



**PROPUESTA REVISIÓN DE LAS
COMISIONES/RETRIBUCIONES DE LA
RED COMPLEMENTARIA DE SELAE**

24 de septiembre de 2019



PROPUESTA INCREMENTO SISTEMA RETRIBUCIONES/ COMISIONES DE LA RED COMPLEMENTARIA DE SELAE

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Antecedentes y planteamiento.
2. Análisis de las comisiones/retribuciones de la Red de Ventas de SELAE.
3. Aplicación del IPC a las actuales comisiones de ventas.
4. Evolución ventas SELAE: Factores que han incidido en la caída de ventas y su repercusión.
5. Impacto de las ventas efectuadas por SELAE, a través de su canal online, sobre las ventas de los puntos de venta (canal presencial).
6. Marco comparativo de retribuciones con vendedores O.N.C.E.
7. Marco comparativo retribuciones de otros negocios al por menor en España.
8. Inversiones de los puntos de ventas en sus establecimientos.
9. Conclusiones finales y concreción de la petición.

1. ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTO

La Red Complementaria de venta de los productos de Loterías y Juegos de la Empresa Pública Loterías y Apuestas del Estado (SELAE) está integrada por 6.805 puntos mixtos, todos ellos repartidos por toda la geografía nacional.

La media de las comisiones que, con carácter general, reciben los puntos que forman parte de la Red de Ventas de SELAE por los servicios de comercialización de los juegos públicos, es del **5,58%**, y la misma varía dependiendo del tipo de producto/juego vendido.

Juego/producto SELAE	Porcentaje comisión
Primitiva, Bonoloto, el Gordo de la Primitiva, Euromillones, Quintuple Plus y Lototurf	5,5 %
Lotería Jueves, Sábado y Quiniela	6 %
Lotería Navidad	4 %

***Comisión Media (tipo porcentual): 5,58 %**

Además, los puntos de venta reciben una remuneración adicional por pago de premios, cuya cuantía depende del importe anual abonado por el punto en concepto de pago de premios.

Cantidad abonada en premios	Porcentaje comisión
Hasta 250.000 €	2,5%
Igual o superior a 250.000 €	1,25 %

***Comisión Media (tipo porcentual): 1,88 %**

2. ANÁLISIS DE LAS COMISIONES/RETRIBUCIONES DE LA RED DE VENTA DE SELAE

Es necesario hacer una serie de consideraciones que surgen del análisis del sistema actual de comisiones/retribuciones de los puntos de venta de la Red de SELAE, para tenerlos en cuenta en el nuevo y futuro sistema de remuneraciones que se establezca. Así, podemos deducir lo siguiente:

- A) Los porcentajes de las comisiones por ventas permanecen inamovibles e invariables desde hace más de una década, sin que SELAE los haya adaptado a las circunstancias del mercado del juego (aparición de nuevos operadores y otros productos de juego), ni a los incrementos de los costes de la vida (un dato a tener en cuenta es que el IPC desde 2004 hasta 2019, ha tenido un incremento de casi el 29%).
- B) Existe una variabilidad de 0,5% de diferencia al alza/baja entre las diferentes comisiones/retribuciones, según la tipología del juego que se comercialice, sin, a nuestro juicio, una explicación lógica o racional. El trabajo, la intervención y la dedicación del titular del punto de venta en la comercialización de un juego retribuido al 5,5%, es el mismo e idéntico que el que realiza en la comercialización de un juego retribuido al 6%. Tampoco podemos motivar esta variación en los costes extras que pueda tener SELAE en la comercialización de dicho producto, ya que por consideración de dichos costes (Impresión, distribución, retirada no vendido, etc), los juegos pasivos (Lotería Jueves/Sábado/Niño), son los que tienen la retribución más alta del 6% (excepto Lotería de Navidad). Estas consideraciones también son aplicables a los productos deportivos (Quiniela y Quinigol) que estando retribuidos al 6%, SELAE tiene que reservar parte de sus beneficios para terceros (equipos de fútbol), por un lado y para la impresión semanal de los boletos con los equipos de fútbol, por otro.
- C) Existe una “penalización” en la retribución por ventas de la Lotería de Navidad, fijando su comisión en el 4%, la cual no entendemos desde un punto de vista comercial. ¿Por qué SELAE escatima 2 puntos porcentuales en este producto (Lotería de Navidad) a la RED, cuando el coste de comercialización es el mismo que el del resto de productos similares, como son las Loterías del Jueves, Sábado y Niño?... Es más, el coste de comercialización de la Lotería de Navidad, a simple vista, resultaría ser menor que el de las Loterías del Sábado y Jueves, en los que hay que contar con partidas de gastos extraordinarias tales como la distribución y recogida semanal de cada sorteo y la organización semanal de cada uno de ellos. La única explicación es que SELAE se reserva más beneficios para sí, en perjuicio de su red de ventas.
- D) Referente a la retribución por pago de premios, podemos observar, igualmente, una bajada sustancial en la comisión del 2,5% al 1,25%, cuando el montante del premio pagado por el punto al cliente, supera una

determinada cantidad de dinero. Consideramos que esta bajada no tiene razón de ser y solo hace penalizar al gestor diligente y buen profesional, que trata de disponer de liquidez en su punto de venta para hacer frente al pago de los boletos premiados, facilitando este servicio a SELAE y al propio premiado. Además, aunque este concepto sea un complemento retributivo esporádico del punto de venta, la política de aplicación de la normativa de prevención del blanqueo de capitales, en cuanto que no se puede hacer pagos en efectivo si se supera un importe determinado, ha supuesto que los puntos hayan perdido la comisión de los pagos de premios iguales o superiores a 2.000€, en favor de las entidades bancarias. Y, para mayor abundamiento, esto ha sido agravado por SELAE con la implantación de la norma de que ese límite es por boleto y no por premio. Es decir, si un boleto acumula premios de las distintas apuestas iguales o superiores a los 2.000€, el punto de venta no puede pagarlo y tiene que enviar al cliente a una entidad bancaria. Los puntos de ventas estamos capacitados para prestar este servicio a los clientes, en las mismas condiciones que una entidad bancaria, mediante la documentación del pago por un cheque o una transferencia a la cuenta bancaria que indique el cliente.

- E) El incremento de ventas del canal online de SELAE ha incidido negativamente en los intereses económicos de los puntos de venta, como veremos y analizaremos en el punto nº 5 del presente escrito.

En definitiva, los comentarios y consideraciones reseñados anteriormente, deben tenerse en cuenta en la revisión que se efectúe de las comisiones/retribuciones de los puntos de venta de la Red de Loterías y Apuestas del Estado, para evitar esos desequilibrios que las diferencias porcentuales producen en la gestión de los diversos juegos. Estas consideraciones harán que las nuevas comisiones que se establezcan se ajusten a la realidad del mercado y la competitividad del mismo.

A continuación, y después del análisis actual, trataremos de argumentar las razones que obligan y exigen dicha revisión al alza, a fin de que los puntos de la Red de venta de SELAE recuperen su poder adquisitivo y puedan competir con dignidad en el actual mercado del juego.

3. APLICACIÓN DEL IPC A LAS ACTUALES COMISIONES DE VENTA

El *IPC (Índice de Precios al Consumo)* es un factor que indica la evolución del conjunto de los precios de los bienes y servicios básicos que consume la población y se utiliza para saber cuánto ha subido el coste de la vida. Su aplicación en la economía anual es fundamental para que las personas y negocios puedan seguir manteniendo su nivel adquisitivo y competir con dignidad y legalidad en el mercado. El IPC, año tras año, se aplica a todos los elementos de gastos y costes que tienen los establecimientos de la Red de ventas de SELAE, tales como la electricidad, los alquileres, las comunicaciones, los salarios, los impuestos o los seguros, entre otros muchos gastos que implica el tener un establecimiento abierto al público.

La variación, al alza, que ha tenido el IPC desde el año 2.004 a 2.019, es de un 29%. La aplicación de este incremento del IPC a la media de comisiones que han cobrado los puntos de venta de la RED COMPLEMENTARIA, **5.58%**, habría supuesto que la comisión que debería estar aplicándose a los puntos de venta en la actualidad sería del **7.20%**, y así evitar que la red de ventas no sufra ningún perjuicio por el efecto que el IPC produce anualmente en el coste de los productos y los servicios.

4. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE SELAE. FACTORES QUE HAN INCIDIDO EN SU CAÍDA Y SU REPERCUSIÓN EN LAS COMISIONES/RETRIBUCIONES DE LOS PUNTOS DE VENTA

Como ya hemos indicado, las comisiones/retribuciones actuales de la red de venta de SELAE están ligadas y entrelazadas con el volumen de ventas que realiza cada punto, ya que los porcentajes han permanecido invariables desde hace más de quince años.

A continuación, analizaremos la evolución de los ingresos de SELAE desde 2.008 hasta 2.018, y su porcentaje de disminución de ventas, que son fiel reflejo de la caída de comisiones de los puntos de venta en todos estos años, al ser la comisión un porcentaje invariable sobre las ventas.

Si tomamos el año 2.008 como referencia para calcular el porcentaje de caída de los ingresos, obtenemos el siguiente cuadro:

Variación Anual Ingresos SELAE

Año	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Ingresos SELAE (en millones de €)	10.048,00	9.845,00	9.592,00	9.723,00	9.253,00	8.518,00	8.446,00	8.680,16	8.808,00	8.917,80	9.000,30
Variac. Anual (con respecto al año 2.008)		-2,03%	-4,56%	-3,25%	-7,95%	-15,30%	-16,02%	-13,67%	-12,40%	-11,30%	-10,48%
Retribuciones dejadas de percibir (en Millones de €)		11,218	25,200	17,960	43,934	84,554	88,533	75,545	68,527	62,448	57,917

Observamos, pues, que, tomando de referencia el año 2.008, los puntos de venta de la Red Comercial de SELAE han ido perdiendo comisiones por venta en el mismo porcentaje que han disminuido las ventas de SELAE. En concreto, en el año 2.014 hubo un descenso de hasta el 16,02%, que se traduce en casi 89 millones de euros de retribuciones dejadas de percibir por los puntos de venta.

Ahora, analizamos los factores que, entendemos, han producido la caída de ventas de SELAE en todos estos años, repercutiendo directa y negativamente en las comisiones/retribuciones de los puntos de venta de la red, cuando éstos NO eran los responsables de dicha caída de las ventas de SELAE, sino que, en todos estos años, los puntos han seguido trabajando para mantener su clientela, atraer nuevos clientes, ilusionarlos con los juegos del Estado y seguir consiguiendo ventas para la Sociedad Estatal.

a) Repercusión de la Crisis Global de la economía española:

Durante los años 2.009 y 2.010 las caídas de las ventas de SELAE supusieron un 3,96% de las ventas anuales. En esos años, SELAE competía únicamente en el mercado con los mismos operadores de siempre del Juego Privado (Casinos, Bingos y Maquinas B) y la ONCE. A partir de 2.011 es cuando se implanta en España el nuevo marco regulatorio del Juego con la Ley 13/2011.

Como analizaremos en los siguientes factores, aparecen en el mercado del juego otros operadores que definimos como “*juego online*”, que acrecienta la caída de las ventas de SELAE en los años siguientes. Así pues, podemos deducir que sólo un 3,96% de las caídas de las ventas de SELAE se debe a ese factor crisis global de la economía y que, digamos, es una causa mayor que han tenido que asumir todos los negocios de este país.

b) Aparición de nuevos operadores en el mercado del Juego y nuevos productos (“Juego Online”):

En este apartado observamos que las caídas de las ventas de SELAE del periodo analizado (2.009 a 2.018) representan un 10,48%. Si a este porcentaje le restamos 3,96% del factor crisis, tenemos que la caída del 6,52% restante de las ventas se debe a que otros operadores han irrumpido en el mercado del juego, con las autorizaciones pertinentes del Estado. A partir de 2.011, la Dirección General de Ordenación del Juego otorgó licencias a otros operadores de apuestas del llamado “*juego online*” (según referencia del propio anuario de dicha Dirección General), suponiendo dichas licencias que estos operadores tuviesen en esos años el siguiente volumen de ventas (en millones de Euros):

2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
1.793,00	2.728,00	5.600,45	6.564,54	8.562,54	10.885,88	13.298,5	Sin datos

Es evidente que esta nueva competencia legal en el mercado del juego, ha influido directamente en la bajada de las ventas de SELAE y, por correlación, en la bajada del volumen de comisiones que durante estos años han soportado los puntos de venta de SELAE.

Entendemos que este factor en el que el Estado (del que depende SELAE) decide unilateralmente incrementar sus ingresos por el juego, incrementando el número de operadores -a sabiendas que esta circunstancia iba a repercutir en las ventas del Juego Público (SELAE)-, es un aspecto a tener en cuenta, ya que este hecho ha perjudicado directamente a los puntos de la Red de Venta de SELAE, al haber visto mermados sus ingresos por la competencia de estos nuevos sujetos.

Este perjuicio directo a los puntos de venta se debería haber paliado por parte de SELAE, incrementando el porcentaje de las comisiones por ventas de su Red en la misma proporción que las ventas de estos nuevos operadores incidían en el mercado, ya que el Estado, en definitiva, iba a ser el beneficiario de esa ampliación del mercado del juego.

c) Gravamen Especial del 20% sobre premios de Loterías y limite de pago de premios en efectivo:

Con efecto 1 de enero de 2013, el Estado Español introdujo el gravamen especial del 20% sobre los premios de Loterías y Apuestas cuyas cuantía sean igual o superior a 2.500€ (este mínimo exento fue incrementado a finales de

2.018 hasta los 10.000€; en 2.019 se fijó en 20.000€. Y a partir de 2.020, queda establecido en 40.000€). Esta medida tributaria no ha sido beneficiosa para seguir creciendo en ventas por parte de los puntos de la Red de SELAE. El consumidor se queja ante nuestros puntos de esta medida que lastra la venta de los productos del juego, habiendo supuesto que hayan desaparecido muchas peñas de jugadores, que semanalmente, significaban importantes ingresos para el punto de venta y, definitiva, para SELAE.

Esta decisión del Estado de arrimar el 20% de los premios a sus ya cuantiosos ingresos por juego, tampoco se ha visto reflejada en ayuda y apoyo a los puntos de venta de SELAE, con una consiguiente subida de comisiones.

5. IMPACTO DE LAS VENTAS EFECTUADAS POR SELAE, A TRAVÉS DE SU CANAL ONLINE, SOBRE LAS VENTAS DE LOS PUNTOS DE VENTA (CANAL PRESENCIAL)

Está fuera de toda duda que las ventas por internet de los juegos de *SELAE*, a través de su canal web, ha tenido un impacto negativo notable en la economía de los puntos de venta. Desde el año 2.005, que comenzara la venta por internet, ha habido una tendencia claramente ascendiente por parte de los apostantes de realizar sus apuestas por internet; circunstancia que, indudablemente, lleva aparejada una merma en las ventas a través del canal presencial de *SELAE* y, en consecuencia, un perjuicio para los intereses de los puntos de venta.

Hemos de señalar que, para la elaboración y confección de este informe, se ha partido de los datos facilitados por la propia *SELAE* a través de sus Memorias Anuales, publicadas en su página web.

A la hora de analizar las ventas de loterías y apuestas por internet, hemos tenido en consideración que, desde la semana 27 del año 2.014, *SELAE* abona el 4% de la venta a través del canal online con el denominado “*Club Conmigo Online*”. También se ha tenido en cuenta el inicio de la venta de la Lotería Nacional por este canal, que tuvo lugar a partir de la semana 14 del año 2.015.

Se ha incluido, por otro lado, el porcentaje que los puntos de venta dejan de percibir en concepto de pago de premios. En este caso, se ha aplicado el 30% para premios sobre el total de las ventas, ya que en las memorias anuales de *SELAE* no figuran los premios por la venta en internet.

Ventas por internet de los juegos SELAE

AÑO	PERÍODO 2005 - 2018		%		Imprte. Comis.		TOTAL PUNTOS DE VENTA	Importe no cobrado Punto de Venta
	Ventas Red Comercial	Ventas Canal LAE	% de Ventas	% AUMENTO VENTAS	Venta Canal LAE	Pago canal LAE		
2005	4.070.233.317,50 €	669.329,50 €	0,016%		37.331,31 €	5.019,98 €	10.805	3,92 €
2006	4.194.040.272,00 €	5.215.990,00 €	0,124%	679,29%	290.110,21 €	39.119,92 €	10.935	30,13 €
2007	4.271.853.200,00 €	8.948.886,50 €	0,209%	71,57%	498.347,60 €	67.116,65 €	10.790	76,62 €
2008	4.402.746.690,00 €	14.505.174,50 €	0,329%	62,09%	807.686,94 €	108.788,81 €	10.646	86,11 €
2009	4.419.305.625,00 €	29.591.550,50 €	0,670%	104,01%	1.646.109,81 €	221.936,63 €	10.357	180,37 €
2010	4.268.700.415,50 €	45.757.005,50 €	1,072%	54,63%	2.543.413,18 €	343.177,54 €	10.439	276,53 €
2011	4.454.804.368,00 €	65.696.317,50 €	1,475%	43,58%	3.640.778,78 €	492.722,38 €	10.516	393,06 €
2012	4.236.710.367,50 €	75.988.072,50 €	1,794%	15,67%	4.208.869,54 €	569.910,54 €	10.500	455,12 €
2013	4.236.710.367,50 €	77.052.483,00 €	1,819%	1,40%	4.263.330,28 €	577.893,62 €	10.500	461,06 €
2014	8.446.000.000,00 €	81.996.788,00 €	0,971%	6,42%	2.869.877,58 €	614.975,91 €	10.457	333,25 €
2015	8.779.000.000,00 €	103.433.070,50 €	1,178%	26,14%	1.524.616,26 €	775.748,03 €	10.440	220,34 €
2016	8.808.800.000,00 €	134.866.348,00 €	1,531%	30,39%	2.006.811,22 €	1.011.497,61 €	10.982	274,85 €
2017	8.917.800.000,00 €	170.418.945,00 €	1,911%	26,36%	2.546.059,02 €	1.278.142,08 €	10.983	348,19 €
2018	9.000.300.000,00 €	215.400.000,00 €	2,393%	26,39%	3.207.456,00 €	1.615.500,00 €	10.976	439,37 €
TOTALES	82.507.004.623,00 €	1.029.539.961,00 €	1,248%		30.090.797,73 €	7.721.549,70 €		3.578,92 €

Desde el año 2.005 hasta el 2.018, el importe total acumulado de las ventas por internet asciende a 1.029.539.961,00€, lo que supone un total de comisiones generadas a través de este canal de 30.090.797,73€. Con estas cifras, observamos que, en estos 14 años, cada punto de venta ha dejado de percibir más de 3.500,00€ de comisiones.

A la vista de los datos expuestos, podemos llegar a concluir que, la implantación del canal online para la venta de loterías y apuestas ha tenido un impacto negativo para con los derechos e intereses de los puntos de ventas –canal presencial-; y la explicación es bien sencilla: muchos apostantes –y cada vez más, como se deduce de los datos arriba reseñados- optan por realizar sus apuestas a través de internet, lo que supone menos ventas para los establecimientos físicos de *SELAE* y una consiguiente menor recaudación en concepto de comisiones. Además, el “*club conmigo online*” no logra, ni de lejos, paliar los efectos de las ventas por internet, por cuanto la comisión del punto asociado es insuficiente e irrisoria.

Asimismo, no debemos olvidar otros daños colaterales que soportan los puntos de venta al enfrentarse a las ventas por internet. Uno muy evidente es la no visita de los apostantes en los punto de venta, no permitiendo al gestor/titular ofrecer Peñas o determinados números/apuestas exclusivas del establecimiento. Las ventas de la actividad principal del punto de venta, al bajar la afluencia de público, también se verían afectadas.

6. MARCO COMPARATIVO RETRIBUCIONES VENEDORES O.N.C.E.

La ONCE representa una red de venta de juegos reservados por imperativo legal, que siempre ha discurrido en paralelo a la Red de venta de SELAE, por eso creemos conveniente utilizarla de punto de referencia en la subida de comisiones que se pretende.

A los efectos anteriores, utilizaremos las cuentas de Pérdidas y Ganancias de la ONCE de los ejercicios 2.017 y 2.018 (en millones de euros), aunque estos datos son perfectamente aplicables a cualquier ejercicio de la última década:

Cuentas PyG	Ejercicio 2.017	Ejercicio 2.018
Importe por la venta de juegos	1.992,17 €	2.160,88 €
Gasto personal vendedor (retribución)	467,04 €	478,53 €
Cargas sociales personal vendedor	40,07 €	39,51€

Los vendedores de la ONCE tienen una relación laboral con la misma y están sometidos a un Convenio Colectivo donde sus retribuciones se componen de los siguientes conceptos:

- Salario Base :14.274,26 € / anuales
- Antigüedad consolidada
- Comisiones por ventas
- Comisiones por ruta
- Prima de participación en resultados de la venta de productos de juego por otros canales

De las cantidades publicitadas por la ONCE en sus cuentas de resultados, tenemos el siguiente cuadro:

En millones €	Ingresos 17	Retrib. Red Ventas	% comisión	Ingresos 18	Retrib. Red Ventas	% Comisión
ONCE	1.992,2€	467,1€	23,45%	2.160,9€	478,5€	22,14%

Es necesario resaltar que en la elaboración de esta comparativa no hemos considerado las aportaciones que la ONCE debe realizar a la Seguridad Social por cuenta de sus empleados vendedores, que también incrementarían el beneficio que dichos vendedores obtienen por la venta de los juegos de esta Organización y que en la red de SELAE, esos costes de Seguridad Social son por

cuenta del punto de venta. Además, hay que considerar que la Red de Venta de la ONCE no tiene los gastos fijos de explotación y personal que conlleva la gestión de un punto de venta de SELAE en un establecimiento fijo, tales como alquileres, reparaciones y mantenimiento, personal, servicios, etc aplicables a la actividad.

Tenemos también que traer a colación la existencia de una red complementaria/secundaria de venta de productos de la ONCE mediante acuerdo con la empresa UTE LOGISTA-GTECH, donde las Expendedurías de Tabaco asociadas a dicho convenio, venden los productos de esta organización. Esta red complementaria, donde existe un intermediario en esas operaciones de venta de los juegos ONCE, cual es Logista-Gtech, que también se reservará sus comisiones por venta ante la ONCE, abona a las Expendedurías de Tabaco asociadas al convenio, una comisión media del **7,39%** de las ventas que realizan de los juegos ONCE.

En definitiva, los datos aportados también justifican una subida lineal de las actuales comisiones/retribuciones por ventas pagadas por SELAE a su red de venta, para acercarse a las de sus inmediatos competidores cual es la ONCE.

7. MARCO COMPARATIVO DE RETRIBUCIONES/COMISIONES DE OTROS NEGOCIOS DE COMERCIO AL POR MENOR EN ESPAÑA.

En el presente punto, vamos a detallar los márgenes comerciales (comisiones/retribuciones) de diferentes negocios de los diversos sectores de la economía de con similares características a los puntos de venta de la Red de SELAE, para que sirvan de clave comparativa y justificativa de la subida de comisiones que se está reclamando (Base de la información INE):

- A. Expendeduría de Tabaco (Estanco): Representa una red de ventas regulada bajo la dependencia del Comisionado para el Mercado del Tabaco, siendo su comisión bruta por ventas de tabaco en general, del **8.5%** del PVP y **9%** del PVP de puros.
- B. Farmacias: Representa una red de ventas regulada administrativamente y su margen comercial es del 30% sobre las ventas que realizan.
- C. Comercios al Por Menor (según datos del INE):
 - Comercio menor establecimientos no especializados.- 32,9%
 - Comercio menor alimentos, bebidas, productos cárnicos.- 30,7%
 - Comercio menor combustible automoción.- 12,3%
 - Comercio menor ordenadores, juegos y artículos nuevos.- 43,6%

- Comercio menor equipos audio, videos y electrodomésticos.- 26,3%
- Comercio menor textil.- 46,2%
- Comercio menor ferretería, pintura y vidrio.- 35,6%
- Comercio menor libros, periódicos y art papelería.- 31,4%
- Comercio menor calzado y artículos de cuero.- 44,9%

De un simple análisis de estos datos, podemos concluir lo desfasadas de las comisiones/retribuciones de la red de venta de SELAE, para poder competir en el mercado actual, con un establecimiento abierto al público.

8. INVERSIONES DE NUESTRA RED EN SUS PUNTOS DE VENTA EN IMAGEN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

El comerciante, en general, ha tenido que adaptarse a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías, para conseguir mantenerse en el mercado y tener las mismas oportunidades y condiciones que sus competidores. Estamos ante un mercado en continua evolución, cada vez más innovador y exigente.

En este sentido, los puntos de venta de la Red Complementaria de SELAE, pese a las bajas comisiones/retribuciones, no han parado de invertir en sus negocios, visualizando y modernizando sus establecimientos y espacios para el juego, dotándolos de nuevos mobiliarios e innovadoras tecnologías, lo que, en última instancia, ha supuesto un beneficio directo para la Sociedad Estatal en cuanto a la gestión de dichos puntos, su Red Comercial. Además, existe un desembolso anual importante por parte de los puntos de venta en la contratación de servicios de empresas externas para facilitar a los clientes la realización de sus apuestas (Informática Q, Gadmin, JCM, etc.)

Todas estas inversiones han sido sufragadas directamente por los puntos de venta y con cargo a sus mermadas comisiones de ingresos, por lo que, para seguir creciendo en esa imagen de modernidad e innovación y, en definitiva, para seguir siendo competitivos en el mercado, resulta imprescindible, también, la revisión al alza de las comisiones/retribuciones de la Red, para, así, hacer posible esta adaptación constante a las exigencias impuestas por la evolución del sector y por la aparición de nuevas generaciones de apostantes.

9. CONCLUSIONES FINALES Y CONCRECIÓN DE LA PETICIÓN

A la vista de todo lo expuesto anteriormente, podemos concluir:

A/ APLICACIÓN IPC:

El hecho de que las retribuciones que perciben los puntos de la Red Comercial de SELAE hayan permanecido inalteradas e invariables durante más de una década, con la sola la aplicación automática del IPC, justificaría esa revisión de las comisiones generales por ventas **al 7,20%** lineal, igual para todos los productos (29% de subida IPC, anual acumulada en el periodo 2004/2019). No obstante, entendemos que más de una década perdiendo los puntos de venta de la red SELAE poder adquisitivo por efecto del IPC, no aplicado en todos estos años anteriores, merece una compensación adicional de 1% adicional a esa comisión. En este sentido la petición de FENAMIX es de aplicación del **8,20% de comisión/retribución de forma lineal a todos los productos y juegos de la red de venta de SELAE.**

B/ CONSIDERACIÓN DEL FACTOR NUEVOS OPERADORES DEL JUEGO APARECIDOS EN EL MERCADO:

Esta circunstancia de autorización por el Estado a otros operadores del *Juego Online* para que intervengan en el mercado del juego español, supone, directamente, la bajada de los ingresos de SELAE y por correlación, de las comisiones/retribuciones de los puntos de venta SELAE, justifica, también, la subida al **8,20%**. **FENAMIX propone, además, que anualmente se analice la incidencia que estos nuevos operadores tienen en el mercado del juego, con respecto a la caída de ventas del juego público (SELAE) y las conclusiones, se trasladen, puntualmente y anualmente, a una revisión al alza de las comisiones que reciben los puntos de venta.**

C/ CONSEGUIR QUE SELAE (EMPRESA PUBLICA), CONMINE AL ESTADO PARA QUE DEROGUE EL 20% DE IMPUESTO A LOS PREMIOS:

Entendemos que solo SELAE, desde su estatus de Empresa Pública, puede convencer al Gobierno de que esta medida de aplicación de un impuesto del 20% a los premios, supone un lastre psicológico para los clientes, que redundaría en la caída de ventas de los productos del juego público. Esa caída de ventas por este

factor, influye de manera directa en los beneficios que obtiene el propio Estado, si las ventas de los juegos públicos se incrementan.

D/RETRIBUCION/COMISIÓN POR PAGO DE PREMIOS UNICA del 2,5%, SIN LIMITES DE LA CANTIDAD ABONADA :

Esta comisión al punto de venta por los servicios que éste presta al cliente afortunado, en nombre de SELAE, en el pago de premios del 2,5 % hasta la cantidad de 250.000 €, se ve disminuida al 1,25 % cuando se supera la cantidad de 250.000 €. Este servicio es igual siempre y no, a partir de cierta cantidad, el trabajo/servicio, parece que vale menos. Asimismo anteriormente la acumulación de premios en un solo boleto que uno o ninguno de ellos sobrepasara la cantidad de 2.000 € pero que dicha acumulación si sobrepasaba este límite, la podía pagar el punto de venta, por lo que los puntos de venta han dejado de percibir comisiones por este concepto. **La propuesta es que los puntos de venta están capacitados para realizar la gestión de pagos de premios en nombre de SELAE a los clientes agraciados, y que dicho servicio pueden prestarlo con el límite que existía anteriormente de 5.000 € y con cumplimiento de las normas tributarias de que todos los pagos iguales o superiores a 2.000 €, tienen que efectuarse por una transferencia o mediante cheque bancario, además de cumplimentar o adjuntar cualquier documentación que sea necesaria para documentar la retención del impuesto del 20 % del premio, según los requisitos exigidos por la Agencia Tributaria, y todo esto poder realizarse como anteriormente a través de portal STILA o habilitando en el Terminal la opción de identificar al ganador mediante la introducción del DNI y la cuenta bancaria para su abono.**

E/ COMISION PUNTO AMIGO, 8,20% DE LAS VENTAS:

Los tiempos que corren, donde lo digital es lo que impera, obliga a los puntos de venta a adaptarse a las condiciones del mercado y conseguir que los clientes jueguen los productos de SELAE, dándoles las mayores facilidades posibles a los clientes para ganarse su fidelidad con el punto de venta y los productos de juego de SELAE. ¿Por qué penalizar esta línea de ventas por internet, si esta es la tendencia del mercado y el punto de venta tiene un trabajo personal muy importante, en hacer a esos clientes fieles a los productos de SELAE?

El que el Punto Amigo sea otro canal de venta de la red, en las mismas condiciones que la venta presencial, **8,20%**, incentiva a los puntos a generar para

SELAE esa clientela joven que no es habitual en los puntos presenciales. El que el punto de venta tenga una comisión digna y rentable por este canal, le da posibilidades de invertir en la captación de ese colectivo joven, que utiliza el internet para jugar.

A tenor de lo anterior, solicitamos, a la mayor brevedad, una subida lineal de las comisiones por ventas del **8,20 %**, sin diferenciación de productos ni canal de ventas y eliminación del límite a la comisión del **2,5%** al pago de premios.

Madrid, a 24 de septiembre de 2019

Fdo.: Juan Antonio Castellano Sanz
-Presidente *FENAMIX*-