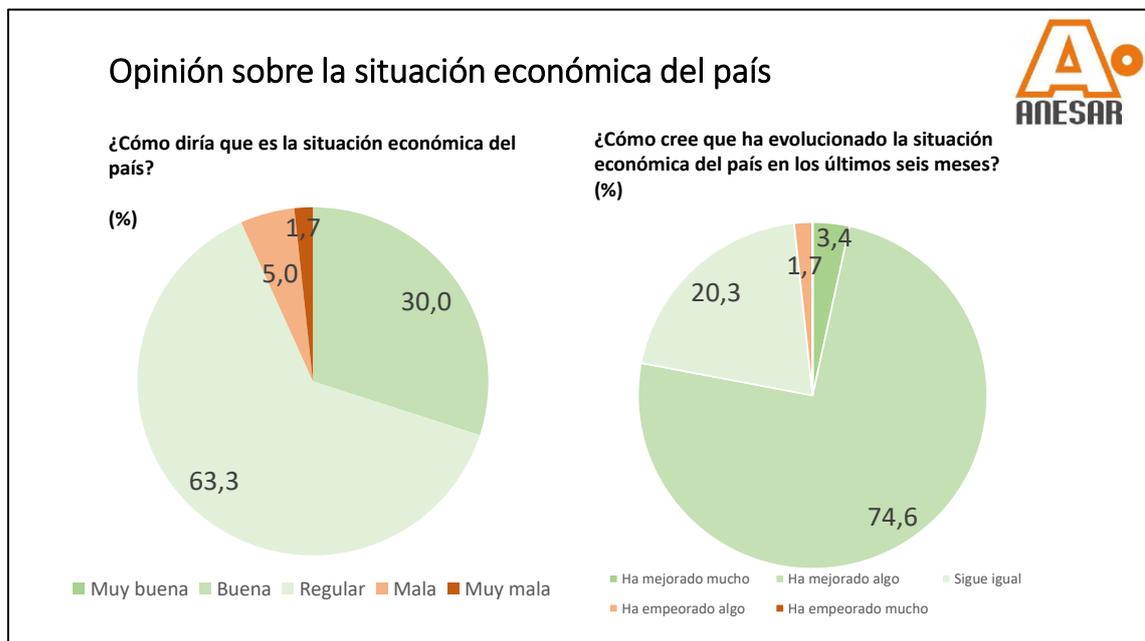
Un cordial saludo

José Vall.  
Presidente de ANESAR

**LA OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS Y DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS DE SALONES DE JUEGO.**

**La situación económica del país.**

Los empresarios y directivos de salones de juego ven la situación económica del país con tranquilidad y relativo optimismo. Casi dos tercios (63,3%) opinan que la situación económica es “regular” y un 30,0% “buena”, el 78,0% cree que ha mejorado en los últimos meses. Estas opiniones apoyan **un clima decidido de inversión en nuevos salones y máquinas, que se traducirá en creación de empleo.**



**Los salones de juego en una dinámica ascendente.**

La oferta de ocio de los salones se puede dividir en tres vertientes: máquinas de juego, ruletas automáticas (máquinas multipuesto) y las apuestas.

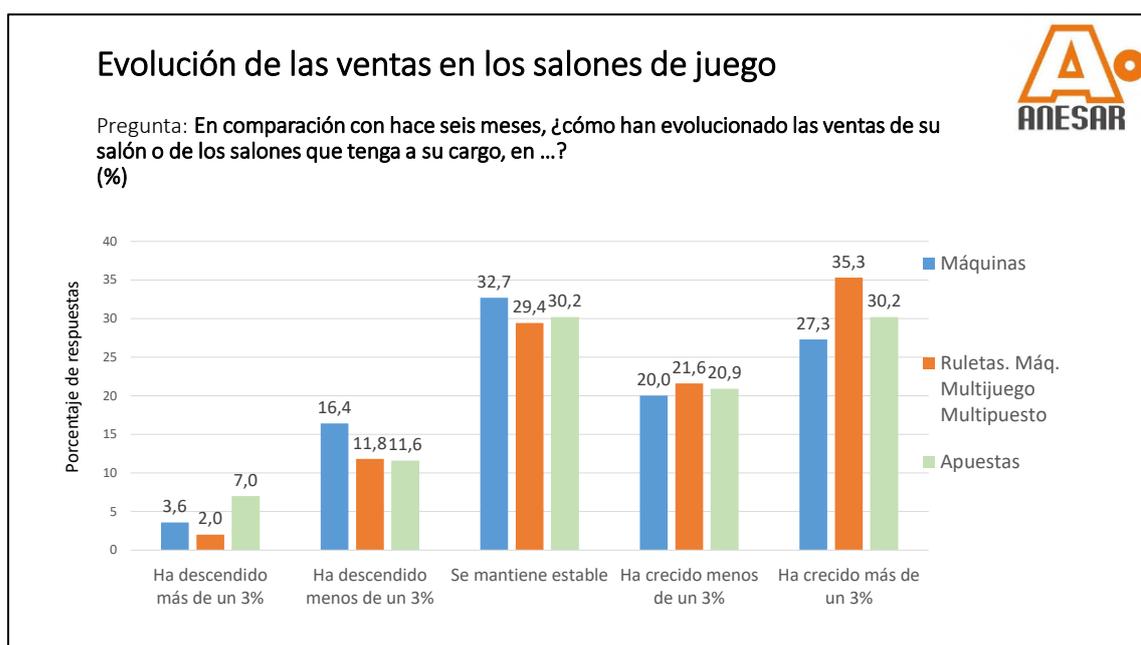
Los tres tipos de juegos **crecen por encima del 2% en los últimos seis meses**, aunque en **más de un tercio de los salones las ventas crecen por encima del 3%**, lo que supone más del 5% anual. Pero **entre el 10% y el 15% de los salones registran descensos en sus ventas.**

**Las ruletas (máquinas multipuesto) son el juego que más crece.** El 35.3% de los responsables de salones reporta crecimientos por encima del 3% en los seis últimos meses, y un 21.6% algo menor.

**Las apuestas registran crecimientos por encima del 3% en los últimos seis meses según el 30,2% de los entrevistados.**

Las **máquinas “B” tienen crecimientos más moderados.** Un 20% de los responsables de salones reporta que están descendiendo en su rendimiento, aunque casi la mitad declara incrementos en sus ventas.

**El crecimiento de los salones de juego se apoya en las ruletas, una nueva generación de máquinas multijuego y multipuesto y las apuestas,** lo que supone una **renovación de su oferta** a sus clientes **en muy pocos años**, lo que explica la mejora de la percepción de los salones.



### Las decisiones que tomarán las empresas.

La confianza en la economía y el incremento de la facturación impulsan la expansión del sector:

- ✓ **Casi todos los directivos y empresarios prevén renovar la oferta de máquinas de los locales (80,9%) e invertir en mejorar la formación profesional del personal (91,3%).**
- ✓ La mitad **prevé que sus empresas abran más locales (53,2%) o instalen más máquinas (48,9%)**. El 23,4% prevé instalar más ruletas (máquinas multipuesto), una inversión relevante en este tipo de negocio dado el elevado coste de estos equipos, y el 19,6% sopesa instalar máquinas innovadoras que amplíen la oferta de entretenimiento a *fantasy sports*, juegos de habilidad, etc.
- ✓ **Las opiniones están equilibradas en cuanto a contratar más personal (44,7%) o mantener la plantilla actual, en todo caso, el 93,7% descarta reducciones de plantilla.**

| Decisiones previsibles de las empresas de salones de juego en los próximos meses (%)                      |      |      |         |
|---|------|------|---------|
|   | Sí   | No   | No Sabe |
| Formar a los empleados para conseguir mayor implicación con la empresa y reducir la rotación del personal | 91,3 | 4,3  | 4,4     |
| Cambiar máquinas antiguas por otras modernas  | 80,9 | 14,9 | 4,2     |
| Abrir otros locales   | 53,2 | 29,8 | 17,0    |
| Instalar más máquinas   | 48,9 | 40,4 | 10,7    |
| Contratar más empleados   | 44,7 | 44,7 | 10,6    |
| Crear una web par el/los salones  | 37,0 | 39,1 | 23,9    |
| Instalar más ruletas/máquinas multipuesto   | 23,4 | 66,0 | 10,6    |
| Cerrar algún local  | 21,3 | 68,1 | 10,6    |
| Instalar máquinas con nuevos juegos (deportes electrónicos, fantasy-sports, de habilidad, etc.)           | 19,6 | 47,8 | 32,6    |
| Comprar algún local de otras cadenas/propietarios   | 19,6 | 56,5 | 23,9    |
| Reducir el número de máquinas   | 8,5  | 85,1 | 6,4     |
| Vender algún local a otras empresas   | 6,5  | 82,6 | 10,9    |
| Reducir plantilla   | 0,0  | 93,6 | 6,4     |

- ✓ El **reverso negativo** es que el **21,3% prevé cerrar algún local**. Como se vio en el punto anterior, casi el 15% de los locales presenta evoluciones negativas en sus ventas. Un 8,7% prevé reducir capacidad productiva, es decir, el número de máquinas en sus locales.

Un efecto de este contexto expansivo es que **un 19,6% de los directivos y empresarios entrevistados contempla la posibilidad de que su empresa adquiera salones de otras cadenas o propietarios**. Sin embargo, sólo el 6,5% parece dispuesto a hacerlo.

### Las urgencias del sector de salones de juego.

La regulación de las apuestas deportivas en las comunidades en las que aún no están operativas (Balears y Andalucía) se considera urgente por prácticamente todos los directivos y empresarios del sector: el 52,2% la cree muy urgente y el 26,1% bastante urgente.

Se detecta el riesgo de saturación del mercado por exceso de oferta de salones. De este modo, el 69,6% considera que es muy o bastante urgente regular las distancias entre los salones o poner topes a su número. Estas alternativas se incluyeron en el cuestionario de manera sólo ilustrativa, lo relevante es que se detecta el riesgo de que el número de salones comprometa la rentabilidad del conjunto.

Regular nuevas ofertas de juegos como deportes electrónicos, *fantasy sports* o juegos de habilidad lo considera urgente el 39,2% de los entrevistados. Hay que deducir que, por el momento, la idea mayoritaria es desarrollar la oferta de juegos tal como se configura en este momento.

| Demandas de regulación de la oferta de salones de juego  |             |                  |         |              |              |
|--|-------------|------------------|---------|--------------|--------------|
| (%)  | Muy urgente | Bastante urgente | Regular | Poco urgente | Nada urgente |
| Regular las apuestas deportivas en las comunidades en las que aún no están operativas  | 52,2        | 26,1             | 6,5     | 2,2          | 13,0         |
| Regular las distancias entre los salones o poner un tope al número de salones que puedan instalarse, porque se están instalando muchos últimamente | 41,3        | 28,3             | 8,7     | 6,5          | 15,2         |
| Disponer de una regulación sobre deportes electrónicos (e-sports), <i>fantasy sports</i> y similares que permita instalarlos en los salones        | 2,2         | 37,0             | 32,6    | 21,7         | 6,5          |

### Planes de inversión. La regulación como estímulo o freno.

El 71,7% de los empresarios y directivos entrevistados planea invertir, abriendo nuevos salones o ampliando o reformando los actuales, en comunidades concretas, por lo que hay que pensar que estas decisiones de inversión están razonablemente maduras.

Las comunidades en las que hay más disposición a invertir son Madrid, Comunidad Valenciana, Castilla y León y Cataluña/Catalunya, no obstante, la reducida dimensión de la muestra de cada comunidad hace que este dato deba tomarse con reservas.

En general, estas decisiones se apoyan en considerar que hay un mercado en crecimiento. Pero las condiciones de regulación no parecen las óptimas tanto en el conjunto del país (seguramente por dispersión) como en algunas comunidades concretas. Las opiniones sobre las regulaciones se deben ponderar en función de las reducidas muestras disponibles para algunas comunidades, lo que produce resultados contundentes, seguramente la realidad es más matizada. Como muestra la tabla, se puede decir que en **Aragón, Galicia** y, en menor medida, **Madrid y Cataluña** las regulaciones son vistas como un obstáculo por entre la mitad y un tercio de los directivos y empresarios que prevén invertir en tales comunidades.

Buena parte de las valoraciones negativas sobre las regulaciones apuntan a la facilidad de apertura de nuevos locales, que podría estar propiciando una “burbuja” más allá de los límites de la demanda real y a las horas de cierre diferentes al sector de hostelería u otros sectores del juego.

| Planes de inversión en comunidades (abrir nuevos salones, ampliar o reformar los existentes) |  |   |  |                              |
|--|--|---|--|------------------------------|
| (%)  |  |   |  |                              |
|  | Prevén<br>invertir en<br>España o en<br>alguna<br>comunidad<br>(% total) | Opinión sobre oportunidades de inversión      |  |                              |
|  |  | Creen que hay un<br>mercado en<br>crecimiento | Valoración de las condiciones de<br>regulación |                              |
|  |  |   | Son buenas<br>condiciones                      | No son buenas<br>condiciones |
|  |  | (% entre los que piensan invertir)            |  |                              |
| En toda España   | 17,4   | 100   | 25,0   | 75,0                         |
| Madrid   | 19,6   | 88,8  | 66,7   | 33,3                         |
| Valencia (Com. Valenciana)   | 17,4   | 62,5  | 75,0   | 25,0                         |
| Castilla y León  | 13,0   | 100   | 100  | 0,0                          |
| Cataluña (Catalunya)   | 13,0   | 33,3  | 66,7   | 33,3                         |
| Andalucía  | 10,9   | 100   | 0,0  | 100                          |
| Extremadura  | 10,9   | 100   | 80,0   | 20,0                         |
| Baleares   | 8,7  | 75,0  | 75,0   | 25,0                         |
| Castilla-La Mancha   | 8,7  | 75,0  | 75,0   | 25,0                         |
| País Vasco (Euskadi)   | 8,7  | 50,0  | 75,0   | 25,0                         |
| Aragón   | 4,3  | 0,0   | 50,0   | 50,0                         |
| Galicia  | 4,3  | 100   | 50,0   | 50,0                         |
| Murcia   | 4,3  | 0,0   | 100  | 0,0                          |
| Navarra  | 4,3  | 100   | 100  | 0,0                          |
| Asturias   | 2,2  | 100   | 0,0  | 100                          |
| Canarias   | 2,2  | 100   | 100  | 0,0                          |
| Cantabria  | 2,2  | 100   | 0,0  | 100                          |
| Rioja, La  | 2,2  | 100   | 100  | 0,0                          |
| No tiene previstas inversiones   | 28,3   |   |  |                              |

#### RESPONSABLES Y PERSONAS DE CONTACTO.

|  |   |
|--|---|
| <b>ANESAR</b>  | <b>Director de la investigación</b>   |
| <b>Juan Lacarra.</b>   | <b>José Antonio Gómez Yáñez</b>   |
| Secretario General de ANESAR.                                | Estudio de Sociología Consultores.  |
| <a href="mailto:jlacarra@anesar.com">jlacarra@anesar.com</a> | Profesor de Sociología de la Universidad Carlos III   |
| Teléfono: 34 91.185 26 73 / 34 650 867 535                   | <a href="mailto:jagy@telefonica.net">jagy@telefonica.net</a> / <a href="mailto:jagomez@polsoc.uc3m.es">jagomez@polsoc.uc3m.es</a> |
| C/ Ortega y Gasset, 25                                       | Teléfono: 34 649 827 619 / 34 91 375 96 32  |
| 28006 Madrid   |   |

#### METODOLOGÍA.

El Barómetro de los Salones de Juego de ANESAR recoge las opiniones de los empresarios y directivos del sector, a través de una encuesta online, enviada a 311 personas.

Han respondido 72 directivos de **empresas** que, en conjunto **suman más de 1.100 salones, alrededor del 40% del número de salones y, aproximadamente, el 75% de la facturación.**

La muestra se divide en empresarios o propietarios de cadenas de salones (28.3%), propietarios que dirigen personalmente sus salones (39.1%) y directivos de cadenas que dirigen o supervisan varios salones (32,6%).

#### TRABAJO DE CAMPO.

Instituto Apolda. Carrer de Tuset, 10. 08006 Barcelona. Tlf. 93 238 55 45. [www.iapolda.net](http://www.iapolda.net)

Dirección del trabajo de campo: Carlos Bécker y Rolindo García.

#### ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS DE SALONES DE JUEGO INTEGRADAS EN ANESAR:

Asociación de Salones de Juego de Euskadi (ASE)

Gremio Catalán de Salas de Ocio y Nuevas Tecnologías de Juego (GrecoJoc).

Asociación de Empresarios de Salones Recreativos de la Comunidad Valenciana (ANESAR CV).

Salones Recreativos y de Juego de las Islas Baleares (Sareiba)

Asociación Canaria de Empresarios de Salones Recreativos (Acanesar)

Asociación de Empresarios de Salones de Juego de Aragón (Aesa)

Asociación de Empresarios de Salones Recreativos de la Comunidad Navarra (Anesar Navarra)

Asociación de Empresarios de Salones de Juego de Castilla y León (Sajucal)

Asociación de Empresarios de Salones de Juego de Castilla La Mancha (Aescam)

Federación Murciana del Recreativo (Femure)

Asociación de Establecimientos de Juego y Apuestas de Andalucía (Anesar Andalucía)