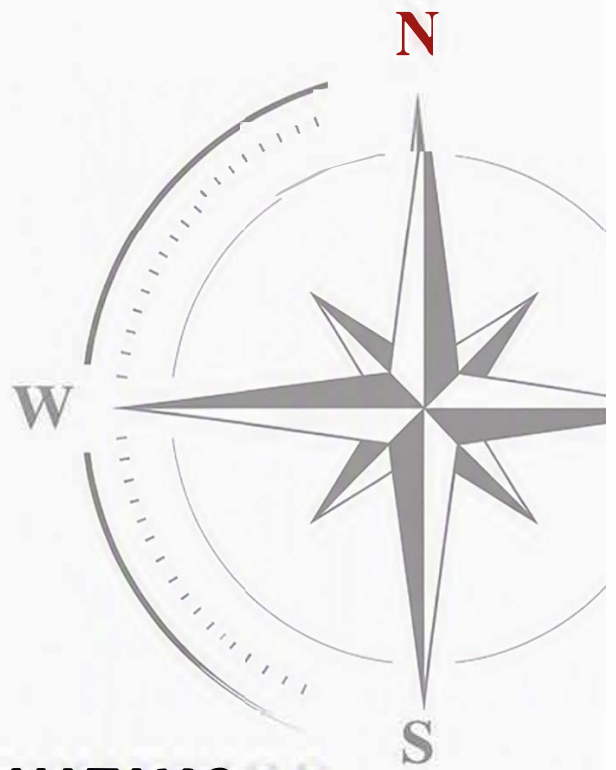




DOCUMENTO DEFINITIVO DE JUEGO

XI CONGRESO ORDINARIO

Más que un
SINDICATO

DONDE EL **MÁS** COBRA SENTIDO

UTO  **UGT**

PUNTA UMBRÍA • 2026

MÁS OBJETIVOS, MÁS JUEGO, MÁS FUTURO

La ONCE, de la mano de UTO-UGT, ha evolucionado durante más de 40 años, siempre, con compromiso social.

Nuestros objetivos para los próximos cuatro años no son más que el dar continuidad al trabajo que, desde UTO-UGT, llevamos realizando desde hace más de cuatro décadas. Aunque esta es una Ponencia donde los números tienen un importante protagonismo, esos 40 años son más que una cifra. Son experiencia, compromiso y la inequívoca intención de ir en constante evolución, creciendo siempre de la mano de todas las personas que trabajan, y trabajarán en la ONCE, en una incesante labor en su defensa y por su bienestar.

Hace más de 40 años que ese compromiso se viene fraguando, desde antes del I Convenio Colectivo, hasta el actual Convenio en vigor, una parte fundamental de ese compromiso es con el constante desarrollo de las loterías sociales, seguras y responsables de la ONCE y con todos sus productos, hablamos del principal motor que da vida a nuestra Institución, el cual permite llevar a cabo una enorme labor social, generar un empleo digno y estable para más de 24.000 personas, de las cuales, más de 21.000 son con discapacidad.

La transformación del mercado de juego en España en estos últimos 40 años es la historia del pase de un sector casi clandestino y prohibido a finales de los años setenta, a una industria regulada, diversificada y con un gran impacto económico y social.

Tras la aprobación del Real Decreto-Ley 16/1977, España legalizó y reguló el juego, eso supuso la irrupción del juego privado en España, y con él, ante las nuevas opciones del mercado de juego, ante la nueva competencia, surgió la necesidad de cambio en las loterías de la ONCE. Ese espíritu de evolución constante, del que UTO-UGT es plenamente partícipe, es el que nos lleva a analizar la actual situación, a marcarnos unos objetivos que contribuyan a esa dinámica de crecimiento constante en la que estamos inmersos y que plasmaremos en este documento, siempre sin perder de vista la salvaguarda de las condiciones salariales, laborales y sociales de toda la plantilla de la ONCE.

En la historia reciente del juego en España no se puede dejar a un lado la del juego ilegal, el cual, también ha sufrido su propia transformación. Aunque rifas y loterías ilegales siguen estando presentes; las sanciones millonarias, el cierre de locales, la incautación de boletos y las actuaciones de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), han reducido de manera considerable su actividad. De forma paralela a esa involución, las prácticas ilegales también han ido evolucionando en función de las nuevas tendencias en demanda de juego, solo en 2025, más de 58 operadores de juego online fueron sancionados. UTO-UGT

sigue manteniendo su total compromiso de lucha contra el juego ilegal en cualquiera de sus formas, en nuestro sindicato siempre está presente que “el juego ilegal no es un juego”.

No se puede hablar de historia y de progreso, sin hacer mención del compromiso, a la gran capacidad de reacción de la ONCE, siempre con el apoyo y colaboración de UTO-UGT, se viene demostrando de manera incesante, con constancia.

En el reconocimiento de la capacidad de reacción no se puede olvidar la prueba más reciente, su evidencia, la respuesta ante la paralización comercial del 2020, debida al estado de alarma por COVID-19. Tras el cierre del ejercicio del año 2019, en una situación excepcional, ante un hito histórico, con ventas por encima de los 2.255 millones de euros, en 2020 se produjo un desplome con respecto al año anterior del 28 %, más de 640 millones de euros menos. Se atravesaba una situación de incertidumbre, atisbándose un horizonte incierto, lo que llevó a la quiebra a muchas empresas, pero gracias al espíritu de superación, compromiso institucional y reacción, la respuesta fue excepcional, y es que no trabajamos en cualquier institución, trabajamos en la ONCE.

Lo que tenía que suceder, sucedió, las ventas al cierre del ejercicio 2021 se dispararon por encima de los 2.236 millones de euros, se recuperaron 621 millones, se retornó a la senda de la recuperación económica. El crecimiento acumulado, en los cuatro años siguientes, de 2021 a 2024 fue de un 26,53%, esto junto con la estimación para 2025, nos lleva a que el crecimiento total acumulado en los últimos años pueda estar cercano al 31%, se ha pasado de un volumen de ventas de 2.236 millones de euros en 2021 a los 2.829 millones de euros en 2024, y en 2025, la cifra de cierre del ejercicio puede estar por encima de los 2.900 millones.

Nuestra propuesta como sindicato, nuestra apuesta y nuestros objetivos, siempre irán enfocados al crecimiento, a la búsqueda del equilibrio y la estabilidad de futuro. En materia de juego, para ello, es necesario también situarnos y hacer un breve repaso de lo que nos rodea. Si hablamos de volumen de ventas por las distintas ofertas de juegos de azar en España, en 2024 fue de unos 21.265 millones de euros, de los cuales: 2.829 millones fueron de la ONCE, el 13,3%; 10.396 millones de euros fueron de SELAE, el 48,8%; 8.100 millones de euros fueron del Sector privado, 38%.

En cuestión de volumen de ventas, el del sector público sigue siendo mayor, si bien, el crecimiento del sector privado es evidente y, llama especialmente la atención, el incremento del juego online, más de un 17% respecto al año anterior.

Aunque la mayoría del volumen total de importes por ventas es del sector público, hay que tener en cuenta que, si hablamos de volumen de beneficios netos, el sector privado supera al de los operadores públicos, estando estos por encima del 70%.

Este es el escenario en volúmenes de venta y ante él debemos seguir expectantes y en constante análisis de propuestas que permitan el desarrollo de la ONCE, sin que suponga un incremento de riesgo. En este sentido esto es lo que hasta ahora ha venido sucediendo, y esa es la premisa de UTO-UGT, trabajar, analizar, proponer, apoyar, siempre desde la responsabilidad y la coherencia.

Como apuntábamos, esa práctica responsable, ese apoyo, ha propiciado que en la última década la presencia de la ONCE en el mercado de Juego en España, pese a las adversidades que en 2020 marcaron el rumbo de la economía del país, haya pasado de una cuota del 5,41 % en 2015, a una por encima del 13% en 2025.

El crecimiento de la ONCE, su consolidación dentro del mercado de juego en España es sin duda una excelente noticia, la evidencia de que dentro del actual escenario de juego en España y su constante renovación, la ONCE no solo sigue manteniendo su espacio dentro de este, sino que además este va creciendo. Todo gracias a la excelente labor de estudio y aplicación de estrategias de mercado, al esfuerzo diario de todas las trabajadoras y de todos los trabajadores, a su incuestionable compromiso y a su enorme capacidad de reacción.

En todo ello, UTO-UGT es un actor protagonista y responsable, esa es nuestra filosofía, es una obligación y, en este documento vamos a continuar contribuyendo en ese sentido, vamos a analizar todo lo relativo a la estructura de juego, a marcarnos objetivos a modo de propuestas, objetivos que aporten ideas para el crecimiento del espíritu de evolución, una progresión en todos los sentidos, consolidar los valores de marca ONCE como operador de juego social y responsable; análisis y propuestas sobre aspectos logísticos, tecnológicos, cartera de loterías ONCE, herramientas, productos complementarios, seguridad de la red de ventas, juego online.

Vamos a trabajar como sabemos, con propuestas sólidas y razonables, con objetivos que se puedan cumplir, como siempre lo hemos hecho. En el X Congreso, en lo relativo a juego, adquirimos una serie de compromisos, compromisos cumplidos, pero, debemos seguir avanzando, el desarrollo en materia de juego debe ser constante, debemos seguir trabajando tanto en esos objetivos cumplidos, como en aquellos otros necesarios de cara al futuro.

COMPROMISO INSTITUCIONAL

El Acuerdo 2022-2031 garantiza estabilidad y refuerza el modelo social.

El objetivo de mayor prioridad con él tras el arranque del X Congreso fue el de dar continuidad al trabajo conjunto con la Dirección de la ONCE para alcanzar un acuerdo con el Gobierno de la Nación que proporcionara estabilidad a la Institución, ese acuerdo fue aprobado por el Consejo de ministros el 2 de noviembre de 2021. Ese Acuerdo General suscrito entre la ONCE y el Estado español para el periodo 2022-2031 consolida un marco de colaboración que garantiza la estabilidad institucional, económica y social de la ONCE, reforzando su papel como agente clave en la inclusión de personas con discapacidad.

Es indudable que el tener un acuerdo con el Gobierno de la Nación hasta 2031, supone estabilidad institucional. Durante los próximos años se tendrán que ir fraguando las bases para, una vez llegada la fecha de finalización, este acuerdo se pueda renovar, también es indudable que, en dicho proceso, la ONCE contará con todo el apoyo de este sindicato.

Tenemos un indudable compromiso con una institución como la ONCE, reconocida como un referente internacional en la promoción de los derechos de las personas con discapacidad, por su constante labor de colaboración activa con instituciones públicas y privadas para avanzar en la plena integración social y laboral de este colectivo. Apoyaremos la progresión del Grupo Social ONCE, su enorme y reconocida labor le infiere un enorme apoyo social y valor de marca. El Grupo Social ONCE está, desde 2021, situado en el tercer puesto del prestigioso, Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, MERCO.

Dicho reconocimiento no se ha producido de forma casual, obedece a valores como son solidaridad, igualdad, transparencia e innovación. Su compromiso es trabajar con integridad y responsabilidad para lograr la inclusión y mejorar la vida de las personas con discapacidad, siempre apostando por la diversidad y la sostenibilidad.

Esa notable evolución, ha permitido el incremento de la inversión social, consolidar a la institución como el mayor empleador mundial de personas con discapacidad, trayectoria que lo ha convertido en el tercer empleador no público a nivel estatal. En 2025, el Grupo Social ONCE alcanzó su récord histórico con 80.000 personas trabajando en él, de las cuales el 60% tienen discapacidad.

La venta de loterías sociales, seguras y responsables de la ONCE es un factor determinante en la consolidación del Grupo Social ONCE, son mucho más que un producto de juego. Son la expresión de un modelo único en el mundo, este demuestra que es posible ofrecer ilusión y suerte, al mismo tiempo que se construye una sociedad más inclusiva.

La ONCE no solo vende cupones, también comercializa una amplia gama de loterías con un valor añadido; cada sorteo, cada número, cada

participación se traduce en apoyos reales, en empleo estable y en proyectos que mejoran la vida de miles de personas con discapacidad.

Están claros los valores que diferencian a las loterías de la ONCE, está claro su carácter social, seguro y responsable. Los más de 100 productos comercializados por la ONCE son sociales, porque los beneficios se reinvierten íntegramente en generar oportunidades, en garantizar derechos y en demostrar que la economía puede y debe estar al servicio de las personas. Son responsables, porque se gestionan con criterios de juego seguro, ético y transparente, donde la prioridad es proteger al consumidor.

Desde UTO-UGT defendemos este modelo con orgullo, porque es un ejemplo de solidaridad organizada, de trabajo colectivo y de compromiso con la justicia social. Cada lotería de la ONCE es una pieza de un engranaje que no busca solo repartir premios, sino también repartir futuro, dignidad e igualdad.

Es un deber para UTO-UGT, siempre, con responsabilidad y coherencia, ayudar en la evolución del presente de este excepcional modelo, sin comprometer su sostenibilidad de futuro.

Con este compromiso renovado reafirmamos la alianza con la ONCE, trabajando por su estabilidad institucional y económica, garantizando un crecimiento continuamente ligado a la inclusión, la justicia social y la defensa del empleo digno y estable.

CANAL PRINCIPAL DE VENTAS

El Canal Principal de Ventas, una estructura profesional esencial.

El avance y la consolidación del Canal principal de ventas fue otro objetivo más, en 2021 eran unas 19.000 personas las que lo integraban, en la actualidad, pese a la fluctuación, debido a la inevitable actualización generacional de esta, esa cifra está en torno a las 21.000 personas. Este incremento denota evolución y es un valor inequívoco que indica consolidación.

Consolidación que responde al trabajo realizado por un grupo de personas bien formadas. No se puede obviar el componente humano que les envuelve, como tampoco se puede dejar a un lado a la hora de valorarlo, su constante formación, su indudable profesionalidad; todo ello le hace ser considerado uno de los mejores equipos comerciales en nuestro país. Gracias a esa formación continua y al uso de tecnología accesible, garantizan un servicio moderno, inclusivo y de calidad, siendo la pieza clave en la generación de empleo y la financiación de los programas sociales de la ONCE.

Una pieza clave, como es el Canal Principal de Ventas, que ofrece tanto compromiso y garantías en el desempeño de su labor comercial, también debe tener las suyas propias, puntos de ventas que garanticen el

rendimiento mínimo exigido por la ONCE en cada momento, rutas de ventas rentables, cuya explotación no se traduzca en ningún tipo de perjuicio, ni para las personas vendedoras, ni para la propia ONCE, esas garantías, para UTO-UGT son un compromiso.

Debemos también tener en cuenta que, su buena evolución, no sería posible sin el apoyo de una sólida estructura de Gestión Comercial, como la que tiene la ONCE. Un equipo de personas encargadas de organizar, supervisar y dinamizar toda actividad comercial; su trabajo es fundamental en la sustentación de la estructura comercial de la ONCE.

Desde UTO-UGT defenderemos que, la progresión de esta parte fundamental de la estructura vaya en consonancia con la propia del Canal Principal de Ventas, con sus necesidades de cobertura y de atención diaria.

Esa constante evolución, era y seguirá siendo, uno de nuestros principales objetivos; es el pilar sobre el que se sustenta la institución, es obligación nuestra su salvaguarda, apostar, apoyar y sugerir fórmulas para que esta sea constante en todos los sentidos. Es imprescindible su continua formación, como también lo es el efectuar una continua valoración de sus necesidades como agentes comerciales, de toda la dotación de herramientas que se requieran, prestando especial atención a colectivos como los de personas afiliadas, personas con discapacidad auditiva, etc. Este equipo de personas debe ser percibido como lo que son, vendedores y vendedoras profesionales.

El Canal Principal de Ventas seguirá siendo el corazón de esta sólida estructura. Apostamos por su consolidación, profesionalización y formación continua, garantizando la dignidad laboral y el reconocimiento del esfuerzo de cada vendedor y vendedora.

NUESTRAS LOTERÍAS SOCIALES, SEGURAS Y RESPONSABLES

Las loterías sociales crecen gracias a innovación y reformas.

◦ Loterías pasivas

El buque insignia, nuestro producto estrella desde 1938, nuestro cupón, también tiene, y tendrá, un lugar dentro de nuestra lista de objetivos. Exigimos su reimpulso y se consiguió.

Se ha logrado, pese a las nuevas tendencias, a los nuevos formatos de loterías, a la creciente oferta de juego online, que estos productos sigan teniendo un peso determinante dentro de la cartera de productos de la ONCE.

El año 2022 fue crucial para ese reimpulso, gracias a la reforma del Cupón diario en mayo de ese año, con un aumento en sus opciones de premio, con una nueva opción de premio de 500.000 euros. También gracias a la reforma de la estructura de premios del

Cuponazo, una actualización que supuso un aumento del 20 % en el número de boletos premiados por sorteo.

Es nuestra labor y deber, seguir apoyando todas aquellas iniciativas encaminadas a seguir en la línea de reimpulso de nuestro cupón, bien sean las basadas en cambios estructurales de premios, como en las también necesarias iniciativas enfocadas en estrategias de marketing basadas en sus diseños.

La potenciación de sorteos Extraordinarios dentro de la cartera de productos ONCE es otro de los objetivos marcados y, es otro objetivo cumplido. El peso de estos productos en el total de ventas supone más del 20 % de estas, un especial protagonismo dentro de estos lo ha acaparado el Sorteo Extra de Navidad, en el acuerdo suscrito entre la ONCE y el Estado español en 2021 se recoge la autorización de celebración de este durante su vigencia, hasta 2031.

Es fundamental reseñar un factor determinante en el crecimiento de ventas de los productos extraordinarios, el de la actualización de los tramos en una única tabla de comisiones, para este tipo de sorteos, propuesta por UTO-UGT. Esta nueva estructuración ha contribuido de manera determinante a la mejora en las condiciones retributivas de estos productos, manteniéndolos sin mínimo de venta e incrementando la comisión mínima al 12 % y la máxima al 17 % desde el primer cupón vendido, se establecieron seis tramos en lugar de los cuatro tramos de la anterior estructura de comisiones.

El hecho de que esta nueva estructura ofrezca una menor distancia entre tramos desencadenó a partir del sorteo Extraordinario del día del Padre de 2023, un efecto motivador en la venta de estos sorteos, que ha supuesto a su vez, una notable mejora en sus condiciones retributivas, fruto de ello, incrementos significativos tanto en volumen de ventas, como en las comisiones a percibir entre las personas vendedoras.

El compromiso con la consolidación de los sorteos extraordinarios, el instar a nuevas acciones en este sentido, es y seguirá siendo, un claro objetivo para UTO-UGT.

• Loterías activas

Otro tipo de lotería con la que adquirimos un compromiso de apoyo a su consolidación y margen de mejora es el contraído con los productos de lotería activa. Hay una clara evolución de estos tipos de productos, en los últimos diez años, su volumen de ventas se ha multiplicado por cinco, acaparando en torno al 19 % del total de ventas.

Su mayor impulso ha sido durante los últimos años, las reformas ejercidas sobre la estructura de premios de estos productos, la determinación de ampliación de sorteos en todos ellos, las acciones comerciales encaminadas a la diversificación de este tipo de productos

y su adaptación a las tendencias de demanda del mercado han contribuido a que consolide su relevancia y aumente su peso dentro de la oferta de productos ONCE.

Una clara prueba de crecimiento comercial es el que se ha producido con el Tríplex, el aumento de sus ventas es una de las principales causas de la evolución de los productos activos, un producto que, por su diseño de premios y el alto porcentaje dedicado a estos, ha generado una alta demanda entre la clientela, contribuyendo a su vez a la ampliación de su tipología, además de proporcionar esta un aumento en la ejecución de la venta cruzada de otros productos. En esa misma línea de progresión están el Eurojackpot, Mi Día y Super11.

Toda la dinámica evolutiva de productos activos ha contado con el apoyo de UTO-UGT, su consolidación y mejora fue nuestro evidente objetivo.

Seguiremos siendo exigentes sobre la constante búsqueda de nuevas fórmulas que contribuyan a la progresión de este tipo de loterías y que en ella también se contemple la de los procesos de venta, la de operativas que faciliten y agilicen su expedición.

- **Loterías instantáneas**

Igual de evidente es la consecución del objetivo marcado sobre la firme apuesta por el afianzamiento de la lotería instantánea. En la última década su incremento de ventas ha sido de más del 200 %, se ha convertido en el segundo pilar sobre el que se sustentan las ventas de productos ONCE, situándose estas, por encima del 34 % de su total.

La clave, lo que ha llevado a ello, es la apuesta clara por un formato de productos con un atractivo porcentaje de premios con respecto a su valor, una constante renovación de su oferta, un exhaustivo análisis de evolución y comportamiento que conduce a la inclusión de nuevos productos y al rediseño estructural de premios y, de imagen, de aquellos que mantienen una demanda alta y constante.

En la actualidad se comercializan 18 modalidades distintas en formato físico. Además, se ha trabajado sobre nuevas vertientes de mercado, debido a la necesidad de cubrir a cierto sector de clientela cuya demanda está más inclinada hacia los formatos de juegos online. Actualmente se cuenta con una oferta en torno a 70 productos en formato digital”

Contemplando siempre la aplicación de los estrictos estándares de seguridad y juego responsable que diferencian al juego social de la ONCE. Su aplicación prohíbe la venta a menores y autoprobibidos, verifica la identidad en canales digitales, informa sobre riesgos y probabilidades, ofrece límites de gasto y autoexclusión, y la continua formación a las personas vendedoras en prevención, en el ejercicio

de una venta segura y responsable. Todo el sistema está auditado externamente y supervisado por el Consejo de Protectorado, en cumplimiento de la Ley del Juego y acuerdos con el Estado.

Sobre este fundamental pilar que suponen los productos de Lotería instantánea, desde UTO-UGT, también tenemos propuestas de futuro. Su dinámica de evolución, el aumento de su peso específico en el total de ventas, la diversidad de oferta que tiene dentro de la cartera de productos y la diversidad de factores que influyen de manera particular en su demanda, requieren un enfoque más acorde a estas particularidades.

Teniendo en cuenta dichas particularidades, en lo que a demanda de producto se refiere, incidiremos en la articulación de un sistema de control y seguimiento de envíos acorde a la fluctuación de dicha demanda, un sistema en el que se garantice su abastecimiento y en el que los tiempos de respuesta se ajusten al momento puntual de la necesidad de producto demandado.

Resulta bastante obvio que, para esa buena dinámica de funcionamiento de las loterías instantáneas, las garantías de control y juego seguro, el cumplimiento de los estándares de seguridad que evalúan esa comercialización segura, son imprescindibles.

En el caso de estos productos, se precisa de un control exhaustivo, de unos rigurosos procesos de control de estocaje y situación de cada libro, no obstante, creemos que, en el ejercicio de ese control sobre un producto de Lotería Instantánea, en la aplicación de las medidas que ese exhaustivo control requiera, deben tenerse en cuenta aquellas situaciones particulares en las que se vean inmersas de manera involuntaria las personas vendedoras, situaciones que indiquen una variación en el proceder protocolario.

Así lo manifestó UTO-UGT ante la Comisión Paritaria, y así lo reconoció esta, hoy en día es una realidad, una pausa en la actividad comercial de un vendedor, o vendedora por, vacaciones, incapacidad temporal, etc. supone una pausa en el periodo de vigencia de un producto confirmado o activado.

Es esta una cuestión que se ajusta a razones y creemos necesario continuar en esa misma línea, por ello, instaremos a la ONCE a que se apliquen fórmulas concretas, y en ese mismo sentido, a los periodos de finalización de productos, a la articulación de hitos específicos, una vez analizada cada situación particular, para aquellas personas vendedoras que se encuentren en situación de pausa en su actividad comercial o, afectados por una situación fortuita, que les impida efectuar el correcto cumplimiento de los hitos marcados para dicha finalización o cambio de tipo de comercialización de un producto.

Tenemos una cartera de productos amplia y diversa, en esta posiblemente esté la respuesta a la buena evolución de la ONCE. Esa diversidad debe estar en constante análisis y renovación, por ello, seguiremos instando a la ONCE a buscar e impulsar nuevos juegos que dinamicen la oferta actual y sigan ayudando a mantener, o incluso aumentar, la actual cuota de mercado.

Además, desde UTO-UGT, creemos que es necesario que, esa dinámica de evolución comercial, también se traslade a la adaptación del diseño de productos que permita un correcto acceso y control de estos por parte de todas las personas que ejercen su venta; diseños que sigan en la línea de ofrecer las máximas garantías de cara a la clientela, que faciliten su gestión en la venta y en el abono de estos y sobre todo en aquellos que poseen un solo código de barras y su deterioro accidental dificulta su comprobación y pago de premios.

Las loterías sociales, seguras y responsables de la ONCE son, y seguirán siendo, un emblema de solidaridad y compromiso. Continuaremos defendiendo su evolución, potenciando la innovación, la seguridad y el valor humano que representan para nuestra Institución y para la sociedad.

CANAL DE VENTAS COMPLEMENTARIO

Canal Complementario útil.

Otro objetivo nacido de nuestro X Congreso fue dar continuidad a nuestro apoyo a la progresión del Canal de Ventas Complementario, una opción dirigida a mantener una cobertura que ofrezca garantías de accesibilidad, una plena presencia territorial, que permita extender la cercanía social de la ONCE en todo el país, sin dejar a un lado las máximas garantías de no perjuicio del Canal Principal de Ventas.

Este Canal de Ventas Complementario, en estos últimos años ha ido creciendo de manera moderada, con unos rígidos criterios de valoración previos a su creación y siempre bajo la premisa de no intromisión directa en zonas de venta del Canal Principal de Ventas. El Canal de Ventas Complementario más que suponer un perjuicio sobre la plantilla de personas vendedoras de la ONCE, ha supuesto lo que su nombre indica, un complemento. Un complemento que ha permitido aumentar la percepción de la parte de los beneficios originados por este en favor de las personas vendedoras, como así lo ha venido exigiendo UTO-UGT en sus negociaciones de Convenios.

Esa complementación que supone al Canal Principal de Ventas, el Canal Complementario, debe continuar su afianzamiento, pero siempre bajo el estricto control de la ONCE y con la máxima de no ejercer perjuicio alguno sobre el Canal Principal de Ventas. Además, esa complementación, debe de extenderse. Desde UTO-UGT ponemos de manifiesto nuestra intención de insistir en la necesidad de ampliar la colaboración entre los puntos de venta del Canal físico complementario y la red principal de ventas para mejorar la sinergia entre ambos.

El Canal de Ventas Complementario debe seguir siendo un apoyo útil y equilibrado, que amplíe la presencia social de la ONCE sin perjudicar al Canal Principal de Ventas. Nuestro objetivo es mantener su desarrollo bajo principios de equilibrio, cooperación y respeto.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS Y RECURSOS DIGITALES

La digitalización avanza; UTO-UGT exige mejoras y más autogestión.

La insistencia, la determinación y apoyo de UTO-UGT por la apuesta tecnológica es indudable, ya en el año 2004, se puso de manifiesto con el respaldo a la implantación del primer Terminal Punto de Venta (TPV). En el Congreso anterior esa premisa seguía siendo un objetivo claro, apostar por la renovación y avanzar hacia una tercera generación de TPV, durante los años 2021 y 2022. Esta renovación se llevó a cabo con un nuevo TPV actualizado que incorporaba mejoras tanto en diseño como en funcionalidades, incluyendo el uso del sistema operativo Android, una necesidad demandada por nuestro sindicato, que se hizo realidad.

El TPV es una herramienta indispensable, el aumento de comercialización de productos a través de este es más que una evidente realidad, ante la que creemos necesario seguir analizando su progresión, su operatividad y efectuando propuestas que mejoren la funcionalidad de estos.

Instaremos a la ONCE a que valore la necesidad de renovación del actual TPV, a que se evolucione a un terminal con un hardware más operativo de cara a las necesidades de futuro, que su capacidad de conectividad soporte con suficiencia el aumento de tráfico de datos, un terminal en el que se puedan incrementar las opciones de instalación de software, un terminal más avanzado que permita la instalación de aplicaciones para que las personas vendedoras puedan autogestionar aspectos básicos de su trabajo, como por ejemplo la solicitud y modificación de productos y consumibles.

Es notable la importancia del TPV como herramienta de trabajo, una herramienta esencial para el correcto ejercicio de la labor de ventas, por parte de vendedores y de vendedoras, de ahí que, teniendo en cuenta lo determinantes que resultan para un correcto rendimiento comercial, creemos que es imprescindible buscar fórmulas que compensen económicamente la merma de ese rendimiento comercial cuando, por causas ajenas a las personas vendedoras, se produzcan carencias en la dotación de dicha herramienta, es decir, cuando por ejemplo, no se atiendan en un tiempo razonable las situaciones derivadas de averías de estos dispositivos o, cualquier otro tipo de incidencias que impidan su correcto uso.

Para las situaciones que derivan en una falta de atención, debemos instar a la ONCE a que efectúe un seguimiento exhaustivo de las actuaciones de la Empresa que efectúa la atención de incidencias de los Terminales Punto de Venta, que exija el férreo cumplimiento de las condiciones en las que se extiende el contrato con esta, que valore y ejecute todas aquellas mejoras, para la necesaria evolución en la atención de dichas incidencias.

Al hilo de las mencionadas necesidades de autogestión, por parte de las personas vendedoras, no podemos dejar atrás herramientas digitales como WhatsApp y PortalONCE. Creemos necesaria la potenciación de su uso, ello contribuirá a una mejor gestión diaria, que iría mucho más allá de la mera gestión de productos y de control de ventas, convertir estas, además, en herramientas de comunicación directa y activa entre las personas vendedoras, y sus centros, en canales de comunicación y consulta, eso es algo tan indispensable, dentro de la transformación digital en la que estamos sumidos, como es el potenciar la autosuficiencia de vendedores y de vendedoras.

Autogestión y autosuficiencia son dos inequívocos signos de profesionalidad y esa es otra de nuestras inquietudes, se estudiarán y se trasladarán a la ONCE, propuestas que impulsen la formación de las personas vendedoras en ese sentido, una formación que contribuya a que la profesionalización del Canal Principal de Ventas continúe con su dinámica evolutiva.

La apuesta tecnológica es una garantía de futuro. Seguiremos impulsando herramientas modernas, accesibles y eficientes que faciliten el trabajo diario, fortalezcan la autogestión y consoliden la profesionalización del Canal Principal de Ventas.

ARCO

Requiere mayor agilidad y mejor atención.

Si apuntábamos antes la vital importancia que supuso la irrupción en 2004 de los TPV en la plantilla de vendedores y de vendedoras, la llegada de la segunda generación en 2012 y su posterior renovación con la tercera generación de 2021, de vital importancia era para UTO-UGT, y así se plasmó en sus propósitos, que la plantilla de personas vendedoras tuviera un servicio de atención a necesidades y tramitación de incidencias en el TPV actualizado, más acorde con la realidad de las necesidades, que garantizase el servicio a todos los trabajadores y trabajadoras independientemente de su jornada, una atención de siete días a la semana.

No obstante, aunque el Servicio de Atención ARCO ha ido aumentando sus días y horas de atención, creemos necesario que en este servicio se aumenten en número de operadores que atienden al Canal Principal de Ventas, además, que su formación sea acorde a las necesidades de atención que, de este servicio se demanda, los actuales tiempos de espera son inaceptables, tienen que efectuarse mejoras en la atención a las personas vendedoras, se tienen que acortar los tiempos.

Para agilizar la atención por parte de ARCO, también contemplamos como necesario hacer una revisión sobre los actuales protocolos y procesos, creemos que es fundamental mejorar en este sentido, en el

control y en el seguimiento de resolución de incidencias, desde sus inicios hasta su contrastada resolución final.

Sobre sus vías de contacto, debemos exigir un avance general en el servicio que este canal de atención tiene a través de WhatsApp y, de manera específica, en la comunicación por esta vía con personas hipoacúsicas.

Otra exigencia crucial es sobre las mejoras en el proceso de anulación de productos activos y complementarios; este proceso debe ser más rápido y más seguro, los tiempos de espera en ocasiones exceden el determinado para que un producto se pueda anular, además, la imposibilidad de seguir efectuando operaciones, de seguir vendiendo productos expedidos por el terminal punto de venta mientras se ejecuta esa anulación, va en perjuicio de vendedores y de vendedoras, generando a su vez una negativa percepción entre la clientela.

El servicio ARCO es una pieza esencial del soporte técnico. Exigiremos su mejora continua, más agilidad, atención de calidad y procesos adaptados a las necesidades reales de la plantilla, garantizando un servicio moderno, inclusivo y eficaz.

HERRAMIENTAS DE EXPOSICIÓN

Renovación de quioscos y expositores mejora en seguridad y accesibilidad.

- **Quioscos**

Dentro de los objetivos marcados, y cumplidos, por UTO-UGT en el X Congreso, estaban los de dar continuidad a la renovación del parque de quioscos con el modelo Zedis. Su implantación ha ido creciendo en los últimos años, actualmente la presencia de este modelo de quiosco en todo el territorio español está por encima de las 1.700 unidades, más del 30 % de nuestros quioscos son ya de este modelo.

También, en lo que a quioscos se refiere, UTO-UGT manifestó su compromiso de seguir incidiendo en las mejoras del sistema de limpieza de estos, se han trasladado de manera constante todos aquellos tipos de incidencias detectadas, se ha instado y conseguido que la ONCE elabore una encuesta de valoración entre las personas usuarias, se ha comenzado un insistente camino en busca de una fórmula que ayude a mejorar las condiciones de su limpieza, un camino de exigencia en el que vamos a continuar demandando lugares de trabajo con las máximas garantías de ergonomía, accesibilidad y limpieza, contemplando la seguridad como algo vital. De igual forma, también apoyaremos cualquier acción que se fundamente bajo criterios de mejoras basadas tanto en sostenibilidad, como en accesibilidad, sin dejar de contemplar la seguridad como algo

vital, contando para todo ello con la experiencia y propuestas de las personas usuarias.

Existe una clara apuesta de UTO-UGT por la seguridad y, una de las acciones en este sentido que tiene apoyo incondicional, es la de implantar un medio de acceso a los quioscos que ofrezca mayor operatividad y seguridad que las que ofrecen las cerraduras tradicionales, los problemas de control de sus llaves y la facilidad de duplicar estas, crean numerosas situaciones con distinto potencial de riesgo. La opción de una cerradura controlada digitalmente mermaría considerablemente esos riesgos y, ya es una realidad más. Se han efectuado las pruebas piloto de este sistema de cerraduras electrónicas y en este 2026 se comenzará con una paulatina implantación de ese novedoso sistema, estaremos al tanto de su dinámica de funcionamiento y de todas aquellas cuestiones que puedan derivarse de ello.

- **Expositores**

La exposición de productos resulta fundamental dentro de una estrategia comercial de ventas, y esa es otra inquietud puesta de manifiesto en los objetivos de UTO-UGT, la renovación, la mejora de expositores puntos de venta, el aumento de dotación de esas herramientas tan fundamentales. En los últimos años su número ha crecido en un 25 %. Este sindicato ha colaborado de manera constante en la búsqueda de nuevas opciones de expositores más versátiles, más funcionales, en la mejora de los modelos existentes.

Contemplando en todo momento que el 100 % de la plantilla son personas con algún tipo de discapacidad y, dentro de ellas existen distintas particularidades en lo que a limitaciones funcionales se refiere, pero no resulta fácil. Aun así, en los últimos años se han producido mejoras en los modelos A4, se ha sustituido el modelo A3 por una versión actualizada, el A6 y, se ha puesto en la calle un nuevo modelo, un modelo más liviano, con diversas opciones de configuración, un modelo que permite la venta en un punto de manera estática e incluso, gracias a su formato de exposición similar a una carpeta, podría permitir el efectuarla de manera ambulante, es el modelo A7.

En la actualización de expositores hemos trabajado y vamos a seguir trabajando, insistiendo en que se busquen nuevos modelos que puedan superar el hándicap que supone la particular idiosincrasia de cada vendedor y de cada vendedora, que se adapten a las necesidades particulares por su discapacidad, expositores que sean más ligeros y resistentes, más útiles. Unos modelos que, además, puedan adaptarse a las particularidades del entorno donde se ubique el punto de venta.

Es necesario también, y así lo exigiremos, que se contemplen mejoras relativas a medidas de seguridad que dificulten el acceso a

productos expuestos en estos por personas ajenas al propio vendedor o vendedora.

- **Estandos Zedis**

Al hablar de herramientas de exposición, no debemos dejar atrás otra que cada vez está acaparando mayor espacio entre estas, pese a su reciente aparición, hablamos de los Estandos Zedis. Cada vez su número es mayor, su presencia está ya en torno a las 200 unidades, por ello también precisan de nuestra atención, es necesario que, al igual que quioscos y expositores, tengan las máximas garantías de ergonomía, accesibilidad y limpieza, contemplando su seguridad como algo vital.

Estas son nuestras principales herramientas de exposición, y siempre es necesario sobre ellas una dinámica de constante estudio y renovación, ya que, resultan cruciales para el buen funcionamiento del excelente Canal Principal de Ventas. Para UTO-UGT es una necesidad que exista a nivel nacional una operativa definida, estructurada y efectiva, que aborde el constante mantenimiento de esas esenciales herramientas. Una operativa que tenga como base la reutilización, el dar una vida, un nuevo ciclo de uso a las herramientas, basada en el aprovechamiento de las piezas de aquellas que, por algún tipo de incidencia, se almacenan como herramientas no válidas para su uso. Esto proporcionaría un aumento en el stock de estas, en el caso de expositores, y espacios de trabajo con mejores garantías para su uso en el caso de quioscos y estands.

El correcto rendimiento y funcionamiento de herramientas de trabajo, no se puede contemplar sin un constante mantenimiento de estas. Esto no es solo fundamental para el buen funcionamiento de la actividad comercial, también lo es para mantener una sólida imagen institucional de la ONCE de cara a la clientela. Así lo cree este sindicato y, en esa dirección irán nuestras demandas.

- **Prendas corporativas**

Debemos abordar también en este punto otro tipo de dotación que, en un principio nacieron como prendas corporativas y hoy en día las podíamos equiparar a herramientas de trabajo, hablamos de los chalecos corporativos. Estas prendas identificativas se han convertido en útiles de trabajo, su uso permite que las personas vendedoras sean perfectamente identificables entre el resto de la población.

UTO-UGT siempre ha estado pendiente de su evolución, nuestra intención es seguir en esa misma senda, aunque es una prenda que ha ido evolucionando en la composición de sus tejidos, siempre a instancia de este sindicato, consiguiendo que sean más livianos que los que tenían en su origen, esa evolución debe de continuar, se debe seguir demandando la búsqueda de composiciones textiles más

acordes a su uso, sobre todo ante determinadas condiciones climatológicas.

En esta misma línea de necesidades de una prenda identificativa para su uso en periodos estivales y complementaria al chaleco, como no puede ser de otra manera, a instancias de UTO-UGT, a finales del pasado verano se empezó la prueba piloto, del polo corporativo. Una prenda de manga corta con los colores institucionales de la ONCE, que en 2026 ya será una realidad. Vamos a estar atentos a su implantación, seguiremos pendientes de las incidencias que se han derivado de su testeo y a las que puedan surgir tras su posterior uso por toda la red de ventas del Canal Principal de Ventas. Una vez conocidas estas, en el caso de que las hubiese, obraremos en consecuencia, incidiendo para que sean solventadas.

La mejora y modernización de los puntos de venta es clave para la evolución comercial. Trabajaremos por espacios ergonómicos, accesibles y seguros, que refuercen la imagen de profesionalidad y cercanía que define a las loterías sociales, seguras y responsables de la ONCE.

MEJORAS EN SEGURIDAD

Hacíamos referencia a la necesidad de implementar mejoras de seguridad, en quioscos, stands y expositores, en ello, hay un factor determinante que nos hace prestarle una especial atención. Cada vez más compañeras y compañeros, especialmente aquellos con movilidad reducida o baja visión, se ven expuestos a situaciones de riesgo por parte de terceros.

Desde UTO-UGT consideramos imprescindible revisar la póliza de robo y expoliación, adaptar sus coberturas a las necesidades reales del ejercicio de la venta en la actualidad. La creciente inseguridad a la que vendedores y vendedoras se exponen en sus jornadas de trabajo, deben tenerse en cuenta, es necesario articular acciones encaminadas a ofrecer mejores garantías de cobertura ante la sustracción de productos de juego o de dinero en efectivo.

ESTRUCTURA LOGÍSTICA

La robotización agiliza distribución y control de stock.

Hacemos referencia a estrategia comercial de ventas, sin duda un aspecto fundamental en la buena evolución económica de los últimos años, pero, en ello también influye un factor de enorme peso para que las estrategias comerciales se puedan ejecutar de forma eficiente, hablamos de los procesos logísticos. En este sentido, desde UTO-UGT, se lleva ya tiempo, promoviendo e incidiendo sobre la necesidad de la modernización del Centro Logístico de Producción de la ONCE, un logro más dentro de nuestros objetivos marcados que culminó en noviembre

de 2024 con la consolidación, con la puesta en marcha del proyecto de automatización avanzada, la robotización integral de la imprenta de la ONCE, 46 robots y más de 400 automatismos, hacen de esta planta la más robotizada en la Comunidad de Madrid.

Esta modernización, como promovía y demandaba nuestro sindicato, abre el camino a la búsqueda de fórmulas que se acerquen a la realidad de la actual temporalidad de respuesta ante la demanda de productos de cualquier empresa de servicios, un sistema logístico con envíos más directos a las personas vendedoras, con nuevas opciones de apoyo en su estructura, nuevas fórmulas logísticas que conduzcan a garantizar un abastecimiento de productos en menos de 48 horas, envíos exprés directos a los destinatarios finales, y así lo seguiremos exigiendo. Unas fórmulas logísticas que permitan respuestas más ágiles contribuirían, a su vez, a mejorar el actual sistema de asignación y control de stock de productos, tanto a nivel de Centros, como a nivel del propio control de stock de vendedores y de vendedoras.

Esa modernización, a su vez, también ha abierto el camino a la promoción de acciones que agilicen todas aquellas tareas administrativas inherentes a la liquidación y retirada de productos. Ese camino debe continuar e incluso diversificarse, otra clara apuesta de UTO-UGT, en este sentido es que, dicha diversificación conduzca a la separación de ambos procesos, que liquidación y retirada de productos sean procesos complementarios entre sí, pero, que su ejecución sea de forma independiente.

Modernizar la estructura logística significa ganar eficiencia y agilidad. UTO-UGT seguirá promoviendo un sistema más directo, automatizado y sostenible, que garantice el abastecimiento rápido y eficaz de productos a todo el Canal Principal de Ventas.

CONTROL ECONÓMICO

Se impulsa "Lo vendo hoy, lo pago mañana" para simplificar gestión.

La liquidación de productos es el culmen de todo el circuito de juego por donde estos transitan, esta es una operativa cuya progresión, no solo debe contemplarse dentro de los procesos administrativos, también debe de llegar al Canal Principal de Ventas. UTO-UGT, demandaba el impulso de fórmulas que propiciaran dicha evolución, es más que evidente que el crecimiento económico está estrechamente ligado a la implantación de estrategias comerciales que, en los últimos años han supuesto un incremento en la cartera de productos ONCE.

Este incremento está compuesto en su mayoría por productos de comercialización anticipada, muchos de estos tipos de productos no tienen una fecha fija de liquidación, esta, está supeditada a la propia dinámica evolutiva de cada uno de ellos, como es el caso de la lotería

instantánea, o bien, existe un amplio periodo temporal entre el inicio de su comercialización y el de su finalización y liquidación, como sucede con los productos extraordinarios.

En UTO-UGT existía la clara determinación de impulsar fórmulas que den opción a la unificación de la liquidación de productos "lo vendo hoy, lo pago mañana". Esta nueva opción supondría una enorme mejora en el control de ventas, y liquidación, de productos de comercialización anticipada por parte de vendedores y vendedoras, a mayor control de liquidación, menores opciones de descuadres económicos previos a estas. La ONCE ha tomado este testigo y ha comenzado el estudio de acciones que conduzcan a esa fórmula de unificación temporal en la liquidación de productos, de hecho, podemos decir que, esa acción ya está en marcha.

Esta propuesta de UTO-UGT ya ha evolucionado a una manifiesta realidad, en 2026 ya será una recurrente posibilidad, no obstante, seguiremos expectantes ante su desarrollo, seguiremos instando a la ONCE para que en los próximos años el "lo vendo hoy, lo pago mañana" se convierta en una plena realidad que contribuya a facilitar la autogestión económica de las personas vendedoras.

Creemos firmemente que otra acción que, mientras se consolidan las fórmulas de aplicación del "lo vendo hoy, lo pago mañana", puede contribuir a adoptar una fórmula que, a su vez, contribuya a facilitar a vendedores y a vendedoras el control económico de aquellos productos que se comercializan de forma anticipada, sería el extender la actual opción de ingresos a cuenta sobre productos extraordinarios a otros productos, que sin ser extraordinarios, tienen un importante peso, y efectos, sobre el control económico de la venta anticipada semanal, es el caso del Cuponazo y Suedazo, esta es otra de nuestras propuestas.

En la misma línea, la de facilitar la gestión económica a las personas vendedoras, está otra de las propuestas que llevaremos a cabo. Esta consiste en la implantación de un sistema, similar a la cuenta vendedor, que permita a las personas vendedoras poder consultar su actividad comercial de manera sencilla, clara y cómoda. Es evidente, como apuntábamos antes, que un aumento de herramientas que permitan un mayor control económico contribuiría a disminuir los problemas de gestión económica y liquidaciones.

En ese mismo sentido, seguiremos insistiendo en la modificación de las nomenclaturas y contenidos de los distintos Informes que se emiten en el TPV, unos informes más detallados, con un contenido claro en las especificaciones de estos, unos Informes que, de igual manera a lo anteriormente expuesto, contribuyan a un mejor control del desarrollo de la actividad comercial de vendedores y vendedoras.

Consideramos que es de gran importancia, para tales cometidos en el control de la actividad comercial, que la información contenida tanto en los informes, como en los mensajes del TPV, sea acorde a la necesidad temporal real del contenido. En este mismo sentido, resulta

imprescindible que su disponibilidad se ajuste también a esa necesidad, ya sea en el propio terminal o en apartados específicos dentro de la Oficina Virtual del Vendedor, en el Portal ONCE.

La dinámica evolutiva de la ONCE siempre ha ido en consonancia con la de la propia evolución social, comercial, tecnológica etc. Bajo ese mismo criterio de actualización constante también deben ir las herramientas, la búsqueda de sistemas, que permitan a vendedores y a vendedoras, un mejor control de las transacciones económicas en el desarrollo de la venta.

Las transacciones económicas van evolucionando, cada vez son más las que se producen mediante medios electrónicos, medios digitales que ofrecen opciones de transacciones bidireccionales, en las cuales no existe intercambio de dinero en metálico. Para UTO-UGT, es necesario que en este sentido se sigan valorando opciones de transacciones económicas por medios digitales, ya que esto favorecería de manera notable el control económico por parte de las personas vendedoras y el de la propia ONCE; a su vez, ofrecería mayores garantías en el control de dinero en efectivo y en el exigido control de blanqueo de capitales a los operadores de juego.

El control económico es un eje estratégico para el futuro. Promoveremos herramientas claras y digitales que faciliten la gestión de la venta y la liquidación, fortaleciendo la transparencia y la seguridad financiera de toda la plantilla.

Finalmente, no podemos olvidar un compromiso fundamental para este sindicato: el seguimiento de la actualización y desarrollo de toda la normativa que regula el funcionamiento de la ONCE, y especialmente de aquella relativa al juego. Revisaremos su redacción y aplicación, asegurándonos de que su contenido, desarrollo y cumplimiento se ajusten en todo momento a lo que en ella se recoge, y que lo hagan en coherencia con la defensa de los derechos y el bienestar de las personas vendedoras.

CONCLUSIÓN

La Ponencia de Juego de UTO-UGT marca un proyecto sólido, responsable y orientado al futuro de la ONCE y de toda su estructura de ventas. Nuestro compromiso se centra en defender un modelo de loterías sociales, seguras y responsables que garantice estabilidad institucional, empleo digno y la continuidad de la labor social que distingue a la ONCE.

Durante los próximos años, trabajaremos para reforzar la profesionalización del Canal Principal de Ventas, modernizar herramientas tecnológicas, mejorar la operativa comercial, asegurar condiciones laborales dignas y avanzar hacia procesos económicos más claros y sencillos, como el modelo "Lo vendo hoy, lo pago mañana".

El fortalecimiento de las loterías, cupón, sorteos extraordinarios, loterías activas e instantánea, junto con una logística más ágil, una estructura comercial más eficiente, una mejor atención de ARCO y herramientas de exposición más accesibles y seguras, serán pilares esenciales de esta evolución.

UTO-UGT seguirá siendo una garantía de avance, estabilidad y diálogo. Tenemos un claro propósito; seguir contribuyendo a consolidar un modelo de juego responsable, sostenible y centrado en las personas, que proteja el bienestar de todos los vendedores y de todas las vendedoras, que asegure el futuro de la ONCE en un mercado cada vez más competitivo.

Las propuestas planteadas en este documento, como objetivos de futuro, buscan mejoras en la operativa diaria, accesibilidad y seguridad de la red de ventas, simplificando desplazamientos innecesarios, clarificando procesos de liquidación, facilitando la gestión de productos anticipados y devoluciones, reforzando la comunicación, especialmente con colectivos con necesidades específicas y modernizando funcionalidades del TPV para agilizar la atención, aumentar la transparencia y favorecer la autonomía de las personas vendedoras. Del mismo modo, se buscan propuestas de mejoras en la logística de envíos, ampliación de opciones para ingresos y devoluciones, optimización de herramientas de pago y accesibilidad en productos, así como medidas que refuercen la seguridad y discreción en la gestión de materiales, con el objetivo común de hacer más eficiente, accesible y seguro el ejercicio profesional de toda la plantilla.