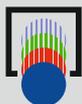


# Memoria Anual 2008



**Loterías y Apuestas  
del Estado**





**Loterías y Apuestas  
del Estado**

C/ Capitán Haya, 53  
28020 Madrid  
Tel. 902 112 313

**Realización:**

Dirección de Coordinación

**Diseño:**

Carlos Fernández  
Brétema Comunicación

**Edición y maquetación:**

Comuniland

**Impresión:** Progresia

**Depósito legal:** M-45075-2009

**© Loterías y Apuestas del Estado**

Se prohíbe la reproducción total o parcial de los textos  
de esta Memoria sin autorización expresa.





# Memoria Anual 2008

## Índice

SALUDO DEL DIRECTOR GENERAL ..... 5

### RESUMEN GENERAL Y ASPECTOS DE INTERÉS

	<b>1</b> Introducción ..... 8
	<b>2</b> Contexto de mercado ..... 10

### DATOS ECONÓMICOS

	<b>3</b> LAE, al alza ..... 14
--	--------------------------------

### RESUMEN DE GESTIÓN POR ÁREAS

	<b>4</b> Calidad y seguridad certificadas ..... 20
	<b>5</b> Nuestros juegos llegan a cada rincón ..... 25
	<b>6</b> Un equipo que juega para ganar ..... 54
	<b>7</b> Al servicio de la sociedad ..... 60
	<b>8</b> LAE, entre las mejores del mundo ..... 71
	<b>9</b> La comunicación, nuestro vínculo con el público ... 74





### **LAE está considerada como una de las Loterías de Estado más prestigiosas del mundo**

ofrecemos a diversas organizaciones de ámbito social, deportivo y cultural. Nuestros juegos permiten soñar a los participantes y ofrecen una oportunidad única para financiar e impulsar causas comprometidas que benefician al conjunto de la sociedad. Así, ganamos todos.

Tengo la satisfacción de presentarles la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2008, en la que recogemos los datos y acontecimientos más destacados relacionados con nuestra Entidad y con los diferentes juegos que gestionamos.

Durante este año, la Responsabilidad Social Corporativa ha cobrado la máxima relevancia en la estrategia de LAE, y se ha materializado en un código de conducta que establece los compromisos sociales y éticos más exigentes. Estos valores ya llevan años caracterizando nuestra gestión, pero el principal objetivo es convertirlos en el máximo referente de actuación para todos cuantos formamos parte de LAE, garantizando aún más si cabe la transparencia, eficacia y dedicación de nuestra Entidad en sus funciones públicas.

En Loterías y Apuestas del Estado compaginamos la tradición con la innovación para conseguir que nuestra gestión sea un ejemplo de modernidad y transparencia. Buscamos la rentabilidad económica, pero otorgamos tanta o más importancia al apoyo que

**Gonzalo Fernández Rodríguez**  
*Director General*



# Resumen general y aspectos de interés



# 1 Introducción

## NUESTROS JUEGOS TOCAN DOS VECES

Loterías y Apuestas del Estado es mucho más que una entidad que comercializa juegos de azar. Con sus premios ilusiona a millones de clientes que confían en la seguridad y garantía que ofrecen sus productos, al tiempo que fomenta un juego responsable, siempre respetuoso con la legalidad. Por su carácter estatal, LAE basa su actuación en la transparencia y el rigor.

Los beneficios de LAE revierten doblemente en la sociedad: por un lado, la Entidad destina gran parte de sus ingresos a premios, muchos de ellos millonarios, y por otro, contribuye a mejorar la calidad de vida de los españoles con su aportación

anual al Tesoro Público, que en 2008 casi alcanzó los 2.900 millones de euros, un 6,42% más que el año anterior. Por eso, las campañas de comunicación institucional desarrollan la idea de que los juegos de la Entidad tocan dos veces, directa e indirectamente, por lo que el compromiso social de LAE es completo.

## SATISFECHOS CON LOS RESULTADOS

Según una encuesta reciente, los españoles concedieron un notable (una puntuación de 7,6 sobre 10) a la Entidad, destacando aspectos como la fiabilidad de los sistemas de cobro y comprobación, la profesionalidad de los vendedores y la proximidad de los puntos de venta.





LAE cada año consolida la confianza que genera en los participantes y también su competitividad en el mercado del juego. Los productos de LAE supusieron en 2008 un 31,10% del importe total que los españoles destinaron al juego y consiguieron unas ventas totales que superaron los 10.000 millones de euros.

Con el Sistema Integrado de Gestión (SIGLAE) que la Entidad puso en marcha en 2006 y que desde entonces ha ido implementando en todas sus áreas de trabajo, LAE se convirtió en 2008 en la primera Lotería del mundo en obtener certificaciones que avalan la calidad y seguridad de todas sus operaciones. Estos certificados constituyen otro garante más del rigor y la transparencia que LAE ofrece en todos sus juegos, gracias al esfuerzo de un equipo altamente cualificado y de una infraestructura preparada para competir. De la gestión informática de los Juegos Activos se encarga Sistemas Técnicos de Loterías (STL), una empresa tecnológica propiedad de LAE.

LAE no vive al margen de la realidad económica y social, por lo que la recesión

también ha afectado a sus resultados, en concreto a los Juegos Pasivos. En 2008, los participantes permanecieron fieles a sus juegos pero reduciendo la inversión, por lo que aumentó el número de transacciones y se logró un incremento en el conjunto de los Juegos Activos.

Así, los productos que más crecieron en 2008 fueron EuroMillones y El Gordo de La Primitiva; ambos repartieron varios premios millonarios, batiendo cada uno de ellos récords en la cuantía de premios entregados en nuestro país.

La presencia de LAE en el sector del juego posee un valor histórico y tradicional. Por ello, se ha convertido en una Entidad que forma parte de la vida de los españoles, ofreciéndoles ilusión y haciendo realidad muchos sueños, un recorrido que se fortalece con la aplicación de nuevas tecnologías que aseguran la transparencia de todos sus juegos.

**Los productos de LAE supusieron en 2008 el 31,10% del importe total que los españoles destinaron al juego, y consiguieron unas ventas totales que superaron los 10.000 millones de euros**

## 2 Contexto de mercado

Según datos extraídos del *Informe Anual del Juego en España (2008)* que elabora el Ministerio del Interior, los españoles jugaron durante dicho año por valor de 32.309,11 millones de euros; sin embargo, el gasto real efectivo –es decir, el resultado de restar el importe de los premios a lo jugado– ascendió a 10.158,18 millones, que representa aproximadamente el 31,44% del total de la inversión.

Los productos de LAE obtuvieron un 31,10% del importe total que los españoles destinaron al juego: un 17,47% correspondió a la Lotería Nacional, y el 13,63% restante a los Juegos Activos.

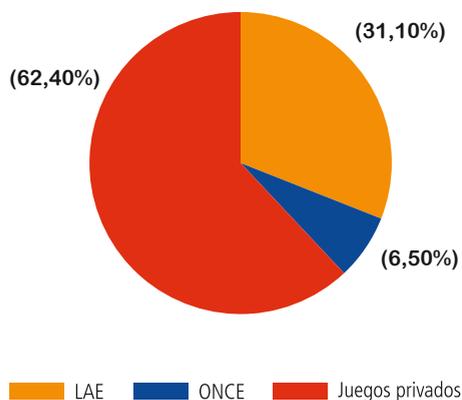
Al analizar la variación interanual de las cantidades jugadas en 2008 respecto a las de 2007, los juegos gestionados por

LAE alcanzaron un modesto incremento del 0,62%, distribuido entre el descenso del 1,20% registrado por la Lotería Nacional y el aumento del 3,06% de los Juegos Activos. Sin embargo, al tomar en cuenta la variación interanual de los últimos cuatro años –desde 2004–, las cantidades jugadas en los productos de LAE se incrementaron un 11,31%.

Por su parte, en el periodo 2007-2008, la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) redujo su recaudación en un 2,99%, con lo que rompió la tendencia alcista que inició en 2006. En cuanto a los otros juegos, los casinos sufrieron una bajada en sus ventas de un 10,34%, los bingos un 7,83%, y sólo las máquinas “B” aumentaron su volumen de juego un 14,82%.

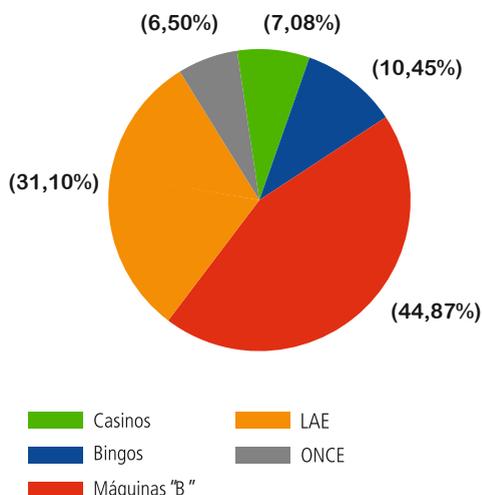
### Importe de las cantidades jugadas en 2008

Distribución porcentual por tipo de gestión

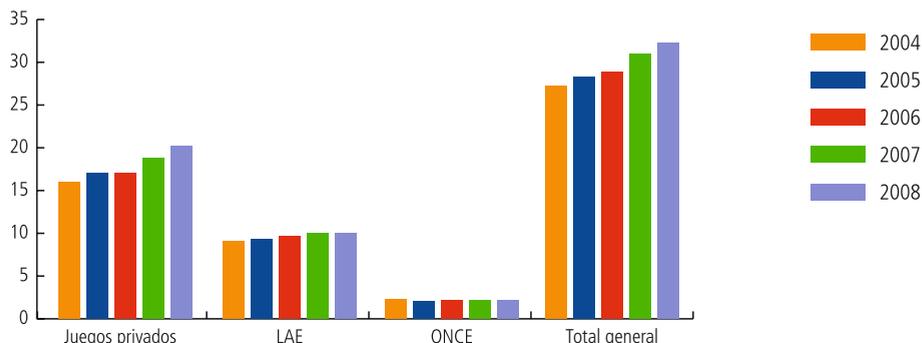


Fuente: Ministerio del Interior

Distribución porcentual por juegos



### Variación interanual de las cantidades jugadas, en miles de euros (2004-2008)



	Juegos privados	LAE	ONCE	Total general
2004	15.997	9.027	2.263	27.287
2005	17.008	9.304	2.024	28.336
2006	17.093	9.647	2.142	28.882
2007	18.839	9.985	2.165	30.990
2008	20.160	10.048	2.151	32.309

Fuente: Ministerio del Interior

### GASTO MEDIO POR HABITANTE

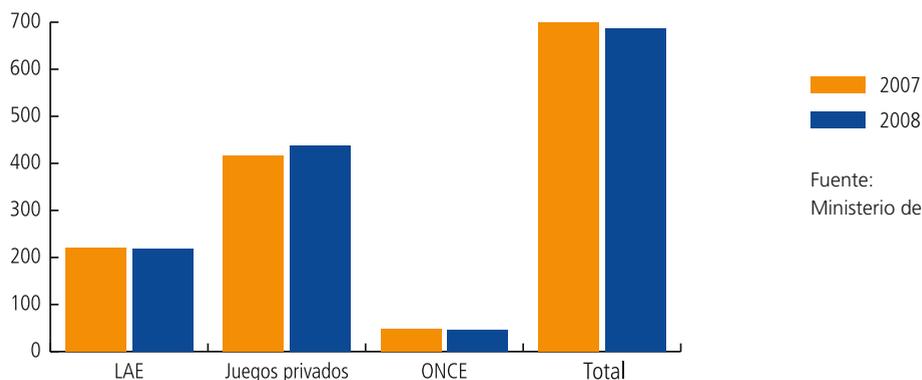
En total, el gasto medio por habitante en juegos de azar se cifró en 699,97 euros, lo que representa un incremento respecto a 2007 del 2,09%, equivalente a 14,36 euros por habitante.

Los españoles jugaron durante 2008 una media de 122,31 euros en Lotería Nacional, es decir, hubo una variación negativa

del 3,24%, o lo que es igual, cada habitante jugó 4,10 euros menos. Sin embargo, en el caso de los Juegos Activos se invirtió esta tendencia. Así, se pasó de jugar 94,51 euros a 95,39 euros por persona, correspondiente a un incremento del 0,93%.

En resumen, durante este año se produjo una caída global en el gasto por habitante en juegos de LAE del 1,46%, el equivalente a 3,23 euros.

### Valores medios de las cantidades jugadas por habitante/año (euros)



Fuente: Ministerio del Interior



# Datos económicos





## 3 LAE, al alza

*Con unas ventas totales en 2008 de más de 10.000 millones de euros y unos beneficios netos que rozan los 3.000 millones de euros, LAE se consolidó durante este ejercicio como una empresa que crece en competitividad año tras año. Paralelamente, también se incrementó su aportación al Tesoro Público, con un importe de más de 2.893 millones de euros, que los Presupuestos Generales del Estado revierten en beneficiar a toda la sociedad.*

14

### EVOLUCIÓN DE LAS MAGNITUDES EMPRESARIALES CLAVE

#### **Venta de juegos de LAE**

En 2008, los juegos de LAE alcanzaron un volumen de ventas de más de 10.000 millones de euros, con un incremento interanual respecto al ejercicio anterior del 0,62%.

Las ventas de la Lotería Nacional, con una cuota de participación del 56,18% respecto al total, descendieron en un 1,20% respecto a 2007; este resultado se debió en parte a la bajada del 2,81% de las ventas de la Lotería de Navidad, pues este Sorteo supone el 27,74% de la venta total de los juegos de LAE.

Por otra parte, las ventas de los Juegos Activos ascendieron en 2008 al 43,82% de los ingresos totales de la Entidad, y registraron un crecimiento del 3,06% respecto a 2007. Estos resultados han sido el índice más alto de los últimos cuatro años.

A través del Canal Internet se alcanzaron en 2008 unas ventas de 14.505.174,50 euros.

#### **Margen de Producción Directo (MPD)**

En Lotería Nacional, los premios suponen el 70% del valor de la emisión, es decir, su importe no depende de las ventas alcanzadas. En total, se destinaron 3.796.237.386 euros al pago de los premios de los diferentes Sorteos de este juego.

Sin embargo, en el caso de los Juegos Activos, el porcentaje destinado a premios es del 55% de las ventas, salvo en el caso de EuroMillones, que está fijado en un 50%. En total, los Juegos Activos destinaron a premios un importe de 2.372.974.699 euros a lo largo de todo el ejercicio.

El Margen de Producción Directo del período 2007-2008 fue favorable para LAE, con un aumento del 5,28% respecto al ejercicio anterior, pasando de representar el 36,75% de las ventas en 2007 al 38,45% en 2008.

Por último, los costes asociados a los trabajos externos de producción de billetes y boletos correspondieron al 0,15% de las ventas, con un incremento interanual del 5,61%.

	2005			2006			2007			2008		
	IMPORTE	% Part.	% Var.	IMPORTE	% Part.	% Var.	IMPORTE	% Part.	% Var.	IMPORTE	% Part.	% Var.
<b>MAGNITUDES ECONÓMICAS BÁSICAS</b>												
= VENTAS DE SORTEOS (VN)	9.303.695.056	100,00	3,69	9.646.565.561	100,00	3,69	9.985.248.704	100,00	3,51	10.047.310.288	100,00	0,62
Subtotal de Lotería Nacional	5.233.461.738	56,25	4,19	5.452.525.289	56,52	4,19	5.713.395.504	57,22	4,78	5.644.563.598	56,18	(1,20)
Subtotal de Juegos Activos	4.070.233.318	43,75	3,04	4.194.040.272	43,48	3,04	4.271.853.200	42,78	1,86	4.402.746.690	43,82	3,06
Coste Premios Sorteos/Producción	5.964.305.919	64,11	4,26	6.218.374.892	64,46	4,26	6.315.972.434	63,25	1,57	6.184.371.818	61,55	(2,08)
+ Premios de los Sorteos Derivados	5.950.083.970	63,95	4,29	6.205.367.894	64,33	4,29	6.301.617.587	63,11	1,55	6.169.212.085	61,40	(2,10)
+ Premios de Sorteos Derivados de Lotería Nacional	3.747.617.921	71,61	5,21	3.942.714.356	72,31	5,21	3.995.948.376	69,94	1,35	3.796.237.386	67,25	(5,00)
+ Premios de Sorteos Derivados de Juegos Activos	2.202.466.049	54,11	2,73	2.262.653.538	53,95	2,73	2.305.669.211	53,97	1,90	2.372.974.699	53,90	2,92
+ Trabajos externos de Producción (billetes y boletos)	14.221.949	0,15	(8,54)	13.006.997	0,13	(8,54)	14.354.847	0,14	10,36	15.159.733	0,15	5,61
= Margen de Producción Directo (MPPD)	3.339.389.137	35,89	2,66	3.428.190.669	35,54	2,66	3.669.276.270	36,75	7,03	3.862.938.470	38,45	5,28
- Gastos de Distribución y Ventas Directos	847.818.518	9,11	8,97	865.613.126	8,97	2,10	904.383.615	9,06	4,48	908.296.484	9,04	0,43
- Gastos de Publicidad y Promoción Directos	66.741.420	0,72	4,09	69.470.850	0,72	4,09	62.906.298	0,63	(9,45)	63.855.045	0,64	1,51
+ Ingresos de Explotación	71.101.521	0,76	4,47	74.279.513	0,77	4,47	82.864.433	0,83	11,56	70.893.667	0,71	(14,45)
= Margen de Distribución y Ventas Directo (MDVD)	2.495.930.720	26,83	2,86	2.567.386.206	26,61	2,86	2.784.850.789	27,89	8,47	2.961.680.608	29,48	6,35
- Gastos de Explotación Indirectos/Estructura	29.539.369	0,32	276,52	111.220.521	1,15	276,52	53.296.359	0,53	(52,08)	70.312.668	0,70	31,93
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (RBX)	2.466.391.351	26,51	(0,41)	2.456.165.685	25,46	(0,41)	2.731.554.430	27,36	11,21	2.891.367.940	28,78	5,85
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN (RNX)	2.349.486.444	25,25	7,86	2.534.070.900	26,27	7,86	2.745.787.912	27,50	8,35	2.841.197.353	28,28	3,47
= RESULTADO NETO DEL EJERCICIO (RNE)	2.371.398.026	25,49	8,09	2.563.327.322	26,57	8,09	2.771.542.265	27,76	8,12	2.893.991.382	28,80	4,42
PAGOS AL TESORO PÚBLICO:	2.290.680.000		3,43	2.369.173.026		3,43	2.718.598.275		14,75	2.893.158.919		6,42
Aportación al Tesoro Público, a la cuenta de beneficios del ejercicio actual	2.290.680.000		(0,10)	2.288.455.000		(0,10)	2.494.992.500		9,03	2.672.040.000		7,10
Aportación al Tesoro Público complementaria beneficio ejercicio anterior				80.718.026			223.605.775		177,02	221.118.919		(1,11)
CAPITALES PROPIOS (CP)	427.162.944		45,45	621.317.238		45,45	674.261.228		8,52	673.577.838		(0,10)
TESORERÍA	1.998.646.573		4,04	2.079.344.863		4,04	2.262.313.377		8,80	2.119.145.385		(6,33)
= CASH-FLOW EXPLOTACIÓN (CFX)	2.619.366.216	28,15	(7,19)	2.431.028.372	25,20	(7,19)	2.796.980.161	28,01	15,05	3.150.307.420	31,35	12,63
*** RATIOS CLAVES ***												
Margen de explotación (RNX/VN)	25,25%			26,27%			27,50%			28,28%		
Margen resultado neto (RNE/VN)	25,49%			26,57%			27,76%			28,80%		

## Las ventas de LAE revierten doblemente en la sociedad, por un lado en premios, y por otro a través de las transferencias a los Presupuestos Generales del Estado

### Margen de Distribución y Ventas Directo (MDVD)

En el período 2007-2008 LAE registró una variación positiva del MDVD del 6,35%, por lo que esta magnitud pasó a representar el 29,48% de las ventas realizadas en 2008. Por otra parte, los costes de ventas y distribución se incrementaron en 0,43%, al igual que los costes de publicidad y promoción directos, que crecieron un 1,51%;

sin embargo, los ingresos de explotación decrecieron un 14,45%.

### Resultado de Explotación (RBX o EBITDA)

El Resultado Bruto de Explotación en 2008 fue de 2.891.367.940 euros, con un incremento respecto al ejercicio anterior del 5,85%. Esta magnitud supuso el 28,78% de las ventas realizadas en 2008. Los gastos de explotación indirectos experimentaron un fuerte incremento debido al aumento de la asignación financiera que el acuerdo del Consejo de Ministros concede a la ONCE para cubrir las pérdidas de 2007: casi 34 millones de euros, un importe que doblaba el concedido a dicha organización en el ejercicio precedente.

### Resultado neto del ejercicio

El comportamiento de esta magnitud empresarial ha sido en general favorable durante el cuatrienio 2005-2008. Para su cálculo se analiza el comportamiento y evolución de los resultados financieros



## LAE destinó 2.893.158.919 euros al Tesoro Público en 2008, un 6,42% más que en el año anterior

positivos procedentes de la gestión de tesorería de la Entidad.

En 2008, el resultado neto fue de 2.893.991.382 euros, con un incremento del 4,42% respecto al ejercicio 2007. Esta evolución de los ingresos financieros resultó enormemente favorable para LAE debido a dos factores: una mejor gestión financiera y una subida de los tipos de interés.

### Pagos al Tesoro Público

Aquí se incluyen las aportaciones al Tesoro Público que LAE realiza quincenalmente a cuenta de los beneficios que va obteniendo durante el año en curso, más la aportación complementaria que se efectúa durante el ejercicio siguiente, una vez aprobadas las cuentas anuales.

En total, LAE destinó en 2008 al Tesoro Público 2.893.158.919 euros, lo que supone un incremento del 6,42% respecto al ejercicio anterior.

### Capitales Propios (CP)

El comportamiento de esta magnitud empresarial ha sido, en general, favorable durante los últimos cuatro años, en concreto, en 2008 llegó a 673.577.838 euros. Para calcularla hay que analizar el comportamiento y evolución de las dotaciones a reservas voluntarias realizadas en los ejercicios 2007 y 2008 con respecto a los beneficios de los años 2006 y 2007, respectivamente.

De acuerdo con la cláusula X del Contrato Programa, suscrito el 19 de julio de 2007 entre el Ministerio de Economía y Hacienda y LAE, 2008 fue el último año en que LAE destinó ese 2% del beneficio a reservas.

### Cash-Flow de Explotación (CFX)

Esta magnitud ha tenido un comportamiento positivo en el último cuatrienio, fijándonos en el análisis de la evolución, por un lado, del Resultado Bruto de Explotación (favorable) y por el otro en las



variaciones del capital circulante de explotación (desfavorable a pesar del aumento de las ventas).

Todo ello hizo que el Cash-Flow de Explotación tuviera una evolución positiva en los dos últimos ejercicios, con incrementos del 15,05% en 2007 y del 12,63% en 2008. En total, el Cash-Flow

de Explotación durante 2008 alcanzó los 3.150.307.420 euros.

### Margen de Explotación (MX)

Esta ratio ha mantenido una pauta positiva, cuya evolución durante el periodo 2005-2008 muestra una tendencia al alza: 25,25% en 2005; 26,27% en 2006; 27,50% en 2007 y 28,28% en 2008.



# Resumen de gestión por áreas





## 4 Calidad y seguridad certificadas

*La Dirección General de LAE puso en marcha en 2006 el Sistema Integrado de Gestión (SIGLAE), un proyecto que cubre todas sus actividades como operador de juegos. SIGLAE integra la gestión de la seguridad de la información, la calidad y los riesgos corporativos, así como la gestión responsable del juego, que se formalizó oficialmente en 2008.*

20

Este proyecto nació con el objetivo de asegurar y mejorar la satisfacción de los participantes en los diferentes juegos, tal y como lo definía el Real Decreto 951/2005, en el que se diseñaba un marco para la mejora de los servicios públicos de la Administración General del Estado. Loterías y Apuestas del Estado, como entidad pública, aceptó el reto de concebir una herramienta de gestión que se alineara perfectamente con la estrategia y los objetivos actuales de la organización, pero que también le permitiera seguir mejorando en el futuro. Por eso, el esfuerzo fundamental se centró en reordenar la información y las actividades de la Entidad, así como en sistematizar asuntos comunes como la gestión de incidencias.

### **SIGLAE, LA RESPUESTA A UNA OPERATIVA COMPLEJA**

LAE se ha caracterizado siempre por la gestión ética y responsable de los juegos que oferta, y porque pone a disposición de la sociedad unos productos con un alto grado de integridad, rigor, seguridad y transparencia, en un marco de juego moderado y responsable.

Sin embargo, este nivel de profesionalidad requería de una herramienta moderna y avanzada, SIGLAE, para continuar aprovisionando a 10.646 puntos de venta repartidos por toda la geografía nacional con un producto que tiene que estar disponible para los participantes más de 300 días al año, de lunes a sábado, y alrededor de doce horas al día.

Además, los Juegos Activos –La Lotería Primitiva y sus modalidades, más Apuestas Deportivas– están soportados por unas operaciones TIC sustentadas por un sistema transaccional en tiempo real, que en 2008 operaron un total de 3.884 horas a lo largo de 312 días, con un 100% de disponibilidad, y que soportaron cerca de 12.000 terminales por vía terrestre y por satélite, con un conjunto superior a los 2.000 millones de transacciones.

El objetivo prioritario de LAE es proporcionar un 100% de integridad y seguridad, asegurando la custodia del dinero de las ventas, los premios y las aportaciones, la limpieza de los sorteos, así como el pago efectivo de los premios.



1. *Gestión de Calidad.* 2. *Gestión de la Seguridad de la Información.* 3. *Control de Seguridad - WLA.* 4. *Gestión Integrada.*

Loterías y Apuestas del Estado se ha convertido en la primera Lotería del mundo en disponer de certificaciones que avalan su calidad y la seguridad de la información y las operaciones. Así, la Entidad recibió en diciembre de 2008 las siguientes certificaciones internacionales:

**Certificado de Gestión de Calidad ISO 9001:2008.** La obtención de este certificado significa que LAE cumple con un conjunto de reglas que ayuda a garantizar la satisfacción de los participantes en sus juegos, mediante la apropiada gestión de la calidad en el diseño, desarrollo, producción, instalación y el servicio postventa. LAE persigue la mejora continua en la gestión de la calidad, enfocada en el participante y basada en prevenir posibles errores.

**Certificado de Gestión de la Seguridad de la Información ISO/IEC 27001:2005.** Este certificado pone de manifiesto que LAE asegura la adecuada protección de la información que maneja, incluyendo la custodia de la confidencialidad, la disponibilidad e integridad de la información escrita, hablada o procesada en los sistemas de tratamiento informático. En el caso de LAE, los productos de juego también se consideran información. La protección meticulosa de la misma sustenta, junto con otros mecanismos, la confianza que los participantes tienen en los juegos de LAE.

**Certificado de Control de Seguridad WLA-SCS:2006.** Éste es el estándar sobre integridad, seguridad y gestión de riesgo de la Asociación Mundial de Loterías (WLA). El certificado indica que LAE cumple con un conjunto de reglas y una forma de trabajo que los expertos internacionales del sector han establecido para garantizar la integridad y la seguridad en los juegos.

**Certificado de Gestión Integrada PAS-99.** Es el estándar que prescribe cómo interoperan los diferentes sistemas de gestión en LAE, tales como la seguridad de la información y la calidad.

Entre los principales puntos y novedades aportados por SIGLAE cabe destacar:

- El alcance del sistema, que incluye el conjunto de las actividades en todas las sedes y centros de trabajo.
- La integración de los aspectos de satisfacción del participante y la seguridad de la información y la operación en un único sistema integrado de gestión, asegurando el equilibrio apropiado entre eficacia, eficiencia, seguridad y riesgo.
- La certificación de la gestión de la calidad por la versión de 2008 del estándar, recientemente en vigor.
- La certificación de la gestión de la seguridad de la información por el estándar



El Director General de LAE, D. Gonzalo Fernández, recibe las certificaciones de calidad de manos de Marcio Viegas, Director de BSI.

ISO 27001 con alcance global, conseguida únicamente por unas pocas organizaciones, ninguna de ellas del tamaño y volumen de negocio de LAE.

■ La certificación frente al Estándar de Control de Seguridad de 2006 de la Asociación Mundial de Loterías –WLA–, lograda por un reducido grupo de loterías en todo el mundo.

**LAE pone a disposición de la sociedad una oferta de productos que se caracterizan por su rigor, seguridad y transparencia**

■ La innovación y liderazgo evidenciadas por la obtención del certificado de gestión integrado, ya que LAE ha sido una de las pocas entidades del mundo en obtenerlo, y una de las primeras que incluye también calidad y seguridad de la información. Estas certificaciones globales incluyen la producción y comercialización de todos los juegos de la Entidad, que contemplan aspectos como la publicidad, la distribución, los sistemas de información, los sorteos, la difusión de resultados, el pago de premios, la atención a los participantes y a los puntos de venta o las actividades de supervisión y control.

### **INFRAESTRUCTURA PARA COMPETIR**

La Dirección de Informática ha tenido, a lo largo de todo el 2008, un papel determinante al prestar apoyo técnico y tecnológico al resto de LAE en su adecuación a las nuevas herramientas de gestión.

## STL, también certificada

Sistemas Técnicos de Loterías (STL), empresa propiedad de LAE, tiene como principal objetivo prestar servicios de tecnología de la información y telecomunicaciones a LAE. STL fue certificada también durante 2008 por British Standards frente a los estándares ISO 27001 y WLA-SCS, y mantiene en vigor su certificación por AENOR ISO 9001, obtenida en el año 2000.

### Gestión de juegos online

Durante 2008, esta Dirección siguió con los procesos de explotación de la gestión online de nuestros juegos.

El Centro de Proceso de Datos (CPD) de LAE continuó actuando en 2008 como espejo del CPD de STL. Esto quiere decir que, en el caso de producirse alguna incidencia en los ordenadores de STL, el CPD de LAE está preparado para tomar el control de forma que la actividad pueda desarrollarse normalmente. En este sentido, cabe destacar que durante el cuarto trimestre de 2008 se realizaron las acciones pertinentes para que el centro de LAE respaldara al de STL (cada dos semanas estos centros se relevaron respectivamente en su función de primario –gestión en línea– o secundario –*back up*–), un hito que tendrá continuidad durante todo el 2009. En concreto, estas acciones consistieron en:

- Planificar la explotación de los centros de alternancia.
- Auditar los equipos y elementos que componen ambos CPD.

- Definir y desarrollar herramientas de software, así como los procesos para la explotación necesarios.

- Realizar cursos de operación para el personal de LAE, así como cursos de capacitación práctica en el CPD de STL.

### Gestión de Lotería Nacional

Durante el primer trimestre de 2008 se finalizó el traspaso de los datos históricos, en sistemas abiertos, del sistema de IBM antiguo al nuevo, un proceso que duró nueve meses aproximadamente. También durante ese periodo se implantó el nuevo sistema de facturación dirigido a la Red de Ventas.

En lo que se refiere a la producción de Lotería Nacional, STL homogeneizó el sistema informático de LAE con la misma arquitectura y prestaciones en todos sus elementos –servidor, almacenamiento y software– con el objetivo de poder alcanzar, en el sistema online, dos centros simétricos de respaldo en alternancia. Este sistema estuvo en pruebas durante 2008 y entrará en producción durante 2009.

En este apartado, destacar también las acciones realizadas durante este año para implantar en el CPD las directrices y procedimientos de seguridad que exige la norma de calidad ISO 27001, así como para realizar su posterior cumplimiento y seguimiento.

### Procesos de desarrollo

Los siguientes proyectos han contribuido a que LAE pueda cumplir con las prescripciones técnicas y los procesos necesarios del proyecto SIGLAE para obtener los certificados ISO 9001 e ISO 27001.

## Los sistemas informáticos, garantes de la seguridad

Se ha colaborado en la implantación y cumplimiento de las normas de seguridad necesarias para que LAE obtuviera la certificación ISO 27001:2005. Posteriormente, se ha realizado un seguimiento de la aplicación de las normas y procedimientos de seguridad implantados, así como la modificación de los ficheros de carácter personal para adecuarlo a la nueva normativa de publicación en la nueva Orden Ministerial.

### Implantación del nuevo sistema COFIR

Este sistema de control de facturación, ingresos y retenciones para el pago de premios ha permitido automatizar dichos procesos, de forma que sea el usuario final el que pueda explotar el sistema, obteniendo mejoras de funcionalidad frente al sistema antiguo.

### Gestión de incidencias

Se ha implantado un sistema de gestión de incidencias de las aplicaciones informáticas de LAE que permite el registro, priorización, asignación al equipo responsable, seguimiento de la resolución de la incidencia, documentación de las medidas adoptadas y cierre de las mismas.

### Procesos web

Durante 2008 se desarrollaron aplicaciones de comunicación dirigidas a los usuarios internos y externos. Así, se creó un microsite para ofrecer información actualiza-

da en tiempo real sobre los Sorteos Extraordinarios de Navidad y de "El Niño".

Se realizaron, asimismo, desarrollos para el nuevo portal web ([www.onlae.es](http://www.onlae.es)), con el objetivo de facilitar a los usuarios, sin reiteraciones innecesarias, la información sobre las combinaciones ganadoras de cada juego.

Se ha trabajado también para aumentar la calidad de las diferentes aplicaciones, incluyendo medidas de adaptación a las peticiones de los usuarios, un entorno amigable, tests de usuarios, multilinguaje, programas de ayuda y un apartado de quejas y sugerencias.

Por otro lado, también se ha potenciado el apoyo a los usuarios internos y externos a través del CAU –Centro de Atención al Usuario–, y se ha creado una Unidad de Soporte al Usuario de Informática, que es la encargada de atender y registrar tanto las incidencias como las solicitudes de cambio, así como de realizar un adecuado seguimiento de las mismas.





# 5 Nuestros juegos llegan a cada rincón

*Con su estructura comercial, compuesta por 55 Delegaciones Comerciales y 10.646 puntos de venta, LAE da servicio a todas las ciudades y pueblos de la geografía española. Dada la amplitud de esta Red, los productos de LAE llegan a cada rincón del territorio y los clientes, según una encuesta realizada en 2008, confían plenamente en la seguridad de los juegos y aprecian el buen servicio prestado por los profesionales de la Red de Ventas.*

## **ESTRUCTURA COMERCIAL DE LAE**

La relación con los puntos de venta repartidos por toda España se articula a través de 55 Delegaciones Comerciales, que realizan el seguimiento de la gestión comercial –en aspectos como la logística, el suministro de material, la formación y la asistencia técnica– de la Red de Ventas.

El contacto directo con los clientes lo mantienen los 10.646 puntos que integran la Red Comercial de LAE, diferenciados a su vez en dos grupos: la Red Básica, compuesta por 4.055 establecimientos, y la Red Complementaria, integrada por 6.591.

La diferencia entre ambos estriba en el tipo de productos que comercializan: así, la Red Básica se dedica en exclusiva a la venta de todos los juegos de Loterías, en tanto que la Red Complementaria o Mixta únicamente comercializa los Juegos Activos, es decir, aquellos que se gestionan a través del terminal –esto excluye la Lotería

Nacional– y complementan la venta de los productos de LAE con la realización de otra actividad comercial.

## **Elementos tecnológicos en constante evolución**

LAE realizó durante 2008 una importante apuesta en elementos tecnológicos para facilitar la gestión de los puntos de venta que integran su Red Comercial.

Estos elementos tecnológicos son de dos tipos:

- De gestión comercial: terminales de validación, impresoras, visores, lectores manuales, pistolas lectoras de códigos de barras...
- De divulgación comercial: soportes informáticos de información sobre Botes, pantallas de Canal LAE...

Las Delegaciones Comerciales fueron las responsables de instalar y realizar el mantenimiento técnico de todos estos elementos.

## Los clientes de LAE, satisfechos

A finales de 2008, LAE realizó una encuesta entre los españoles para evaluar su índice de satisfacción con los juegos que comercializa.

Los españoles se declararon satisfechos, a nivel global, con el servicio que ofrece la Entidad, dándole una valoración de 7,6 sobre 10, y destacando de forma espontánea los siguientes aspectos:

■ Un 81,6% de los consultados se declaró satisfecho o muy satisfecho con el servicio que proporciona LAE.

■ Un 79,3% únicamente participa en los juegos de azar comercializados por LAE.

■ Los aspectos que más valoran del proceso de compra y de la Red Comercial son:

- El sistema de comprobación, que consideran ágil y fiable.

- El sistema de cobro, que consideran fiable, respaldado por el Estado y por una trayectoria intachable de LAE, y basado en un sistema sin fallos.

- La profesionalidad de los vendedores.

- La proximidad y facilidad de acceso de los puntos de venta.

- El horario comercial.

■ Además, un 91,1% de los encuestados declararon que su principal fuente de información sobre los juegos es el punto de venta, que visitan frecuentemente, apoyado por la publicidad emitida en otros soportes –radio, prensa, televisión, y cada vez en mayor medida, Internet.

■ Los juegos de LAE, que reciben una valoración global del 7,42, son apreciados sobre todo por su sencillez para participar y por la popularidad de la que gozan entre la sociedad española.





Hasta 2008 LAE instaló 12.150 terminales de validación con un número igual de impresoras, 4.050 pistolas de lectura independiente y 4.472 pantallas de difusión de Canal LAE, por citar algunos de los elementos de mayor importancia dentro de los establecimientos de la Red.

## JUEGOS QUE EVOLUCIONAN

Durante 2008 no se modificó la fórmula de ninguno de los juegos comercializados por LAE.

Las ventas, en su conjunto, crecieron en un 0,62%. En un ejercicio marcado por el inicio de la crisis económica, el Sorteo de "El Niño" y los sorteos de Lotería Nacional del jueves, EuroMillones y El Gordo de La Primitiva son los

## Un 81,6% de los clientes encuestados está satisfecho con el servicio de LAE

que conocieron un mayor incremento en sus ventas.

Por otra parte, La Quiniela tuvo un comportamiento directamente relacionado con la influencia de la crisis en el mercado; así, mientras a principios de la temporada 07/08 su crecimiento era del 14%, a finales de año ese crecimiento se veía reducido a menos del 2%.

Nuestros juegos llegan a cada rincón

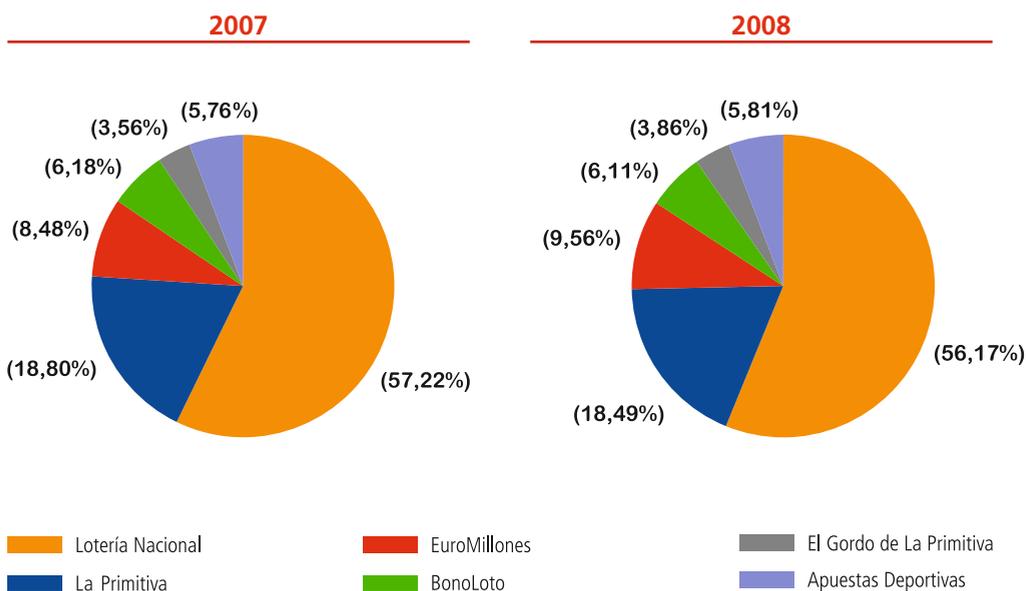


## Nuestros juegos

En 2008, la venta del conjunto de los juegos de LAE ascendió a 10.047.310.318 euros, lo que supuso un incremento del 0,62% en relación con el año anterior. Esta cifra demuestra que el balance general fue positivo para la Entidad, sobre todo por el auge de los Juegos Activos, cuyas ventas aumentaron un 3,06% con respecto al 2007. La venta media por semana fue de 193.217.506,12 euros, y los juegos que experimentaron subidas más fuertes fueron dos modalidades de la Lotería Primitiva: EuroMillones y El Gordo de La Primitiva, con incrementos del 13,36% y el 9,14% respectivamente.

A partir de septiembre de 2008, empezó a apreciarse un cambio en el comportamiento de los participantes: el número de jugadores aumentó, pero estos optaron por reducir la inversión, de ahí la evolución de los Juegos Activos durante este periodo. Esto se explica en parte por la coyuntura económica, pero también por la cantidad de premios millonarios entregados con los juegos de pronóstico. EuroMillones y El Gordo de La Primitiva batieron récords ya que ambos entregaron en 2008 los premios más importantes de su historia.

## Evolución de la participación en los distintos juegos



## Conjunto de juegos. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	1.566.982.244,50	0,28
CATALUÑA	1.498.157.366,00	0,65
ANDALUCÍA	1.401.210.525,50	1,01
COM. VALENCIANA	1.278.034.159,50	-0,23
CASTILLA Y LEÓN	703.633.139,00	0,08
GALICIA	567.399.280,00	2,20
PAÍS VASCO	529.545.565,50	-0,66
CASTILLA-LA MANCHA	440.905.148,00	1,23
CANARIAS	413.604.933,00	0,89
MURCIA	332.693.412,00	-2,19
ARAGÓN	289.454.293,00	0,37
ASTURIAS	279.777.155,00	6,28
ILLES BALEARS	200.535.804,50	-0,50
EXTREMADURA	192.360.249,50	1,66
CANTABRIA	126.063.913,50	-2,23
NAVARRA	114.536.737,00	2,90
RIOJA, LA	77.461.855,00	-0,50
CEUTA	11.216.087,50	5,98
MELILLA	9.233.275,50	1,06

## Conjunto de juegos. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	1.566.982.244,50	0,28
BARCELONA	1.059.495.358,00	1,10
VALENCIA	647.490.641,50	-0,15
ALICANTE	494.124.778,50	-1,55
MURCIA	332.693.412,00	-2,19
VIZCAYA	307.828.981,50	-0,55
MÁLAGA	293.505.099,00	-0,53
ASTURIAS	279.777.155,00	6,28
SEVILLA	273.164.208,00	1,45
CORUÑA, A	245.112.261,50	2,91
PALMAS, LAS	207.684.831,50	1,67
STA. CRUZ TFE.	205.920.101,50	0,12
ZARAGOZA	205.164.673,00	-0,76
ILLES BALEARS	200.535.804,50	-0,50
CÁDIZ	195.416.136,00	1,39
PONTEVEDRA	192.221.137,00	1,67
LLEIDA	173.921.245,00	-2,90
GRANADA	171.280.482,50	2,12
GUIPÚZCOA	156.833.814,50	-1,46
ALMERÍA	141.807.061,00	-1,28
CASTELLÓN	136.418.739,50	4,47
TOLEDO	135.407.755,50	1,64
TARRAGONA	134.970.153,50	1,57
CÓRDOBA	134.670.497,50	2,55
LEÓN	131.287.025,00	0,71
GIRONA	129.770.609,50	0,98
CANTABRIA	126.063.913,50	-2,23
BURGOS	125.644.191,50	0,05
JAÉN	121.672.760,00	1,24
VALLADOLID	121.278.746,00	-0,57
CIUDAD REAL	120.025.711,00	0,41
NAVARRA	114.536.737,00	2,90
BADAJOS	104.350.696,00	3,04
ALBACETE	92.006.000,00	2,11
CÁCERES	88.009.553,50	0,07
SALAMANCA	78.460.259,50	-0,39
RIOJA, LA	77.461.855,00	-0,50
HUELVA	69.694.281,50	3,69
LUGO	68.070.625,50	0,60
ÁLAVA	64.882.769,50	0,78
OURENSE	61.995.256,00	2,84
SEGOVIA	60.867.685,50	-1,11
HUESCA	56.978.370,00	3,16
CUENCA	53.171.986,00	0,62
PALENCIA	53.169.922,50	1,38
ZAMORA	49.629.834,00	0,59
ÁVILA	45.210.045,50	0,49
GUADALAJARA	40.293.695,50	1,15
SORIA	38.085.429,50	0,04
TERUEL	27.311.250,00	3,35
CEUTA	11.216.087,50	5,98
MELILLA	9.233.275,50	1,06



## Lotería Nacional



*La Lotería Nacional es el juego más tradicional de todos los ofertados por LAE y cuenta con casi dos siglos de historia, ya que el primer sorteo se celebró en 1812.*

Durante 2008 las ventas de este juego alcanzaron la cifra de 5.644.563.628 euros. De los 103 sorteos de Lotería Nacional celebrados, 52 sorteos se efectuaron los jueves y 51 los sábados.

### **SORTEOS VIAJEROS Y FINALISTAS**

Loterías y Apuestas del Estado, con el propósito de acercarse a todos los aficionados de la Lotería Nacional, comenzó en 1964 la celebración de Sorteos Viajeros. El primer sorteo fuera de Madrid tuvo lugar el 5 de septiembre en San Sebastián, conmemorando el Día del Turista.

Desde entonces, y hasta diciembre de 2008, se han celebrado 297 Sorteos Viajeros en

distintos puntos de España, y los bombos de la Lotería Nacional se han trasladado prácticamente a todas las provincias. En el cuadro de la página siguiente se especifican los Sorteos Viajeros celebrados en 2008 junto a su fecha y lugar de celebración.

De los sorteos anteriores, dos de ellos tuvieron un carácter más especial todavía: El Sorteo Especial de la Cruz Roja y el sorteo anual a favor de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), ambos celebrados en el mes de abril. Estos Sorteos se denominan Finalistas, ya que el resultado neto se destina directamente a estas asociaciones, lo que garantiza para ambas una parte muy importante de sus ingresos.

**Nuestros juegos llegan a cada rincón**

## Sorteos Viajeros celebrados en 2008

05/04/08	Segovia	Segovia	Extraordinario "Cruz Roja"
19/04/08	Zamora	Zamora	Sorteo AECC
10/05/08	Madrid	Madrid	Sorteo Especial "ADO"
07/06/08	Nájera	La Rioja	Sorteo Especial de "Junio"
19/07/08	Guadalajara	Guadalajara	Sorteo de Lotería Nacional
13/09/08	A Coruña	A Coruña	Sorteo de Lotería Nacional
11/10/08	Barcelona	Barcelona	Sorteo de Lotería Nacional

## LOS SORTEOS EXTRAORDINARIOS DE NAVIDAD Y "EL NIÑO"

El Sorteo de Navidad es el más importante de la Lotería Nacional, por tradición y volumen de ventas. Su repercusión y éxito hacen que la campaña para este sorteo comience con muchos meses de antelación: en el mes de julio ya están a la venta los décimos en todas las Administraciones y en otoño se presenta oficialmente la campaña de publicidad que empieza a divulgarse en el mes de noviembre.

El fenómeno del Sorteo de Navidad no tiene comparación con ninguna lotería

del mundo. Tanto es así, que constituye un referente para muchos países, convirtiéndose en noticia dentro y fuera de nuestras fronteras. En 2008 este sorteo alcanzó unas ventas de 2.786.825.000 euros, lo que significa que cada habitante invirtió de media 61,65 euros.

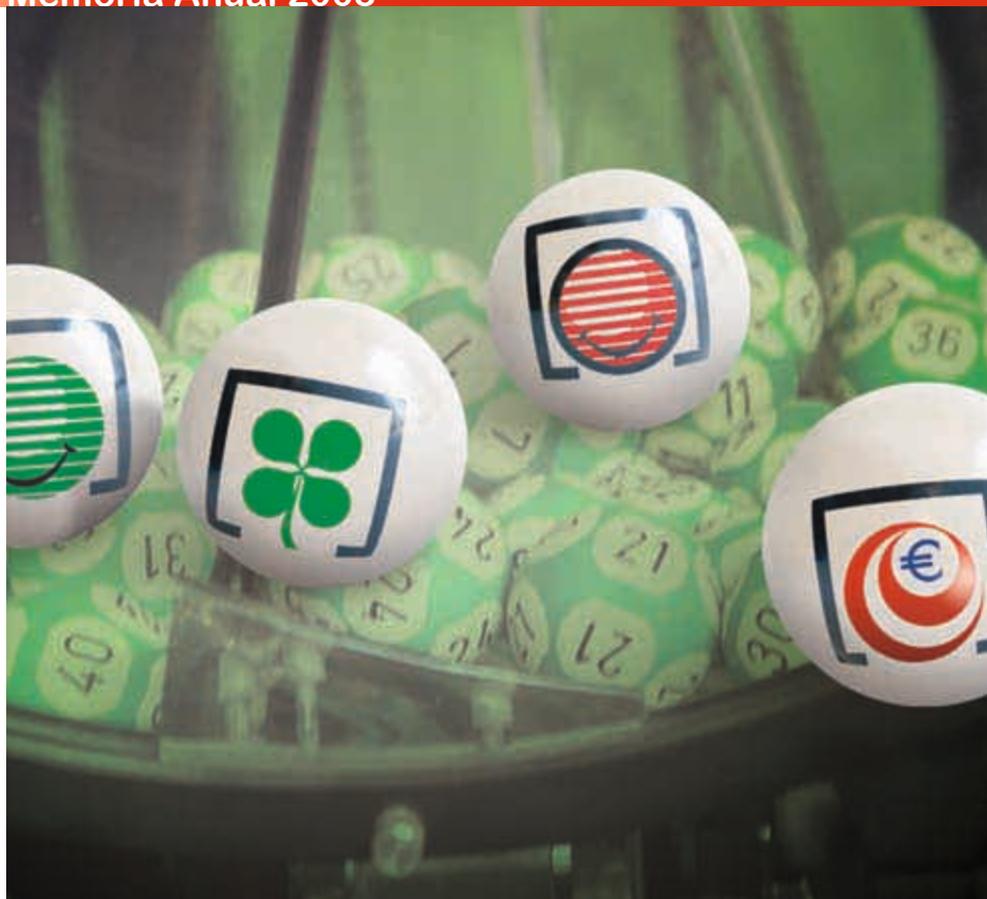
El Sorteo de "El Niño", que se celebra el 6 de enero de cada año, es otro sorteo clave de la Lotería Nacional. Las ventas de este sorteo alcanzaron en 2008 la cifra de 778.549.480 euros, con un gasto medio por habitante de 17,22 euros, lo que significó un incremento del 3,51% con respecto al año anterior.

## Lotería Nacional. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	899.494.500,00	-1,97
CATALUÑA	841.593.516,00	-1,73
COM. VALENCIANA	785.873.148,00	-2,15
ANDALUCÍA	738.324.671,00	-0,85
CASTILLA Y LEÓN	422.151.773,00	-0,90
PAÍS VASCO	304.294.809,00	-1,49
GALICIA	278.373.779,00	0,26
CASTILLA-LA MANCHA	266.432.662,00	-0,25
MURCIA	216.513.141,00	-4,04
CANARIAS	181.147.189,00	-0,56
ARAGÓN	179.228.260,00	-0,59
ASTURIAS	161.912.879,00	7,08
EXTREMADURA	94.814.597,00	-0,04
ILLES BALEARS	90.370.094,00	-3,25
CANTABRIA	69.878.646,00	-2,67
NAVARRA	63.233.573,00	2,79
RIOJA, LA	46.304.426,00	-0,61
CEUTA	2.330.611,00	1,40
MELILLA	2.291.354,00	4,47

## Lotería Nacional. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	899.494.500,00	-1,97
BARCELONA	579.901.085,00	-1,19
VALENCIA	405.935.041,00	-1,77
ALICANTE	305.880.316,00	-3,92
MURCIA	216.513.141,00	-4,04
VIZCAYA	189.114.371,00	-1,16
ASTURIAS	161.912.879,00	7,08
MÁLAGA	154.477.105,00	-2,58
SEVILLA	141.966.026,00	-0,10
LLEIDA	132.835.763,00	-4,64
CORUÑA, A	128.425.822,00	1,48
ZARAGOZA	124.036.617,00	-2,34
GRANADA	102.554.711,00	-0,07
STA. CRUZ TFE.	99.295.091,00	-1,94
ILLES BALEARS	90.370.094,00	-3,25
PONTEVEDRA	88.916.404,00	-1,19
BURGOS	83.597.622,00	-1,76
PALMAS, LAS	81.852.098,00	1,16
ALMERÍA	81.764.836,00	-3,64
GUIPÚZCOA	81.494.537,00	-2,42
CÁDIZ	78.789.878,00	0,06
CÓRDOBA	78.401.185,00	1,52
CIUDAD REAL	78.179.943,00	-0,63
JAÉN	77.250.637,00	-0,03
TOLEDO	75.697.036,00	-0,02
LEÓN	75.101.534,00	-0,73
CASTELLÓN	74.057.791,00	3,54
CANTABRIA	69.878.646,00	-2,67
VALLADOLID	67.073.957,00	-0,57
GIRONA	66.576.219,00	-1,47
NAVARRA	63.233.573,00	2,79
TARRAGONA	62.280.449,00	-0,61
ALBACETE	56.332.872,00	0,37
BADAJOS	48.193.076,00	0,97
CÁCERES	46.621.521,00	-1,07
RIOJA, LA	46.304.426,00	-0,61
SEGOVIA	42.226.465,00	-2,41
SALAMANCA	38.490.409,00	-0,66
LUGO	37.758.885,00	-0,19
HUESCA	37.698.261,00	3,15
PALENCIA	35.711.246,00	0,93
CUENCA	34.471.804,00	-0,39
ÁLAVA	33.685.901,00	-1,01
SORIA	27.673.957,00	0,12
ZAMORA	26.931.366,00	0,36
ÁVILA	25.345.217,00	-2,14
OURENSE	23.272.668,00	0,01
HUELVA	23.120.293,00	-0,60
GUADALAJARA	21.751.007,00	-1,04
TERUEL	17.493.382,00	4,43
CEUTA	2.330.611,00	1,40
MELILLA	2.291.354,00	4,47



## La Lotería Primitiva y sus modalidades

---

*La familia de los juegos de fórmula Loto tuvo durante el año un comportamiento muy estable tanto en número de jugadores como en el crecimiento de las ventas.*

Con una media semanal en torno a los 73,5 millones de euros, las ventas oscilaron entre los 67 millones en Semana Santa y los 95 millones de euros en la semana que EuroMillones ofrecía un Bote especial.

Este conjunto está integrado por cuatro juegos: La Primitiva, BonoLoto, El Gordo de La Primitiva y EuroMillones. Los cuatro

productos, aunque similares en sus fórmulas de juego, presentan particularidades en cuanto al perfil de los jugadores, especialmente en las variables de precio y de Botes.

La expectativa de premio que generan los Botes marca la mayor diferencia en las ventas, no sólo entre los distintos juegos, también entre los sorteos de

un mismo producto. El comportamiento de las ventas, en cuanto a su distribución geográfica por Comunidades Autónomas, fue bastante similar al del año anterior, así como el gasto por habitante.

La venta acumulada de la familia de Lotos fue de 3.819.515.134,50 euros, lo que supone un incremento del 3,33% con respecto al 2007. Cada jugador participó con 3,23 apuestas o combinaciones distintas y su inversión unitaria fue de 84,50 euros. Además, en el transcurso del año se validaron 1.184

## Las ventas del Conjunto de Lotería Primitiva se incrementaron un 3,33% en relación con el 2007

millones de boletos, con 3.823 millones de apuestas de las cuales 615 millones obtuvieron premio.

35

### Conjunto de Lotería Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
ANDALUCÍA	582.404.502,50	3,52
MADRID	561.812.310,00	3,75
CATALUÑA	544.456.856,00	2,38
COM. VALENCIANA	432.473.599,50	4,08
GALICIA	260.774.992,50	4,65
CASTILLA Y LEÓN	247.920.559,00	2,48
CANARIAS	204.864.059,50	2,57
PAÍS VASCO	201.018.405,50	1,30
CASTILLA-LA MANCHA	152.552.771,50	4,69
ASTURIAS	107.162.846,50	4,92
MURCIA	101.036.695,00	2,51
ILLES BALEARS	96.049.109,50	2,07
ARAGÓN	95.039.787,00	2,89
EXTREMADURA	86.271.476,00	3,50
CANTABRIA	49.491.771,50	-0,94
NAVARRA	44.141.590,00	3,13
RIOJA, LA	27.833.225,50	0,09
CEUTA	6.267.440,00	8,58
MELILLA	5.546.300,00	-0,39

## Conjunto de Lotería Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	561.812.310,00	3,75
BARCELONA	399.233.468,50	2,32
VALENCIA	215.373.765,00	3,78
ALICANTE	162.808.993,00	3,61
MÁLAGA	123.102.410,50	2,27
SEVILLA	114.602.884,00	4,30
PALMAS, LAS	110.147.398,50	2,34
ASTURIAS	107.162.846,50	4,92
VIZCAYA	106.739.665,00	1,12
CORUÑA, A	105.665.193,00	5,26
CÁDIZ	105.020.240,50	2,95
MURCIA	101.036.695,00	2,51
ILLES BALEARS	96.049.109,50	2,07
STA. CRUZ TFE.	94.716.661,00	2,83
PONTEVEDRA	93.317.592,50	4,71
ZARAGOZA	69.689.505,00	2,77
GUIPÚZCOA	66.833.532,00	1,04
GRANADA	61.501.007,00	5,96
TARRAGONA	56.213.558,00	3,06
CASTELLÓN	54.290.841,50	6,72
GIRONA	53.363.105,50	1,28
TOLEDO	51.878.814,00	4,95
LEÓN	50.444.402,50	3,39
BADAJOS	50.271.320,00	4,71
CÓRDOBA	49.950.738,50	4,33
CANTABRIA	49.491.771,50	-0,94
ALMERÍA	48.994.772,00	-0,15
VALLADOLID	47.886.509,00	1,72
NAVARRA	44.141.590,00	3,13
HUELVA	40.655.691,50	6,07
JAÉN	38.576.758,50	4,26
BURGOS	37.676.587,00	3,46
CIUDAD REAL	36.961.285,00	3,89
CÁCERES	36.000.156,00	1,86
LLEIDA	35.646.724,00	3,69
OURENSE	34.920.706,00	4,48
SALAMANCA	33.532.851,00	1,42
ALBACETE	31.471.937,00	6,36
RIOJA, LA	27.833.225,50	0,09
ÁLAVA	27.445.208,50	2,67
LUGO	26.871.501,00	2,32
ZAMORA	19.584.909,50	0,95
ÁVILA	17.245.565,50	4,27
HUESCA	16.909.486,50	3,45
SEGOVIA	16.657.088,50	2,50
CUENCA	16.307.108,00	3,22
GUADALAJARA	15.933.627,50	3,98
PALENCIA	15.803.653,50	3,03
SORIA	9.088.992,50	0,48
TERUEL	8.440.795,50	2,78
CEUTA	6.267.440,00	8,58
MELILLA	5.546.300,00	-0,39



## LA PRIMITIVA



Modalidad del Conjunto de Lotería Primitiva con la fórmula 6/49. Celebra dos sorteos cada semana y en 2008 obtuvo una venta media de 17 millones de euros por sorteo. Su precio es de un euro la apuesta y sigue manteniéndose como el juego preferido por los participantes, que invirtieron una media de ocho millones de

euros cada semana, lo que ofrece un promedio de 4,65 euros por persona.

En 2008, la venta acumulada de este juego fue de 1.857.542.305 euros, que supuso un descenso respecto del 2007 de 1,02%. En 2008 se repartieron, además, 221 millones de premios, de los cuales dos de ellos superaron los 15 millones.

37

### La Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
CATALUÑA	291.645.606,00	-2,49
ANDALUCÍA	277.206.780,00	-0,98
MADRID	263.119.739,00	-1,27
COM. VALENCIANA	200.735.251,00	-0,40
GALICIA	129.886.954,00	1,51
CASTILLA Y LEÓN	129.847.977,00	-0,73
PAÍS VASCO	102.646.223,00	-2,21
CANARIAS	83.185.912,00	-2,68
CASTILLA-LA MANCHA	78.407.983,00	0,59
ASTURIAS	52.507.680,00	1,18
ARAGÓN	48.100.831,00	-1,19
MURCIA	46.137.629,00	-2,31
EXTREMADURA	43.392.453,00	0,53
ILLES BALEARS	41.715.973,00	-2,38
CANTABRIA	25.003.727,00	-2,78
NAVARRA	21.298.262,00	-1,56
RIOJA, LA	12.697.180,00	-2,85
CEUTA	2.873.164,00	2,58
MELILLA	2.561.468,00	-3,56

## La Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	263.119.739,00	-1,27
BARCELONA	215.111.665,00	-2,60
VALENCIA	100.609.426,00	-0,70
ALICANTE	72.960.770,00	-0,70
MÁLAGA	55.705.935,00	-2,33
VIZCAYA	55.041.758,00	-1,83
SEVILLA	53.573.106,00	-0,44
ASTURIAS	52.507.680,00	1,18
CORUÑA, A	51.300.535,00	1,97
CÁDIZ	49.910.860,00	-0,63
PONTEVEDRA	47.201.001,00	1,57
MURCIA	46.137.629,00	-2,31
PALMAS, LAS	43.862.750,00	-3,01
ILLES BALEARS	41.715.973,00	-2,38
STA. CRUZ TFE.	39.323.162,00	-2,30
ZARAGOZA	34.933.856,00	-1,43
GUIPÚZCOA	33.580.806,00	-2,98
TARRAGONA	31.215.374,00	-1,11
GRANADA	30.126.063,00	0,19
GIRONA	27.858.580,00	-3,51
TOLEDO	27.172.375,00	1,32
CASTELLÓN	27.165.055,00	1,52
LEÓN	25.930.800,00	-0,49
BADAJOS	25.237.896,00	1,49
CÓRDOBA	25.115.829,00	-0,14
CANTABRIA	25.003.727,00	-2,78
VALLADOLID	24.381.595,00	-0,72
ALMERÍA	23.094.594,00	-4,77
NAVARRA	21.298.262,00	-1,56
BURGOS	20.951.403,00	-0,65
JAÉN	20.106.330,00	0,48
HUELVA	19.574.063,00	0,94
CIUDAD REAL	19.156.871,00	0,06
CÁCERES	18.154.557,00	-0,77
LLEIDA	17.459.987,00	-1,90
OURENSE	17.276.161,00	0,32
SALAMANCA	16.922.859,00	-1,13
ALBACETE	15.549.230,00	0,17
LUGO	14.109.257,00	1,09
ÁLAVA	14.023.659,00	-1,88
RIOJA, LA	12.697.180,00	-2,85
ZAMORA	9.938.437,00	-1,32
SEGOVIA	9.131.759,00	-0,54
ÁVILA	8.985.345,00	0,88
HUESCA	8.726.726,00	-0,06
PALENCIA	8.671.466,00	-0,79
CUENCA	8.528.851,00	0,45
GUADALAJARA	8.000.656,00	0,45
SORIA	4.934.313,00	-2,99
TERUEL	4.440.249,00	-1,56
CEUTA	2.873.164,00	2,58
MELILLA	2.561.468,00	-3,56



## BONOLOTO



BonoLoto es la modalidad de la Lotería Primitiva que ofrece el precio más bajo por apuesta. Su fórmula es 6/49, es decir, hay que elegir seis aciertos en una matriz de 49 números. Semanalmente se celebran cuatro sorteos y la venta media en 2008 fue de 11.800.000 euros por semana. En el mismo ejercicio se validaron 203 millones de boletos y

cada jugador invirtió unos tres euros de media.

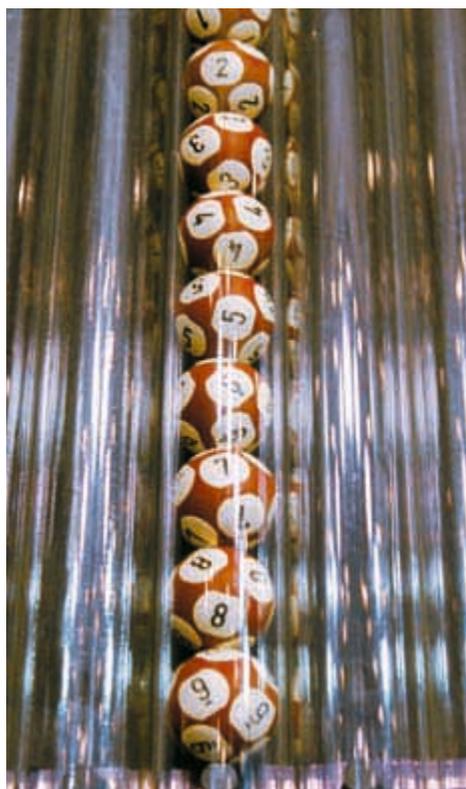
A pesar de que la venta por sorteo no alcanzó los cuatro millones de euros, durante el año 2008 hubo más de 145 millones de premios, dos de ellos con un importe superior a los cuatro millones. La venta total ascendió a 613.572.814,50 euros, una cifra muy similar a la del año anterior.

### BonoLoto. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
ANDALUCÍA	105.369.681,50	-1,26
MADRID	87.786.203,00	0,07
COM. VALENCIANA	70.968.122,00	-1,06
CATALUÑA	62.914.732,00	-1,56
GALICIA	46.790.931,50	2,11
CANARIAS	42.318.816,50	-0,69
CASTILLA Y LEÓN	38.688.527,50	-0,97
PAÍS VASCO	29.678.859,00	-1,37
CASTILLA-LA MANCHA	23.544.045,00	0,57
ASTURIAS	20.087.603,00	1,50
MURCIA	17.832.178,00	-1,08
ARAGÓN	14.837.135,50	-1,34
EXTREMADURA	14.535.923,50	-0,18
ILLES BALEARS	14.455.798,50	-2,56
CANTABRIA	7.887.931,00	-8,89
NAVARRA	6.920.876,50	0,13
RIOJA, LA	4.018.383,50	-2,17
MELILLA	1.235.781,50	-6,18
CEUTA	1.232.421,50	7,80

## BonoLoto. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	87.786.203,00	0,07
BARCELONA	46.689.795,50	-1,33
VALENCIA	35.546.652,00	-0,52
ALICANTE	27.091.581,50	-2,50
PALMAS, LAS	22.281.604,00	-0,79
SEVILLA	21.818.544,00	0,47
CÁDIZ	21.395.557,00	-1,42
MÁLAGA	21.300.848,50	-2,87
ASTURIAS	20.087.603,00	1,50
STA. CRUZ TFE.	20.037.212,50	-0,57
CORUÑA, A	18.758.999,00	2,51
MURCIA	17.832.178,00	-1,08
PONTEVEDRA	16.430.439,50	2,16
VIZCAYA	15.142.455,50	-2,19
ILLES BALEARS	14.455.798,50	-2,56
ZARAGOZA	11.055.035,00	-1,28
GUIPÚZCOA	10.546.611,00	-0,94
GRANADA	9.904.840,00	0,39
CÓRDOBA	8.930.075,00	-0,58
BADAJOZ	8.508.577,50	2,02
CASTELLÓN	8.329.888,50	1,43
LEÓN	8.167.092,50	-1,00
ALMERÍA	8.133.835,50	-5,46
VALLADOLID	7.975.626,00	-1,63
CANTABRIA	7.887.931,00	-8,89
TOLEDO	7.526.979,50	1,55
HUELVA	7.417.897,50	-0,42
NAVARRA	6.920.876,50	0,13
OURENSE	6.589.881,50	4,42
JAÉN	6.468.084,00	0,16
TARRAGONA	6.291.263,50	-1,73
CIUDAD REAL	6.277.483,00	1,08
CÁCERES	6.027.346,00	-3,13
GIRONA	5.935.851,00	-4,35
SALAMANCA	5.307.165,50	-0,09
BURGOS	5.167.122,50	0,52
ALBACETE	5.149.481,50	0,28
LUGO	5.011.611,50	-2,29
RIOJA, LA	4.018.383,50	-2,17
LLEIDA	3.997.822,00	0,35
ÁLAVA	3.989.792,50	0,72
ZAMORA	3.419.487,50	-4,92
ÁVILA	2.724.295,00	-0,69
HUESCA	2.700.895,50	-2,59
SEGOVIA	2.389.929,00	1,85
CUENCA	2.300.464,50	-1,62
GUADALAJARA	2.289.636,50	-1,07
PALENCIA	2.261.484,00	0,92
SORIA	1.276.325,50	-4,22
MELILLA	1.235.781,50	-6,18
CEUTA	1.232.421,50	7,80
TERUEL	1.081.205,00	1,31



## EL GORDO DE LA PRIMITIVA



La fórmula de este juego consta actualmente de dos matrices: 5/54 x 1/10. Su precio es de 1,50 euros la apuesta y siempre garantiza un premio mínimo en la primera categoría de cinco millones de euros.

Cada semana, participaron una media de 2,3 millones de personas con una inversión media de 3,28 euros. La venta total ascendió a 388.114.881 euros, lo que supuso un 9,14% de crecimiento con respecto al año 2007.

En 2008 se repartieron más de 41 millones de premios, uno de ellos superó los 27 millones de euros, alcanzando el récord histórico de este juego, seguido por otro con un importe de 24 millones.

### El Gordo de La Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	61.453.560,00	10,00
ANDALUCÍA	58.942.131,00	10,11
CATALUÑA	49.558.992,00	9,22
COM. VALENCIANA	45.293.818,50	8,17
GALICIA	25.690.623,00	9,45
CASTILLA Y LEÓN	24.500.566,50	7,90
CANARIAS	21.629.115,00	9,88
PAÍS VASCO	19.883.083,50	5,70
CASTILLA-LA MANCHA	14.950.903,50	10,27
ASTURIAS	11.984.869,50	11,40
MURCIA	10.706.034,00	7,85
ILLES BALEARS	9.850.122,00	7,01
ARAGÓN	9.248.626,50	8,00
EXTREMADURA	9.115.849,50	9,63
CANTABRIA	5.329.597,50	1,85
NAVARRA	4.403.197,50	6,34
RIOJA, LA	2.872.512,00	5,43
CEUTA	592.000,50	23,42
MELILLA	437.746,50	6,50

## El Gordo de La Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	61.453.560,00	10,00
BARCELONA	35.540.406,00	9,42
VALENCIA	22.684.449,00	7,14
ALICANTE	17.049.829,50	7,79
MÁLAGA	12.383.175,00	6,95
ASTURIAS	11.984.869,50	11,40
CORUÑA, A	11.704.935,00	11,62
SEVILLA	11.696.220,00	11,02
PALMAS, LAS	11.416.672,50	9,41
CÁDIZ	10.754.857,50	10,05
MURCIA	10.706.034,00	7,85
STA. CRUZ TFE.	10.212.442,50	10,42
ILLES BALEARS	9.850.122,00	7,01
VIZCAYA	9.780.175,50	5,53
PONTEVEDRA	8.579.958,00	9,18
GUIPÚZCOA	7.395.951,00	5,12
ZARAGOZA	6.976.518,00	8,15
GRANADA	6.528.666,00	14,19
CASTELLÓN	5.559.540,00	13,88
GIRONA	5.347.558,50	9,08
BADAJOS	5.336.098,50	10,98
CANTABRIA	5.329.597,50	1,85
LEÓN	5.240.832,00	10,03
ALMERÍA	5.217.358,50	11,75
TARRAGONA	5.104.126,50	6,98
CÓRDOBA	4.983.790,50	11,81
VALLADOLID	4.639.092,00	4,73
TOLEDO	4.535.329,50	7,89
NAVARRA	4.403.197,50	6,34
CIUDAD REAL	3.924.039,00	10,70
HUELVA	3.908.703,00	9,16
CÁCERES	3.779.751,00	7,78
LLEIDA	3.566.901,00	10,74
BURGOS	3.504.631,50	11,43
JAÉN	3.469.360,50	7,67
SALAMANCA	3.312.982,50	5,83
OURENSE	2.945.329,50	8,78
ALBACETE	2.929.321,50	14,60
RIOJA, LA	2.872.512,00	5,43
ÁLAVA	2.706.957,00	7,96
LUGO	2.460.400,50	1,66
ZAMORA	1.974.735,00	6,19
CUENCA	1.845.196,50	8,57
ÁVILA	1.738.585,50	9,68
GUADALAJARA	1.717.017,00	10,46
SEGOVIA	1.652.866,50	6,81
PALENCIA	1.502.725,50	9,57
HUESCA	1.469.865,00	7,20
SORIA	934.116,00	6,85
TERUEL	802.243,50	8,12
CEUTA	592.000,50	23,42
MELILLA	437.746,50	6,50

## EUROMILLONES



Es la última modalidad de la Lotería Primitiva incorporada a la oferta de juegos de LAE. Nació en el año 2004, diseñado por las Loterías oficiales de Francia, Reino Unido y España. Al igual que El Gordo de La Primitiva, su fórmula consta de 2 matrices: 5/50 x 2/9 y su precio es de dos euros por apuesta.

EuroMillones oferta un premio mínimo garantizado de 15 millones de euros cada semana y en 2008 alcanzó una venta total en España de 960.285.134 euros.

Durante el 2008, los jugadores españoles se llevaron algunos de los premios más importantes del año. En este periodo se repartió el premio récord de esta modalidad en España, que correspondió a un único acertante que validó su boleto en



la localidad de Montefrío (Granada), y que estuvo premiado con más de 76 millones de euros.

Cuatro millones de jugadores participan semanalmente en este juego, con un gasto medio de 4,58 euros.

### EuroMillones. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	149.452.808,00	13,72
ANDALUCÍA	140.885.910,00	15,11
CATALUÑA	140.337.526,00	13,68
COM. VALENCIANA	115.476.408,00	15,03
GALICIA	58.406.484,00	12,47
CANARIAS	57.730.216,00	11,08
CASTILLA Y LEÓN	54.883.488,00	11,24
PAÍS VASCO	48.810.240,00	9,53
CASTILLA-LA MANCHA	35.649.840,00	15,72
ILLES BALEARS	30.027.216,00	9,87
MURCIA	26.360.854,00	12,77
ARAGÓN	22.853.194,00	13,80
ASTURIAS	22.582.694,00	14,66
EXTREMADURA	19.227.250,00	11,05
NAVARRA	11.519.254,00	13,91
CANTABRIA	11.270.516,00	8,90
RIOJA, LA	8.245.150,00	4,30
CEUTA	1.569.854,00	16,43
MELILLA	1.311.304,00	10,75

## EuroMillones. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	149.452.808,00	13,72
BARCELONA	101.891.602,00	13,78
VALENCIA	56.533.238,00	14,66
ALICANTE	45.706.812,00	14,08
MÁLAGA	33.712.452,00	13,03
PALMAS, LAS	32.586.372,00	10,41
ILLES BALEARS	30.027.216,00	9,87
SEVILLA	27.515.014,00	15,51
VIZCAYA	26.775.276,00	8,24
MURCIA	26.360.854,00	12,77
STA. CRUZ TFE.	25.143.844,00	11,96
CORUÑA, A	23.900.724,00	12,30
CÁDIZ	22.958.966,00	13,03
ASTURIAS	22.582.694,00	14,66
PONTEVEDRA	21.106.194,00	12,82
ZARAGOZA	16.724.096,00	13,61
GUIPÚZCOA	15.310.164,00	10,51
GRANADA	14.941.438,00	20,61
GIRONA	14.221.116,00	11,89
TARRAGONA	13.602.794,00	15,22
CASTELLÓN	13.236.358,00	20,10
TOLEDO	12.644.130,00	15,00
ALMERÍA	12.548.984,00	8,70
NAVARRA	11.519.254,00	13,91
CANTABRIA	11.270.516,00	8,90
BADAJOS	11.188.748,00	11,92
LEÓN	11.105.678,00	14,26
CÓRDOBA	10.921.044,00	17,59
VALLADOLID	10.890.196,00	9,12
LLEIDA	10.622.014,00	13,29
HUELVA	9.755.028,00	23,40
JAÉN	8.532.984,00	16,73
RIOJA, LA	8.245.150,00	4,30
OURENSE	8.109.334,00	12,91
BURGOS	8.053.430,00	14,33
CÁCERES	8.038.502,00	9,86
SALAMANCA	7.989.844,00	6,48
ALBACETE	7.843.904,00	23,02
CIUDAD REAL	7.602.892,00	13,90
ÁLAVA	6.724.800,00	12,63
LUGO	5.290.232,00	11,21
ZAMORA	4.252.250,00	9,77
HUESCA	4.012.000,00	15,64
GUADALAJARA	3.926.318,00	12,51
ÁVILA	3.797.340,00	14,96
CUENCA	3.632.596,00	11,08
SEGOVIA	3.482.534,00	9,68
PALENCIA	3.367.978,00	12,77
TERUEL	2.117.098,00	11,87
SORIA	1.944.238,00	10,96
CEUTA	1.569.854,00	16,43
MELILLA	1.311.304,00	10,75



## Apuestas Deportivas

*LAE ofrece a los aficionados cuatro modalidades de Apuestas Deportivas: La Quiniela, El Quinigol, Lototurf y Quíntuple Plus. La Quiniela cuenta con varias décadas de historia –apareció el 22 de septiembre de 1946– y es uno de los juegos más populares entre los aficionados al fútbol. El Quinigol es una modalidad más joven, que LAE lanzó al mercado, de manera ininterrumpida, desde 2005 para ampliar su oferta de apuestas futbolísticas. El mundo del turf también está presente en LAE con Lototurf, una apuesta similar a una loto, y Quíntuple Plus, una quiniela dirigida a los amantes de la hípica.*

### LA QUINIELA



El juego de La Quiniela consiste en acertar el resultado del encuentro entre tres opciones: ganador, empate o perdedor respecto del primer equipo. Durante el año 2008 se celebraron 54 jornadas en 42 semanas de concursos. La introducción de nuevas jornadas en

el calendario con partidos de competiciones europeas y selecciones nacionales contribuyó a incrementar las ventas en las dos modalidades de Apuestas Deportivas.

En 2008 se obtuvieron 557.391.200,50 euros, una cifra 1,85% superior en comparación con el pasado año. Además,

**Nuestros juegos llegan a cada rincón**

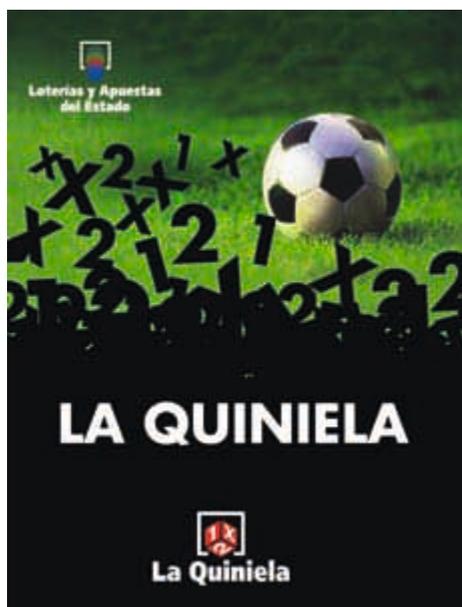
## La introducción de nuevas jornadas en el calendario contribuyó a incrementar las ventas en las dos modalidades de Apuestas Deportivas

46

se realizaron 1.114 millones de apuestas en más de 88 millones de boletos, con una media de 12,6 apuestas y un gasto de 6,33 euros por boleto. Cataluña fue la Comunidad Autónoma donde más se incrementaron las ventas, con

una subida del 12% con respecto al año anterior.

De todos los premios entregados, 18 fueron millonarios, siendo uno de ellos superior a 6 millones de euros.



### La Quiniela. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
CATALUÑA	109.544.987,00	12,19
MADRID	99.716.128,50	4,36
ANDALUCÍA	76.683.209,00	0,66
COM. VALENCIANA	56.982.403,00	-4,11
CASTILLA Y LEÓN	32.020.497,00	-4,79
GALICIA	26.706.303,50	-0,68
CANARIAS	25.846.174,50	-1,19
PAÍS VASCO	23.331.408,00	-5,74
CASTILLA-LA MANCHA	20.872.971,50	-3,27
ARAGÓN	14.543.746,00	-3,59
MURCIA	14.504.871,00	-5,19
ILLES BALEARS	13.665.991,00	0,99
EXTREMADURA	10.623.409,50	2,56
ASTURIAS	10.134.077,50	8,59
NAVARRA	6.900.190,00	2,45
CANTABRIA	6.303.443,00	-7,64
RIOJA, LA	3.151.195,50	-4,04
CEUTA	2.585.593,50	4,44
MELILLA	1.361.771,50	2,95

## La Quiniela. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	99.716.128,50	4,36
BARCELONA	78.566.193,50	13,96
VALENCIA	24.710.262,50	-5,47
ALICANTE	24.501.262,50	-3,60
TARRAGONA	16.265.792,50	5,36
SEVILLA	15.777.377,00	-4,01
MÁLAGA	15.159.494,50	-1,45
PALMAS, LAS	14.776.946,00	0,49
MURCIA	14.504.871,00	-5,19
ILLES BALEARS	13.665.991,00	0,99
VIZCAYA	11.576.484,50	-5,03
STA. CRUZ TFE.	11.069.228,50	-3,36
ZARAGOZA	10.991.792,00	-4,48
CÁDIZ	10.960.192,50	-3,27
ALMERÍA	10.679.531,00	13,94
CORUÑA, A	10.416.693,50	-2,42
ASTURIAS	10.134.077,50	8,59
PONTEVEDRA	9.491.732,50	0,56
GIRONA	9.468.434,00	18,23
GUIPÚZCOA	8.107.153,50	-10,39
CASTELLÓN	7.770.878,00	-1,21
TOLEDO	7.535.039,50	-2,88
NAVARRA	6.900.190,00	2,45
GRANADA	6.896.488,50	2,88
CANTABRIA	6.303.443,00	-7,64
SALAMANCA	6.185.742,50	-7,85
VALLADOLID	6.054.362,00	-15,49
CÓRDOBA	6.050.069,00	1,77
JAÉN	5.640.523,50	-1,24
HUELVA	5.519.533,00	4,22
BADAJOZ	5.508.998,00	6,68
LEÓN	5.487.056,50	-2,47
LLEIDA	5.244.567,00	-0,15
CÁCERES	5.114.411,50	-1,53
CIUDAD REAL	4.646.271,00	-7,67
BURGOS	4.200.336,50	7,69
ALBACETE	4.026.304,00	-3,06
ÁLAVA	3.647.770,00	3,80
OURENSE	3.517.613,00	4,89
LUGO	3.280.264,50	-4,18
RIOJA, LA	3.151.195,50	-4,04
ZAMORA	2.964.650,50	0,24
CEUTA	2.585.593,50	4,44
GUADALAJARA	2.480.377,00	3,28
ÁVILA	2.452.316,00	1,36
HUESCA	2.222.806,50	2,72
CUENCA	2.184.980,00	-2,14
SEGOVIA	1.811.023,00	-2,67
PALENCIA	1.589.085,00	-4,07
MELILLA	1.361.771,50	2,95
TERUEL	1.329.147,50	-5,98
SORIA	1.275.925,00	-4,40

## EL QUINIGOL



El Quinigol se lanzó al mercado en 1998 con motivo de la Copa del Mundo de Francia y a partir de la temporada 05/06 se implantó de manera ininterrumpida, hasta la actualidad. Su mecánica consiste en acertar el número de goles que marca cada equipo en un partido; para ello hay cuatro opciones por equipo: "0", "1", "2" o "M" (para tres goles o más).

En 2008 se celebraron 59 jornadas de este juego, tres más que en 2007, obteniéndose una venta anual de 10.616.995 euros, es decir, un incremento del 5,04% con respecto al año anterior a causa de la ampliación del calendario. Los participantes realizaron un total de 10.616.995 apuestas, repartidas en 3.454.832 boletos.



### El Quinigol. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
ANDALUCÍA	1.939.578,00	8,33
MADRID	1.571.713,00	2,77
CATALUÑA	1.537.208,00	7,49
COM. VALENCIANA	1.111.857,00	1,14
CASTILLA Y LEÓN	700.747,00	5,44
GALICIA	591.783,00	11,99
CANARIAS	585.531,00	-5,10
CASTILLA-LA MANCHA	404.564,00	2,74
PAÍS VASCO	395.855,00	-6,69
EXTREMADURA	318.175,00	15,51
ARAGÓN	317.025,00	23,98
MURCIA	286.805,00	6,66
ILLES BALEARS	229.384,00	-12,18
ASTURIAS	218.810,00	5,03
CANTABRIA	119.613,00	0,14
NAVARRA	118.841,00	7,97
RIOJA, LA	67.131,00	18,25
MELILLA	17.802,00	27,47
CEUTA	16.934,00	14,84

## El Quinigol. Venta por provincias

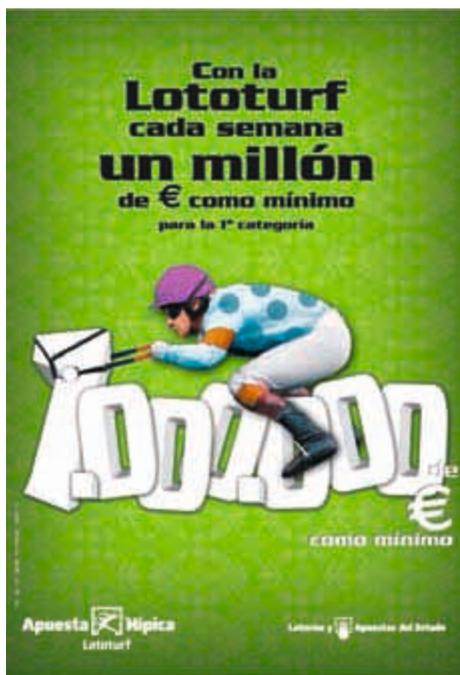
PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	1.571.713,00	2,77
BARCELONA	1.071.206,00	-2,52
VALENCIA	607.228,00	-1,25
SEVILLA	411.408,00	4,75
MÁLAGA	388.205,00	11,47
ALICANTE	373.985,00	4,52
PALMAS, LAS	336.149,00	-12,11
CÁDIZ	306.699,00	0,43
MURCIA	286.805,00	6,66
GIRONA	260.491,00	89,03
STA. CRUZ TFE.	249.382,00	6,33
CORUÑA, A	248.417,00	7,88
HUELVA	240.972,00	39,11
ZARAGOZA	234.210,00	28,06
ALMERÍA	229.975,00	17,86
ILLES BALEARS	229.384,00	-12,18
VIZCAYA	222.288,00	-8,86
BADAJOZ	218.845,00	20,74
ASTURIAS	218.810,00	5,03
PONTEVEDRA	187.833,00	1,18
GRANADA	148.029,00	-10,29
VALLADOLID	135.118,00	-3,65
CASTELLÓN	130.644,00	3,13
TOLEDO	129.997,00	10,12
GUIPÚZCOA	128.325,00	-3,68
LEÓN	121.915,00	-13,48
CANTABRIA	119.613,00	0,14
NAVARRA	118.841,00	7,97
TARRAGONA	114.458,00	2,10
JAÉN	110.616,00	6,58
SALAMANCA	107.292,00	6,85
CÓRDOBA	103.674,00	-2,95
CIUDAD REAL	99.575,00	4,21
CÁCERES	99.330,00	5,46
ÁVILA	97.422,00	89,50
LLEIDA	91.053,00	12,06
ALBACETE	86.012,00	-8,77
LUGO	84.010,00	58,40
BURGOS	80.814,00	-3,07
OURENSE	71.523,00	20,25
RIOJA, LA	67.131,00	18,25
HUESCA	65.042,00	27,00
ZAMORA	56.258,00	10,93
SEGOVIA	50.872,00	11,59
CUENCA	46.958,00	3,75
ÁLAVA	45.242,00	-3,98
GUADALAJARA	42.022,00	3,49
PALENCIA	31.066,00	2,81
SORIA	19.990,00	-8,12
MELILLA	17.802,00	27,47
TERUEL	17.773,00	-17,70
CEUTA	16.934,00	14,84

## LOTOTURF



El resultado de este juego es fundamentalmente aleatorio, ya que seis de los números de la combinación ganadora se obtienen por sorteo, mientras que el séptimo depende del caballo ganador de la cuarta carrera de la jornada.

En 2008, se alcanzaron unas ventas anuales de 9.960.956 euros con Lototurf, lo que supuso un descenso del 1,66% con respecto al 2007. Se celebraron 70 sorteos, cuatro más que el año anterior, y las Comunidades que registraron las mayores ventas fueron Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Aunque la tendencia general fue ligeramente a la baja, en algunas zonas de España se lograron incrementos considerables, como en varias provincias andaluzas y en Orense, donde las ventas registraron una subida del 25,22% con respecto al año anterior.



A lo largo del año, este juego dio 2.801.480,68 euros en premios y se realizaron en total 9.960.956 apuestas, repartidas en 4.261.286 boletos.

### Lototurf. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	1.739.332,00	-1,39
ANDALUCÍA	1.496.553,00	3,86
COM. VALENCIANA	1.107.605,00	-6,45
CANARIAS	917.022,00	-3,66
CATALUÑA	779.003,00	-4,30
GALICIA	750.603,00	4,22
CASTILLA Y LEÓN	653.866,00	1,44
CASTILLA-LA MANCHA	496.791,00	-13,96
PAÍS VASCO	339.321,00	1,85
MURCIA	289.455,00	-4,70
ASTURIAS	279.001,00	9,14
ARAGÓN	271.829,00	-10,60
EXTREMADURA	261.264,00	-10,14
ILLES BALEARS	164.066,00	-1,75
CANTABRIA	126.376,00	-1,96
NAVARRA	116.149,00	1,39
RIOJA, LA	80.082,00	-1,70
MELILLA	14.826,00	-59,09
CEUTA	12.929,00	-25,23

## Lototurf. Venta por provincias

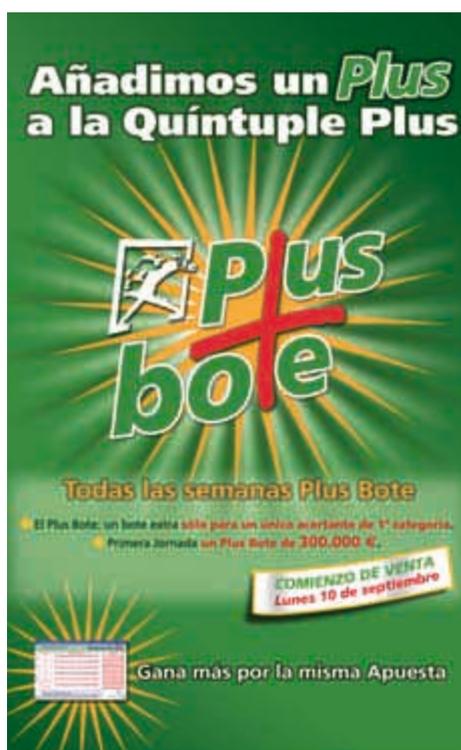
PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	1.739.332,00	-1,39
VALENCIA	550.576,00	-9,13
BARCELONA	529.054,00	-3,58
PALMAS, LAS	459.853,00	-5,83
STA. CRUZ TFE.	457.169,00	-1,37
ALICANTE	420.336,00	-4,15
MÁLAGA	312.401,00	-0,25
SEVILLA	310.200,00	11,36
MURCIA	289.455,00	-4,70
ASTURIAS	279.001,00	9,14
CÁDIZ	256.553,00	-1,42
PONTEVEDRA	252.962,00	1,37
CORUÑA, A	249.413,00	0,18
OURENSE	185.113,00	25,22
ZARAGOZA	174.063,00	1,71
ILLES BALEARS	164.066,00	-1,75
GRANADA	158.604,00	12,19
GUIPÚZCOA	155.010,00	4,65
CÁCERES	145.868,00	-7,31
VIZCAYA	141.516,00	-3,78
CASTELLÓN	136.693,00	-2,03
HUELVA	131.597,00	13,37
CÓRDOBA	131.595,00	1,19
CANTABRIA	126.376,00	-1,96
TOLEDO	122.207,00	-15,23
NAVARRA	116.149,00	1,39
ALMERÍA	115.429,00	-1,60
BADAJOS	115.396,00	-13,49
CIUDAD REAL	114.781,00	-6,74
SALAMANCA	110.622,00	12,40
VALLADOLID	110.501,00	-6,78
CUENCA	107.599,00	-4,53
LEÓN	105.683,00	-5,97
GIRONA	94.509,00	0,23
SEGOVIA	84.066,00	7,94
TARRAGONA	80.187,00	-12,87
JAÉN	80.174,00	-4,71
RIOJA, LA	80.082,00	-1,70
ALBACETE	76.683,00	-38,42
ZAMORA	75.732,00	1,21
GUADALAJARA	75.521,00	3,60
LLEIDA	75.253,00	-4,75
BURGOS	74.578,00	4,11
HUESCA	71.803,00	-34,36
LUGO	63.115,00	-14,60
ÁVILA	45.658,00	-1,17
ÁLAVA	42.795,00	12,73
PALENCIA	28.024,00	1,06
TERUEL	25.963,00	10,39
SORIA	19.002,00	12,08
MELILLA	14.826,00	-59,09
CEUTA	12.929,00	-25,23

## QUÍNTUPLE PLUS



Quíntuple Plus es la modalidad hípica más especializada, dirigida fundamentalmente a los aficionados al turf. En 2008 se celebraron 70 jornadas y la venta anual alcanzó los 5.262.404 euros, de los que casi tres millones se destinaron a premios. Madrid, como viene siendo habitual, fue la Comunidad líder de ventas en este juego, obteniendo casi la mitad de la cifra nacional, con 2.648.261 euros.

A excepción de Cantabria, Cuenca y La Coruña, en el resto de las provincias las ventas mostraron un claro descenso con respecto al ejercicio anterior. En total se efectuaron 5.262.404 apuestas, se escrutaron 805.135 boletos y se repartieron 31.989 premios, de los cuales 833 fueron de primera categoría.



### Quíntuple Plus. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	2.648.261,00	-42,40
COM. VALENCIANA	485.547,00	-17,66
ANDALUCÍA	362.012,00	-28,84
CATALUÑA	245.796,00	-29,72
CANARIAS	244.957,00	-21,47
GALICIA	201.819,00	-7,55
CASTILLA Y LEÓN	185.697,00	-22,71
PAÍS VASCO	165.767,00	-23,99
CASTILLA-LA MANCHA	145.388,00	-14,43
CANTABRIA	144.064,00	38,62
EXTREMADURA	71.328,00	-15,54
ASTURIAS	69.541,00	-24,41
MURCIA	62.445,00	-17,21
ILLES BALEARS	57.160,00	-17,18
ARAGÓN	53.646,00	-35,54
NAVARRA	26.394,00	-5,48
RIOJA, LA	25.795,00	-19,37
CEUTA	2.580,00	-47,13
MELILLA	1.222,00	-29,16

## Quíntuple Plus. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTAS EN 2008	% INCREMENTO 07/08
MADRID	2.648.261,00	-42,40
VALENCIA	313.769,00	-12,79
BARCELONA	194.351,00	-29,85
CANTABRIA	144.064,00	38,62
ALICANTE	139.886,00	-25,97
STA. CRUZ TFE.	132.570,00	-12,10
GUIPÚZCOA	115.257,00	-26,29
PALMAS, LAS	112.387,00	-30,25
CORUÑA, A	106.723,00	10,98
SEVILLA	96.313,00	-37,90
CÁDIZ	82.573,00	-8,19
ASTURIAS	69.541,00	-24,41
MÁLAGA	65.483,00	-33,57
MURCIA	62.445,00	-17,21
ILLES BALEARS	57.160,00	-17,18
PONTEVEDRA	54.613,00	-24,80
CUENCA	53.537,00	12,06
TOLEDO	44.662,00	-23,74
BADAJOS	43.061,00	-9,40
ZARAGOZA	38.486,00	-35,77
SEGOVIA	38.171,00	-15,82
VIZCAYA	34.657,00	-20,90
SALAMANCA	33.343,00	-31,38
CÓRDOBA	33.236,00	-7,32
CASTELLÓN	31.892,00	-22,09
CÁCERES	28.267,00	-23,43
LLEIDA	27.885,00	-1,00
OURENSE	27.633,00	-7,87
LEÓN	26.434,00	-20,25
NAVARRA	26.394,00	-5,48
HUELVA	26.195,00	-36,17
RIOJA, LA	25.795,00	-19,37
ÁVILA	23.867,00	-24,88
CIUDAD REAL	23.856,00	-16,29
ALMERÍA	22.518,00	-38,08
GRANADA	21.643,00	-40,00
VALLADOLID	18.299,00	-24,69
ZAMORA	16.918,00	-13,33
ÁLAVA	15.853,00	-11,49
TARRAGONA	15.709,00	-54,07
BURGOS	14.254,00	-3,85
JAÉN	14.051,00	-10,96
LUGO	12.850,00	-34,18
ALBACETE	12.192,00	-30,51
GUADALAJARA	11.141,00	-36,40
HUESCA	10.971,00	-38,73
GIRONA	7.851,00	-23,86
SORIA	7.563,00	-30,51
PALENCIA	6.848,00	-42,33
TERUEL	4.189,00	-22,44
CEUTA	2.580,00	-47,13
MELILLA	1.222,00	-29,16



## 6 Un equipo que juega para ganar

*LAE cuenta con un equipo de 603 personas, altamente cualificadas y con una amplia experiencia, que constituyen uno de los pilares fundamentales de la Entidad. Por esta razón, optimizó durante 2008 la gestión de sus recursos humanos para conseguir la máxima satisfacción de todos los integrantes de este gran equipo.*

Con su política de recursos humanos, LAE presta a todo su personal un apoyo constante que le permite desarrollar su capacidad de trabajo y obtener, además de una plena satisfacción, los mejores resultados profesionales.

Loterías y Apuestas del Estado muestra un profundo respeto hacia las personas que desarrollan su carrera profesional en la Entidad, asimismo potencia la colaboración entre sus profesionales y personal de empresas externas. En definitiva, se



aunan esfuerzos para conseguir un alto grado de implicación e identificación con LAE a fin de lograr un objetivo común: prestar el mejor de los servicios a los clientes y garantizar la calidad en la gestión de los diferentes juegos.

## ESTRUCTURA DIRECTIVA

La estructura directiva de LAE no sufrió cambios durante 2008. En los puestos de máxima responsabilidad permanecieron el Secretario de Estado de Hacienda y Presupuestos, D. Carlos Ocaña y Pérez de Tudela, en el cargo de Presidente; y como

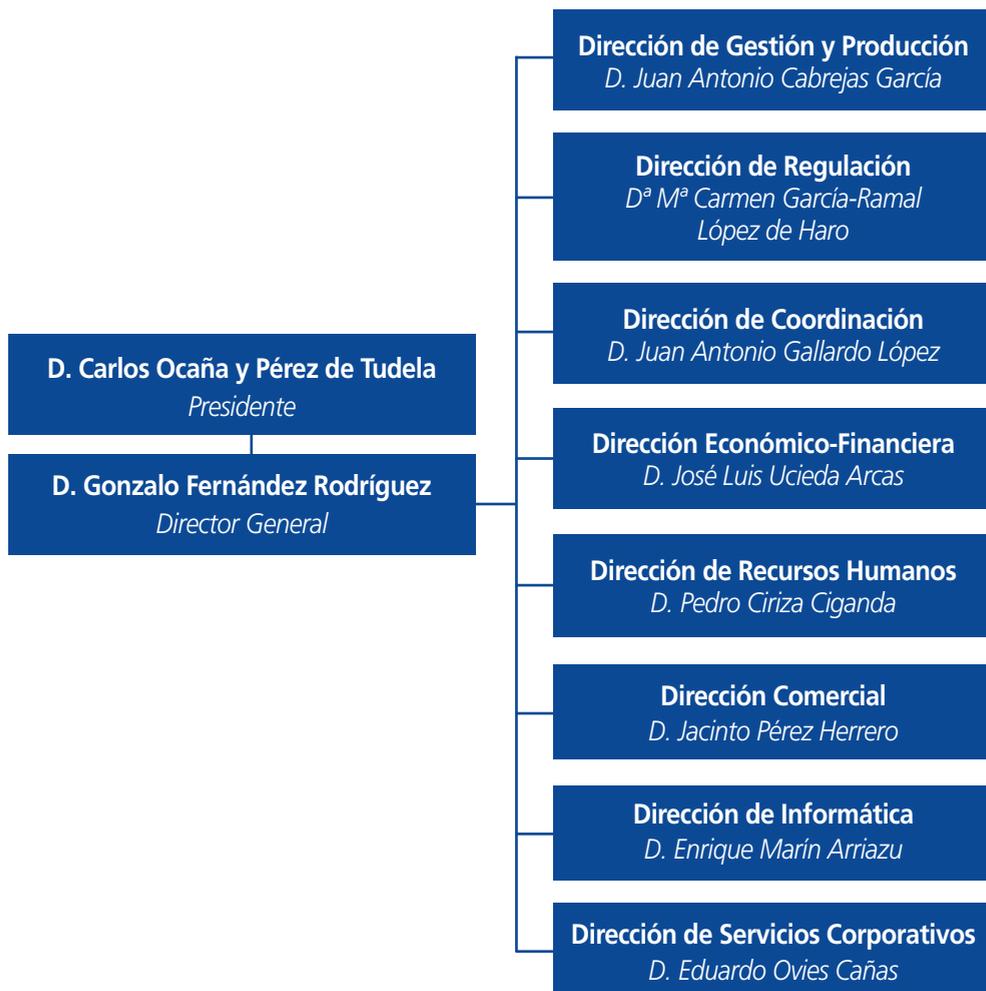
Director General D. Gonzalo Fernández Rodríguez.

En el gráfico que puede verse al final de esta página, se refleja el organigrama de dicha estructura directiva.

## POLÍTICA DE PERSONAL

A 31 de diciembre de 2008 LAE contaba con 603 efectivos, de los que 135 eran funcionarios y el resto personal laboral con distintas modalidades de contratos: fijos continuos, fijos discontinuos o a tiempo parcial. Del total, 323 eran hombres y 280 mujeres.

# Estructura directiva 2008

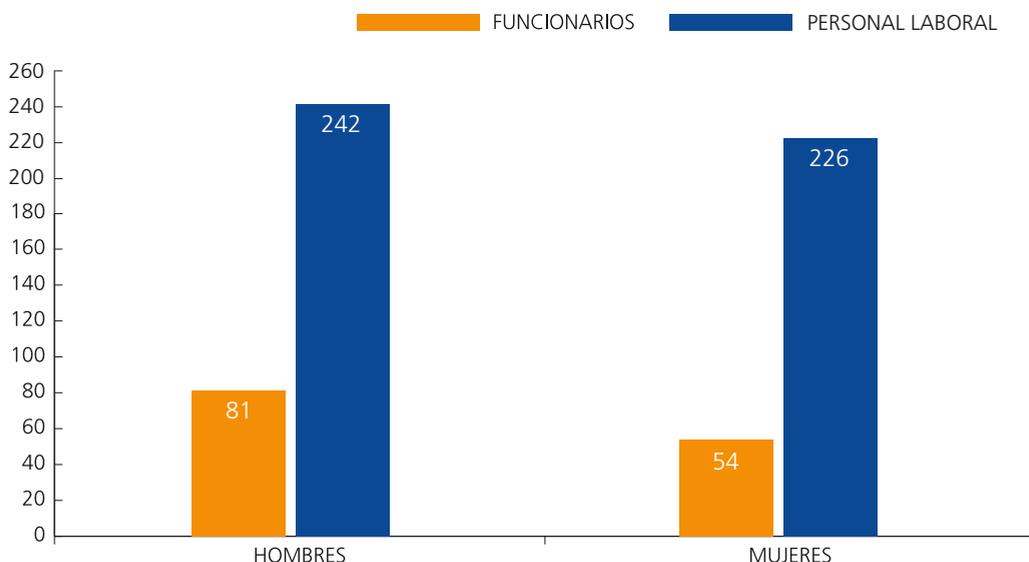


Un equipo que juega para ganar

## Personal a 31 de diciembre de 2008

COLECTIVO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Funcionarios	81	54	135
Personal laboral	242	226	468
<b>TOTAL</b>	<b>323</b>	<b>280</b>	<b>603</b>

## Personal de LAE



Para lograr la satisfacción de la plantilla, tal y como se recoge en su Código de Responsabilidad Social Corporativa, LAE desarrolló durante 2008 diferentes medidas:

### Seguridad en el puesto de trabajo

- Se aprobó el plan de prevención de riesgos anual.
- En colaboración con el Servicio Médico de LAE, se planificaron unas jornadas de prevención del estrés laboral y de prevención de riesgos laborales, así como una jornada de formación para los equipos de evacuación.

- Se intensificó la labor informativa, a través de la entrega y distribución de folletos sobre riesgos y medidas preventivas.

- Se implementó un plan de emergencias en la sede de Capitán Haya.

### Formación

Se estableció un plan de formación desarrollado para dar respuesta a las necesidades detectadas en la Entidad y para desarrollar la capacidad de cada persona.

Entre otros, con carácter general, se organizaron clases de inglés y francés, así como cursos de preparación para

el acceso por promoción interna a los cuerpos auxiliar y administrativo de la Administración del Estado –éstos últimos en colaboración con el Ministerio de Economía y Hacienda–.

También se realizaron cursos de formación más específicos, establecidos a petición de los diferentes servicios de la Entidad: entre ellos destacaron siete cursos de Informática de Sistemas, un curso de Logística Inversa y un curso de E-Learning sobre Sistemas de Gestión en Prevención de Riesgos Laborales.

### **Conciliación de la vida profesional y personal**

LAE puso a disposición de su equipo un horario que les facilitó conciliar su actividad profesional con sus responsabilidades personales.

También diseñó una serie de ayudas para el cuidado de los hijos, la subvención del transporte y el acceso a diferen-

## **LAE presta a su personal un apoyo constante que le permite desarrollar su capacidad de trabajo y obtener los mejores resultados profesionales**

tes tratamientos médicos –dental, audiovisual y locomotor–, así como becas de estudios para el personal y sus hijos, y subvenciones para la realización de actividades deportivas o socioculturales de la plantilla de LAE. En total, se destinaron cerca de 200.000 euros a estos conceptos.



**Un equipo que juega para ganar**

## EL APOYO DE LA RED COMERCIAL

La Entidad cuenta con unas 26.000 personas en los distintos puntos de venta que componen su extensa Red Comercial.

Las 55 Delegaciones Comerciales constituyen la conexión entre LAE y la Red de Ventas y se ocupan de la gestión comercial, administrativa, técnica y logística en sus correspondientes demarcaciones territoriales. En ellas trabajaron durante 2008 un total de 415 personas.

En lo que respecta al equipo de la Red Comercial, LAE contaba, en diciembre de 2008, con 4.036 titulares de administraciones de loterías (la llamada Red Básica) y 6.558 titulares de establecimientos mixtos, los que integran la Red Complementaria.

Desde LAE se puso a disposición de todos estos profesionales cursos de formación específicos, así como los últimos equipamientos informáticos y técnicos para permitirles desempeñar su trabajo en las mejores condiciones.



Interior de la Administración n° 1 de Santoña (Cantabria).

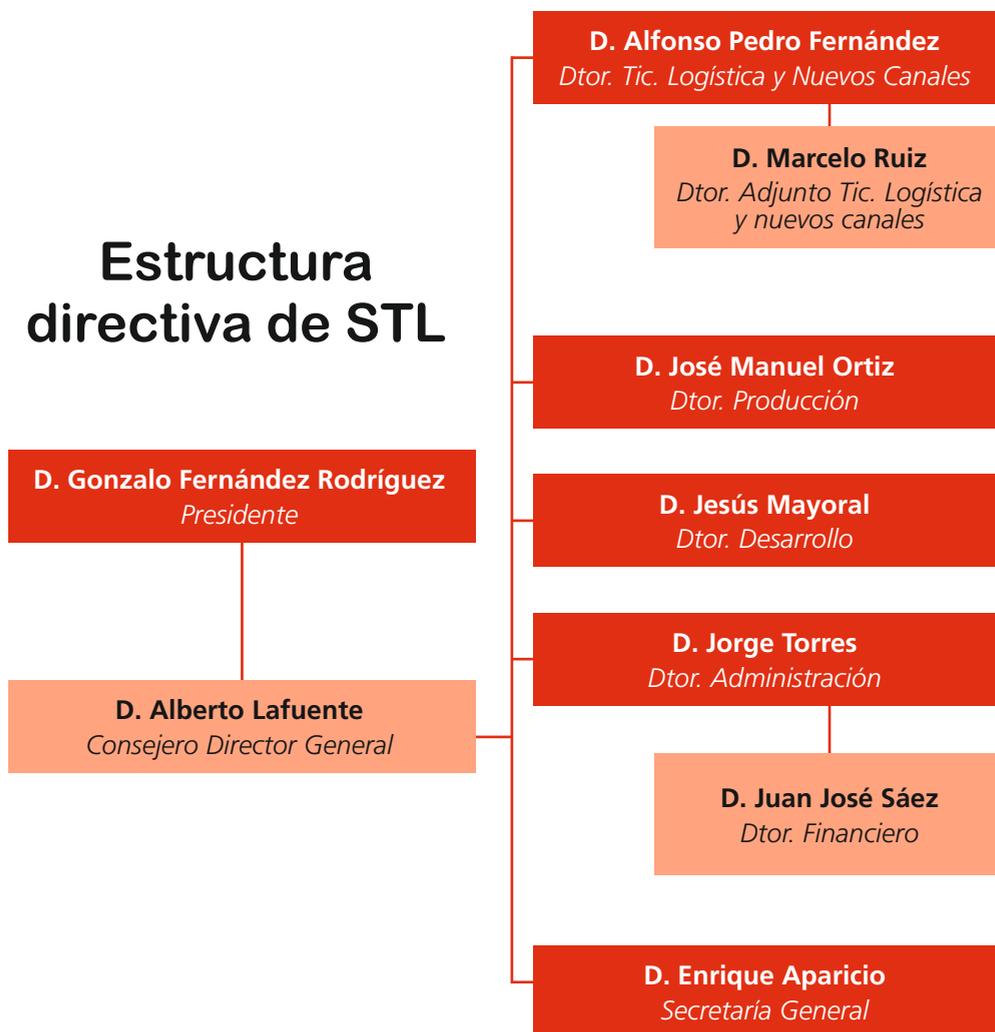
## EL APOYO TÉCNICO DE STL

Sistemas Técnicos de Loterías –más conocido como STL– es una empresa, propiedad de LAE, que tiene como principal objeto prestar servicios de tecnología de la información y telecomunicaciones a Loterías y Apuestas. Su presidente durante 2008 fue el Director General de la Entidad, D. Gonzalo

Fernández, y en 2008 su organigrama directivo fue el que representamos en la parte inferior.

En 2008, esta empresa, que dio empleo a cerca de 200 personas, apostó por la estabilidad en el empleo, la promoción interna y la formación permanente de su personal, concepto al que destinó alrededor de 8.000 horas lectivas.

## Estructura directiva de STL





## 7 Al servicio de la sociedad

*La Responsabilidad Social Corporativa constituye un aspecto clave de la estrategia de LAE, ya que garantiza un modelo de juego seguro, así como un compromiso social, económico y medioambiental que la Entidad asume con la sociedad.*

Loterías y Apuestas del Estado materializó en 2008 su compromiso implementando un “Código de Conducta” que garantiza su transparencia, eficacia y dedicación plena a sus funciones públicas.

En este documento se recogen por escrito los valores de la Entidad, que ya venían aplicándose en todas sus actividades y constituían un modelo a seguir para sus trabajadores. Además, este código contempla los compromisos sociales y éticos más exigentes, enraizados en los valores centenarios que Loterías y Apuestas del Estado ha demostrado en su larga trayectoria.

### JUEGO RESPONSABLE

LAE contribuye a que los juegos de azar y pronósticos se desarrollen en un marco de “Juego Responsable”, conforme a los principios definidos por la Asociación Mundial de Loterías (WLA) y por la Asociación Europea de Loterías y Totos de Estado (AELTE).

Este conjunto de reglas de actuación se establecen para garantizar que los juegos sean seguros –en sentido amplio– para el público y compatibles con sus Grupos de Interés en general.

Los principales objetivos de la Gestión Responsable del Juego son:

**“Planificar, Hacer, Comprobar y Actuar” son las cuatro acciones de un ciclo que mide la validez de los resultados en relación con las metas establecidas**

■ Fomentar la integridad de las operaciones de juego y colaborar en la lucha contra el juego ilegal.

■ Prevenir los problemas relacionados con el juego inmoderado.

■ Asegurarse de que los intereses de los participantes, de los grupos vulnerables y de la sociedad en general estén protegidos, promoviendo la implantación de prácticas de “Juego Responsable” en todos los aspectos de sus actividades internas y de la Red Comercial.

Además, representantes de LAE participaron durante 2008 en foros, seminarios

y equipos de trabajo sobre “Juego Responsable” en WLA y AELTE con un doble objetivo: conocer las mejores prácticas realizadas en otros países y aportar los conocimientos llevados a la práctica por la propia Entidad.

## COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

LAE intenta satisfacer las necesidades y expectativas de sus Grupos de Interés, y basa su relación con los mismos en los siguientes aspectos:

### Participación

El diálogo abierto y transparente es fundamental en la política de Responsabilidad Social de LAE, y para ello articula mecanismos que aseguran un intercambio fluido de información.

### Transparencia informativa

LAE garantiza una adecuada transmisión de información sobre sus actividades, generando así confianza. Algunos de los soportes utilizados son el

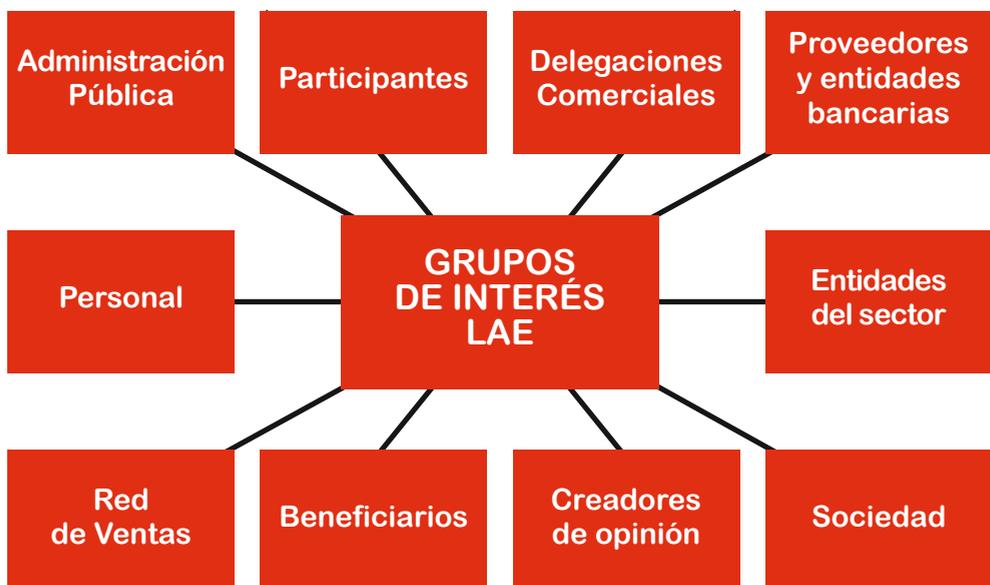
Canal LAE, la página web, un boletín trimestral o esta memoria económica y social.

### Seguridad garantizada de los juegos

El jugador tiene la seguridad de que LAE verifica y pone los medios necesarios para que todo poseedor de un premio lo pueda cobrar, sea cual sea su cuantía. Para ello, Loterías ofrece una serie de garantías, tanto técnicas como humanas, como la Junta Superior de Control, diversas normas y publicaciones, la utilización de las tecnologías de la información, herramientas de comunicación y publicidad o el Sistema Integrado de Gestión (SIGLAE).

### Publicidad

Loterías y Apuestas del Estado ha elaborado un Código de Publicidad y Marketing que asegura que sus actividades de publicidad y promoción de ventas se realizan bajo estrictos criterios éticos y de protección de los consumidores.



## Una respuesta para cada expectativa

### Participantes

LAE protege sus derechos ofertándoles juegos fiables y seguros que despiertan un alto grado de ilusión. Asimismo, se esfuerza por no generar expectativas desorbitadas y por mantenerles informados en todo momento sobre las características y novedades de cada juego.

### Órgano Público Regulador

Potencia el desarrollo de una Responsabilidad Social Corporativa, que proporcione un marco ético y riguroso a su modelo de gestión. Además, fomenta el "Juego Responsable", optimizando al mismo tiempo lo que va dirigido a las arcas públicas.

### Personal

Motiva a su equipo humano en el ejercicio de una gestión responsable, ofreciéndoles un entorno de empleo estable que cumple con sus expectativas de desarrollo personal y laboral. Además, para facilitarles el desempeño de sus funciones, apuesta por la modernización de los equipos tecnológicos y por la formación continua.

### Puntos de venta

Les ofrece directrices sobre su funcionamiento, así como información, formación e innovación tecnológica que facilitan la venta de los diferentes productos. Asimismo, refuerza los canales de comunicación entre los puntos de venta, las Delegaciones Comerciales y las diferentes áreas de LAE.

Por ello, la publicidad que efectúa LAE es esencialmente informativa y se desarrolla principalmente a través de campañas convencionales que se difunden a lo largo del año.

### Gestión de riesgos

LAE ha definido un marco de actuación para la gestión integral de los riesgos implícitos que abarca todos sus procesos y que afectan a la vulnerabilidad de la corporación, con el fin de asegurar su solvencia, confianza, transparencia e imagen.

Algunos de los objetivos que se buscan con esta política de gestión integral de riesgos son:

- Implantar y difundir una cultura de gestión de riesgos en todas las áreas y unidades de negocio.

- Contribuir a un uso y asignación de los recursos más eficiente.

- Proteger y mejorar los activos y la imagen de la Entidad.

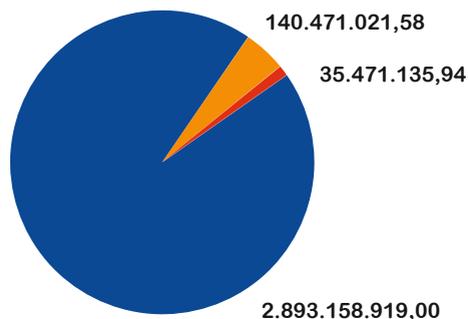
- Identificar y mitigar los riesgos y formular planes de acción.

## COMPROMISO SOCIAL Y ECONÓMICO

Gran parte de los ingresos generados por LAE revierten directamente en la sociedad española a través de los Presupuestos Generales del Estado y contribuyen a financiar, según los criterios establecidos por el Parlamento, las principales partidas de gasto público, como el desempleo, la sanidad o la educación, entre otros.

LAE colabora de manera significativa a mejorar la calidad de vida de los

### Distribución de las transferencias realizadas por LAE en 2008 (en euros)



- Tesoro Público
- Aportaciones
- Otras colaboraciones y patrocinios

españoles. De hecho, parte de los ingresos que generan las ventas de sus juegos se destina al Tesoro Público y a otras entidades de interés público y social.

## APORTACIONES Y PATROCINIOS

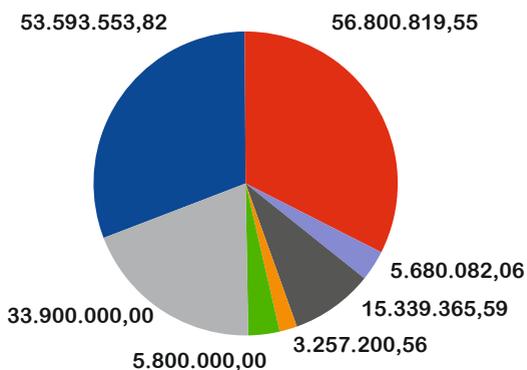
### Un compromiso con la sociedad

La Ley de Presupuestos Generales del Estado aprobó la celebración en 2008 de un Sorteo Especial de Lotería Nacional en beneficio de Cruz Roja (celebrado en Segovia) y de otro en favor de la Asociación Española Contra el Cáncer (celebrado en Zamora). Ambos sorteos tuvieron dos características comunes: se denominaron "finalistas", porque los beneficios netos se destinaron a dichas organizaciones, y fueron "viajeros", ya que se celebraron fuera del Salón de Sorteos de LAE.

#### ONCE

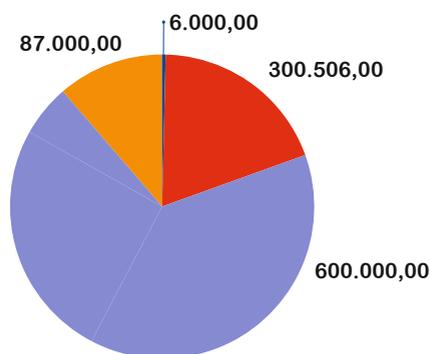
LAE colaboró en 2008 con 33.900.000 euros al mantenimiento de una Entidad de interés social muy conocida y aceptada por los ciudadanos: la Organización

### Aportaciones realizadas por LAE en 2008 (en euros)



- Liga de Fútbol Profesional
- CC,AA.
- ONCE
- Cruz Roja Española
- Hipódromo de la Zarzuela
- Consejo Superior de Deportes
- Asociación Española contra el Cáncer (AECC)

### Otras colaboraciones y patrocinios realizados por LAE en 2008 (en euros)



- Deportes Olímpicos ADO
- Colegio de San Ildefonso
- Palau de la Música Catalana
- Fundación Deporte Joven

\* Con el Plan de Desarrollo Sostenible de Expo Zaragoza se realizó un convenio mutuo de colaboración comercial, sin aportación económica

Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). Su aportación contribuyó, entre otros fines, al mantenimiento de los servicios que presta a sus aproximadamente 68.000 afiliados –todos ellos personas con ceguera y deficiencias visuales–, dirigidos a optimizar aspectos como su autonomía personal, capacitación laboral, educación, adaptación a nuevas tecnologías, etc.

### CRUZ ROJA

El primer sorteo a favor de Cruz Roja se celebró en 1924 y desde 1987 la recaudación de este sorteo anual se destina íntegramente a los programas de Cruz Roja en España, dirigidos a los colectivos más desfavorecidos de la sociedad.

El 8 de mayo de 2008 LAE recibió la Medalla de Oro de la Cruz Roja como reconocimiento al apoyo que Loterías y Apuestas del Estado brinda desde hace décadas a esta asociación.

## Gran parte de los ingresos generados por LAE revierten directamente en la sociedad española

### ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER

El primer sorteo en beneficio de la AECC se celebró el 6 de mayo de 1989, coincidiendo con el Año Europeo Contra el Cáncer. Desde esa fecha, cada año tiene lugar un sorteo cuyos beneficios líquidos se destinan íntegramente a esta asociación, que los invierte en el tratamiento y la prevención de esta enfermedad.



Foto conmemorativa de la entrega de Medallas de Oro de la Cruz Roja presidida por la Infanta Cristina.

En 2008, la aportación de LAE supuso entre el 15 y el 20% de los recursos totales que recibió la AECC.

### **Una apuesta por el deporte**

#### **COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

LAE destina el 10,98% de los ingresos de La Quiniela a la financiación de las Comunidades Autónomas, quienes a su vez dedican esos fondos a la promoción del deporte y a la creación de nuevas infraestructuras deportivas. En 2008 las Comunidades Autónomas recibieron una aportación por valor de 53.593.553,82 euros.

#### **LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL**

La Liga Nacional de Fútbol Profesional recibe un 10% de la venta total de las Apuestas Deportivas de LAE: en 2008, esta cantidad de LAE ascendió a casi 57 millones de euros.

De acuerdo con lo estipulado en el Real Decreto 258/1998, de 20 de febrero, la Liga Nacional de Fútbol Profesional debe destinar estos fondos al saneamiento de los clubes de fútbol que participan en competiciones de carácter profesional.

Además, al menos un 30% de esa cantidad debe ser invertida en la construcción, ampliación, remodelación, adaptación, mejora, mantenimiento y conservación de las instalaciones deportivas en las que se celebren competiciones de carácter profesional y ámbito estatal, con el fin de garantizar la seguridad y la prevención de la violencia en los espectáculos deportivos.

#### **CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES**

LAE destina al Consejo Superior de Deportes el 1% de la recaudación de

sus Apuestas Deportivas, lo que en 2008 supuso una aportación total de 5.680.082,06 euros. Este importe tiene como destino el fomento del fútbol no profesional, de acuerdo con los criterios que determine el Consejo Superior de Deportes.

#### **PLAN ADO**

Especial importancia tuvo en 2008 el patrocinio de LAE a la Asociación de Deportes Olímpicos (ADO), ya que este año se celebraron los Juegos Olímpicos de Pekín. Como recordó el Secretario de Estado para el Deporte, Jaime Lissavetzky, durante la celebración del Sorteo Especial ADO el 10 de mayo de 2008, LAE ha estado respaldando este



*Sorteo especial ADO, celebrado el 10 de mayo de 2008.*

programa de apoyo a los deportistas olímpicos desde 1993. No sólo realiza aportaciones económicas, sino que con este tipo de acciones contribuye a difundir la marca ADO y a dar a conocer su colaboración en la preparación del equipo olímpico español.

El 11 de marzo de 2005 LAE firmó un convenio de colaboración para el programa ADO 2008 en el que se fijaba una cifra de 600.000 euros anuales en concepto de ayuda económica.

### FUNDACIÓN DEPORTE JOVEN

Esta fundación, creada en 1996, tiene carácter privado aunque es de promoción pública. Loterías y Apuestas del Estado la ha patrocinado desde su fundación con una contribución anual de 6.000 euros anuales.

La Fundación Deporte Joven tiene como objetivo el fomento del deporte entre los más jóvenes, mediante el desarrollo de materiales didácticos y programas de actividades dirigidos a los centros educativos y a los sectores más desfavorecidos. Además de organizar encuentros deportivos no oficiales, nacionales e internacionales, la Fundación se encarga de difundir la competición en los medios de comunicación y de fomentar el juego limpio.

### HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA

El hipódromo cuenta entre su accionariado con dos instituciones públicas: SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), que posee el 95,78% de las acciones y LAE, con el 4,22% restante.

Cada año, LAE realiza una aportación por valor de 5.800.000 euros. Con ello, LAE colabora en el desarro-

## LAE contribuyó con sus aportaciones a la preparación de los deportistas españoles que participaron en los Juegos Olímpicos de Pekín 2008

llo del turf español, una actividad que crea mucho empleo, fundamentalmente en el sector primario de la economía –agricultura y ganadería– y en el sector servicios, ya que cada caballo de carreras en entrenamiento genera entre cinco y siete puestos de trabajo.



Durante 2008, el hipódromo madrileño albergó más de 800 caballos, y se prevé aumentar esta capacidad en el futuro hasta los 1.300, una vez que estén terminadas las nuevas instalaciones.

### **Educación y cultura, al alcance de todos**

#### **FUNDACIÓ ORFEÓ CATALÀ-PALAU DE LA MÚSICA CATALANA**

Esta Entidad desarrolla actividades para el Orfeó y la Escuela Coral, y también organiza alrededor de 150 conciertos al año en el Palau de la Música.

#### **COLEGIO DE SAN ILDEFONSO**

El Colegio de San Ildefonso, famoso porque sus alumnos se encargan de cantar los números de la Lotería Nacional, está considerado como una de las

instituciones infantiles educativas más antiguas, conocidas y respetadas de España, con casi 500 años en su haber. LAE tiene suscrito un convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Madrid, por el cual Loterías aporta a este centro una subvención de 300.506 euros para gastos específicos.

#### **LAE EN EXPO ZARAGOZA 2008**

“Agua y desarrollo sostenible” fue el lema de la Exposición Internacional celebrada en Zaragoza del 13 de junio al 14 de septiembre de 2008. LAE quiso sumarse a la difusión del Plan de Desarrollo Sostenible de la Expo firmando un convenio mutuo de patrocinio publicitario con la Sociedad Expoagua Zaragoza 2008, responsable de la organización y promoción de este evento.



Sorteo de Lotería Nacional celebrado en el Palau de la Música de Barcelona.

En virtud de este acuerdo, LAE se convirtió en la única entidad del sector del juego patrocinadora del Plan de Desarrollo Sostenible de la Expo 2008, lo que le permitió difundir el logotipo de dicho plan en sus campañas de publicidad y marketing.

Esta acción de patrocinio se engloba en una visión más amplia que LAE ha desarrollado con el fin de preservar el medioambiente. En este sentido, en 2008 se diseñó un Proyecto de Eficiencia Energética y Medioambiental cuya aplicación se llevará a cabo durante 2009.

Durante 2008 se han llevado a cabo las siguientes actividades:

■ **Ahorro energético:** se inició una campaña de sensibilización para potenciar el reciclado de materiales entre los empleados y controlar el gasto energético. Además, todas las sedes de LAE se han diseñado bajo criterios de eficiencia energética.



■ **Ahorro de papel:** a lo largo de los últimos años, LAE ha introducido paulatinamente mejoras destinadas a la reducción del uso de papel, entre los que destacan la introducción de dispensadores de metacrilato para dosificar boletos, la posibilidad de realizar apuestas de manera aleatoria en los terminales situados en los puntos de venta o a través de Internet.



LAE subvenciona cada año una parte importante de los gastos del Colegio de San Ildefonso.

## ARCHIVO HISTÓRICO

Para la creación del Archivo Histórico de LAE se firmó un convenio con la Universidad Carlos III de Madrid, que ha dado origen a un grupo de trabajo integrado por miembros de la Universidad y de LAE, encargado de realizar las tareas que se derivan de este convenio.

El fondo documental se conservaba originalmente en la sede de Loterías en Guzmán el Bueno; aunque no se contaba con un inventario de éste, se habían realizado previamente trabajos con la colección de billetes y décimos.

La primera tarea en el desarrollo de este proyecto ha consistido en identificar todos los documentos, que se han agrupado en varias categorías: billetes o décimos (desde 1889); participaciones (1880-1991); listas de premios (desde

1812); rifas (1779-1832); circulares, órdenes y decretos (1763-1972); correspondencia (1849-1979), prospectos (1946-1967) y recortes de prensa (1962-1970).

Además de estas series documentales, el Archivo posee una biblioteca de más de 800 volúmenes, con fechas de publicación que van desde 1699 hasta nuestros días; más de 400 fotografías, que abarcan desde 1962 a 1994; carteles, desde mediados del siglo XX hasta la actualidad; postales, sobres y barajas de cartas y otros objetos relacionados con Loterías y Apuestas del Estado (condecoraciones, medallas, bombos de lotería antiguos, mesas, etc.).

En total el Archivo cuenta con más de 25.000 documentos inventariados, relacionados con los aspectos más



importantes de la Lotería en España. De forma paralela a estas labores de descripción, instalación y conservación se está procediendo a la digitalización de una muestra representativa del fondo. Actualmente se han escaneado más de 10.000 documentos, representados en más de 40.000 imágenes de alta calidad. Dichas imágenes corresponden en su mayoría a la colección de billetes de Lotería Nacional entre los años 1850 y 1980.





## 8 LAE, entre las mejores del mundo

*Loterías y Apuestas del Estado continuó ocupando en 2008 una posición destacada en el seno de las principales asociaciones de Loterías y potenció las relaciones bilaterales con otras entidades del panorama internacional.*

LAE es una de las Loterías de Estado más prestigiosas del mundo, tanto por la seguridad de sus productos como por los mecanismos de gestión aplicados. Dada su solidez y experiencia, Loterías y Corporaciones de otros países le formulan consultas y conciertan visitas informativas, confiando en el buen criterio de los profesionales de LAE para mejorar e implementar nuevos procesos.

Además de la relación permanente que mantiene con las diferentes Loterías europeas (sobre todo con aquéllas integradas en EuroMillones), en 2008 LAE siguió con una intensa actividad en el ámbito multilateral, fundamentalmente con las tres asociaciones del sector de las que también es miembro destacado: CIBELAE (Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado), AELTE (Asociación



La Convención de WLA de 2008 se celebró en la isla griega de Rodas.

## LAE es una de las Loterías de Estado más prestigiosas del mundo, tanto por la seguridad de sus productos como por los mecanismos de gestión aplicados

Europea de Loterías y Totos de Estado) y WLA (Asociación Mundial de Loterías).

### ACTIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES DE LOTERÍAS

La Dirección General de LAE continuó participando como miembro de los Comités Ejecutivos de AELTE y WLA, órganos rectores en ambas Asociaciones. Además, el personal especializado de la Entidad intervino en varios seminarios, tales como el de **Comercialización** (enero, Londres, Gran Bretaña) realizado conjuntamente por las citadas asociaciones; el **Seminario Jurídico** de AELTE (mayo, Oporto, Portugal) y el de **Apuestas Deportivas**, organizado también por AELTE en el mes de junio (Lausana, Suiza). Asimismo, se contó con la labor de representantes de LAE en los siguientes Comités y Grupos de Trabajo.

#### AELTE

■ Comité y Grupo de Trabajo de **Responsabilidad Social Corporativa**, que tiene como objetivo definir el marco de certificación desarrollando proyectos pi-

lotos en esta materia. Es de señalar que LAE ejerció de anfitriona en una de las reuniones de este comité que tuvo lugar en Madrid en el mes de mayo.

■ Grupo de Trabajo **ELISE**, cuyo objetivo es fomentar el intercambio y la homologación de la información entre las Loterías europeas.

#### WLA

■ Comité de **Seguridad y Riesgos**, cuyo fin principal consiste en refinar el estándar, revisar el marco de certificación e iniciar proyectos de extensión a nuevas áreas de seguridad.

#### CIBELAE

■ Seminario sobre **Gestión de Riesgos**, que tuvo lugar en el mes de marzo en Santiago de Chile y donde se trataron asuntos vitales para todos los participantes, como la implantación de nuevos mecanismos para reforzar la seguridad.

■ **Comunidad Virtual de Procesos**, liderada por LAE, constituida en 2008 con el fin de asesorar al resto de miembros en lo relativo a satisfacer las demandas de su entorno y contribuir a la sostenibilidad estratégica mediante un sistema integrado de gestión por procesos.

### RELACIONES CON OTRAS LOTERÍAS

En cuanto a las relaciones bilaterales, LAE recibió durante el año 2008 a representantes de las Loterías de Grecia (mayo), Corea (junio), Taiwán (septiembre) y de la República Dominicana (diciembre), quienes dejaron testimonios de gratitud y satisfacción por el trato recibido y por los resultados obtenidos con la visita.

# Vigésimo aniversario de CIBELAE

Loterías y Apuestas del Estado desempeña un papel crucial en CIBELAE, entidad de la que es miembro fundador. Además, el Director General de LAE ocupa el cargo de Secretario General nato de la Corporación desde el año 2001 y es miembro de la Junta Directiva, el máximo órgano de gobierno. Asimismo, desde Madrid se gestiona la Secretaría General de CIBELAE que se ocupa, entre otras funciones, de la administración de la página web corporativa y

de la edición de la revista "Cibelae", de periodicidad semestral.

El año 2008 cobró especial relevancia ya que se celebró en Madrid un evento excepcional: el vigésimo aniversario de la Corporación, creada también en Madrid en 1988. Para conmemorar este hito, veinte años más tarde se reunieron en esta misma ciudad las Loterías fundadoras y otras muchas que han ido incorporándose a CIBELAE con el transcurso de los años.

73



*Mesa de la Presidencia del XX Aniversario de CIBELAE. De izda. a dcha.: D. Gonzalo Fernández, Secretario General de la Corporación; D. Wellington Moreira, Vicepresidente Primero; D. José Manuel Avilés, Presidente; D. Roberto Armando López, Vicepresidente Segundo y D. Gregorio Máñez, en representación de los fundadores de CIBELAE.*



## 9 La comunicación, nuestro vínculo con el público

*LAE siempre ha considerado importante que sus clientes estén bien informados sobre sus juegos. Por eso, durante 2008 diversificó esa comunicación con el público en dos líneas: por un lado, con publicidad, materializada en anuncios creativos que conectaban con la sociedad y sus expectativas, por otro, con un esfuerzo de comunicación y relaciones públicas que permitió anunciar con rigor los diferentes eventos relacionados con los juegos.*

74

### LA PUBLICIDAD, ESCAPARATE DE LOS SUEÑOS

2008 se ha caracterizado por ser un año de novedades. Si en 2007 la línea de comunicación publicitaria fue continuación de la mantenida durante el año anterior, en 2008 llegó el momento de innovar, creando nuevas campañas.

Loterías y Apuestas del Estado mantiene con su público el compromiso de ofrecer una información clara de todos sus productos, y también de los posibles Botes, sorteos especiales y extraordinarios que tienen lugar a lo largo del año. Para ello, y con la colaboración de dos agencias de publicidad que cuentan con sobrada experiencia y buen conocimiento de nuestros juegos, en 2008 LAE creó nuevas campañas para sus productos.

También se produjo una innovación en cuanto a los canales y medios utilizados: además de los tradicionales, como prensa, televisión o radio, los anuncios de LAE



se adaptaron a soportes más innovadores como redes sociales o plataformas de vídeo, en las que es posible participar de forma interactiva con juegos, concursos o chats.

### La Lotería Nacional

Durante 2008 LAE puso en marcha dos campañas de televisión distintas para Lotería Nacional. Así, durante los primeros meses se utilizó la campaña producida en 2006 "Acierta con el décimo", con spots de 10 y 20 segundos que sirvieron como patrocinio de los programas de mayor audiencia de televisión.



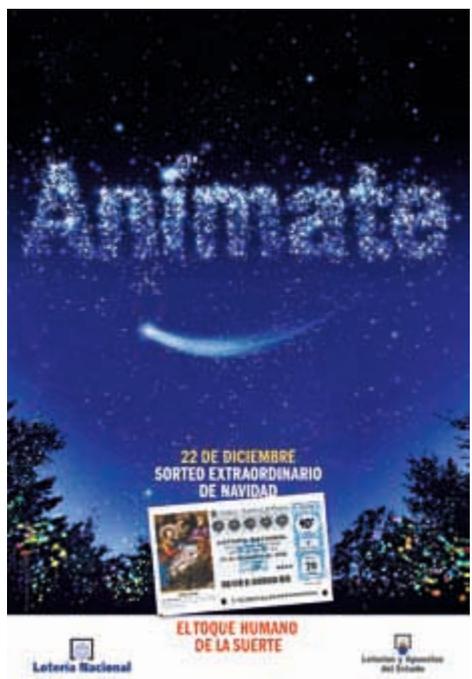
En julio de 2008 tuvo lugar el rodaje de la nueva campaña de Lotería Nacional, creada por la agencia Ricardo Pérez Asociados bajo el concepto “¡Cuidado que toca!”. Su desarrollo creativo contó con tres ejecuciones distintas, conocidas como “Argentinos”, “Autobús” y “Oficina”, que en tono de humor exponían tres situaciones que sugieren la facilidad de obtener un premio con este juego: ante el envite de alguien que promete algo “si le toca la lotería”, otra persona le avisa “cuidado que toca”, advertencia que además es certificada con rotundidad en el cierre final: “Lotería Nacional. La que más toca”, en alusión a la realidad de que “uno de cada tres décimos tiene premio”.

La misma creatividad fue aplicada en cuñas de radio y carteles para los puntos de venta, en los que el eslogan “La suerte toca dos veces” se asociaba a los dos sorteos semanales de Lotería Nacional: el del jueves y el del sábado.

Para los Sorteos “Niños de San Ildefonso” y “Especial de Verano” se eligieron creatividades destinadas a carteles de los puntos de venta y anuncios de prensa. También se emitieron cuñas de radio específicas para comunicar las características de estos dos Sorteos.

### Sorteo Extraordinario de Navidad

La comunicación publicitaria para este sorteo comenzó en verano con la ya tradicional precampaña “¿Y si cae aquí?”. Este eslogan resume la siguiente idea: que la suerte puede hallarse allí donde cada uno se encuentre con motivo de las vacaciones. Además, su creatividad adelantaba el concepto de la que luego fue la Campaña de Navidad, añadiendo el cierre “¡Anímate!”. Esta precampaña se dio a conocer en circuitos de publicidad exterior, en carteles de los puntos de venta y en la radio, con cuñas que también evocaban el verano y la posibilidad de



que “El Gordo” estuviera a la venta en el lugar de vacaciones.

La campaña de publicidad del Sorteo de Navidad fue creada por Ricardo Pérez Asociados, y giraba, como es habitual, en torno a los valores navideños: en Navidad todo es más humano, todo se transforma y cobra vida. El anuncio requirió una gran labor de postproducción, en la que se introdujeron efectos para dar vida a seres inanimados. Así, en el spot, se veía sonreír a un muñeco de nieve, un maniquí saludaba desde su escaparate, dos



*Un momento del rodaje del spot de Navidad.*

actores de una cartelera de cine también se saludaban, el hombrecillo rojo saltaba de su semáforo... La música utilizada para esta campaña también supuso una novedad, ya que se apostó por el joven cantautor americano Lionel Naikov, que con su “Freeze My Senses” imprimió un tono actual y cosmopolita muy apropiado para la estética cinematográfica del spot. La producción contó con importantes profesionales del mundo del cine: Guillermo Navarro, gran maestro de la luz y ganador de un Óscar por su colaboración en “El laberinto del fauno”, fue el director de fotografía de este spot, cuya presentación supuso, como cada año, un acontecimiento del que se hicieron eco numerosos medios de comunicación. En el mes de noviembre la campaña fue presentada a la prensa en Madrid, y a continuación comenzó su exhibición en cines, en televisión –con formatos de diferente duración–, en radio, en prensa, en circuitos de publicidad exterior y en los puntos de venta.

### Un nuevo protagonista, la labor social

A finales de 2008, LAE comenzó a trabajar en una campaña institucional con el fin de comunicar la labor social que realiza la Entidad. Para ello, las dos agencias que colaboran con LAE realizaron dos creativities distintas que se han aplicado en carteles, marcapáginas, postales e incluso a un circuito de “pomming” –publicidad que se cuelga del pomo de las puertas–.

Esta campaña, que se ha materializado en 2009, contará también con una serie de publi-reportajes televisivos de un minuto de duración que utilizan la música del spot de Navidad, y que se emitirán a finales de 2009.

Se trata, en definitiva, de realizar una comunicación más institucional y de marca, que pretende dar a conocer el destino de los beneficios de los juegos, así como la importante labor social realizada con las aportaciones de LAE.

### **Sorteo Extraordinario de “El Niño”**

La campaña de este sorteo, dada su corta duración –del 22 de diciembre al 5 de enero–, no se agota en una temporada; por ello, LAE se sirvió de la línea creativa establecida en 2007 –“Juega con El Niño”– y utilizó reducciones de sus spots en televisión a 10 y 30 segundos, con las que consiguió una mayor frecuencia de emisión y una difusión más amplia.

La creatividad, ya conocida, ofrecía varios gags que, en tono de humor, planteaban la necesidad de “jugar con el niño”, en un spot que asociaba al “niño” con el sorteo del mismo nombre.

La campaña no sólo fue emitida en televisión. Su creatividad fue adaptada a otros soportes, como prensa, radio, mobiliario urbano y cartelería dirigida a los puntos de venta.

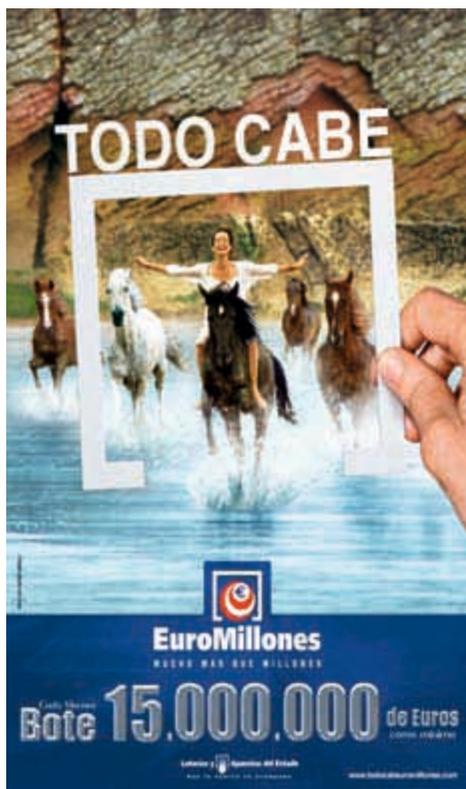
### **La Primitiva**

Para La Primitiva, LAE realizó durante 2008 una nueva producción, continuación de la campaña lanzada en 2004 por Tactics Europe que tenía como protagonista al perrito Pancho. En la campaña de 2008 –cuyo spot televisivo se rodó en julio de ese año– la agencia puso en marcha las nuevas aventuras de Ramiro Benítez buscando desesperadamente a su perro –millonario gracias a La Primitiva– para “compartir” su fortuna.

Los nuevos capítulos en la historia del famoso perro tuvieron un “estreno” digno de las grandes producciones de cine: la presentación a la prensa tuvo lugar en septiembre, y se simultaneó



con la emisión de cuñas de radio, publicidad exterior y banners en la prensa digital que anunciaban el estreno del spot. El lanzamiento de la nueva campaña se complementó con una acción en Internet, consistente en la creación de un microsite de Pancho enlazado con las más importantes redes sociales, y que permite al personaje comunicarse con sus fans desde un chat, e invitar a sus amigos virtuales a participar en juegos y concursos con los que conseguir divertidos premios. La creación de este microsite también sirve para que sus vídeos se extiendan por la red y hagan, si cabe, aún más famoso a este perro tan buscado.



La campaña de Pancho también estuvo presente en los medios convencionales: televisión, radio, publicidad exterior, puntos de venta y prensa para anunciar los diferentes Botes de La Primitiva a finales de 2008.

### El Gordo de La Primitiva

Para la promoción de este juego, dirigida fundamentalmente a la comunicación de los Botes que suelen alcanzar cifras muy importantes, LAE se sirvió de manchetras en prensa y de carteles en los puntos de venta, para los que Tactics Europe realizó una nueva creatividad.

### EuroMillones

Durante los primeros meses de 2008 se utilizó la campaña "Empieza a soñar. EuroMillones. Mucho más que millones", emitida en años anteriores.

En marzo de 2008, la agencia Tactics Europe empezó a trabajar en una nueva idea: bajo el concepto "Todo cabe", se comunicaban todas las posibilidades que se abren a las personas que obtienen un premio en este juego. Con EuroMillones se puede obtener un premio más importante que en el resto de los juegos, por ello la comunicación y el tono de la campaña es más aspiracional; no se limita a exponer que EuroMillones puede proporcionar importantes bienes materiales, sino que abunda en la idea de que permite realizar todo lo que se desee en la vida.

En esta campaña, que destaca por su estética, se mezclan imágenes reales de paisajes naturales de gran belleza con otras realizadas en postproducción que les añaden grandiosidad. En el spot televisivo, la locución queda resaltada por un sugerente fondo musical.

Junto con el spot, realizado en distintas versiones, la campaña contó con el apoyo de cuñas de radio, con publicidad en autobuses y circuitos de exterior en mobiliario urbano. La gráfica con la misma creatividad también fue aplicada a los carteles para los puntos de venta.

Como novedad en la política publicitaria de LAE, y al igual que ocurrió con La Primitiva, esta campaña está presente en Internet a través de dos webs: "todocabeeuromillones.com" y "todoscabemos.com". Gracias a ellas, el público puede interactuar colgando vídeos, incluyendo sus perfiles y participando en el sorteo de un viaje alrededor del mundo.

## La Quiniela

LAE utilizó durante la temporada 2008-2009 de La Quiniela la campaña de publicidad producida en 2006 por Tactics Europe, también usada en 2007. Con el título “Gana sin tocar un balón”, siempre en tono de humor, distintos personajes, que nada tienen que ver con el fútbol, explicaban cómo pueden hacerse millonarios con este deporte gracias a La Quiniela. La campaña, con dos ejecuciones diferentes –“Portero” y “Fruteros”– fue difundida en televisión a través de patrocinios en programas deportivos; en radio también en espacios deportivos; así como en gráficas con manchetras de prensa y en los carteles de los puntos de venta.

## Lototurf y Quintuple Plus

Dadas las características de estas apuestas, que cuentan con un público más especializado y por tanto más reducido, las acciones realizadas durante 2008 consistieron esencialmente en la comunicación de los Botes mediante inserciones en las revistas especializadas del mundo del turf.

## LAE, NOTICIA PERMANENTE

Durante 2008 LAE ha realizado un esfuerzo por mantener constantemente informados a los participantes, y a la sociedad en general, sobre la realidad de cada uno de sus juegos y sobre las acciones emprendidas por la Entidad en cada momento. Asimismo, y como parte de su compromiso con los tres principios fundamentales que rigen su actividad –seguridad, transparencia y eficacia– procuró reforzar la comunicación para conservar la confianza de sus apostantes e incrementar el prestigio de la Entidad tanto a nivel nacional como internacional.



## Exposición en Guzmán el Bueno: 'Lotería es ilusión'

Aprovechando la expectación y el interés que genera el Sorteo de Navidad, se utilizaron los pasillos de la Sede de Guzmán el Bueno para montar una exposición con varios paneles que resumían el ejercicio anterior de LAE, destacando la función social, una versión amplia de cada producto y un recorrido histórico por Loterías. Los paneles permanecieron expuestos desde el 21 de diciembre hasta el 6 de enero, fecha en la que tiene lugar cada año el sorteo de “El Niño”.

Recogiendo el espíritu que cada año se vive en el Salón de Sorteos, se escogió el lema “Lotería es ilusión” como hilo conductor de la muestra, ya que son los sueños los que animan a los españoles a participar en los juegos de LAE, y es la ilusión de la Lotería de Navidad la que se vive cada año en familia y con amigos. A lo largo de su historia se ha convertido en algo más que un juego: es un fenómeno social que inaugura oficialmente las fechas navideñas en nuestro país.

Siguiendo el esquema de la Memoria 2007, los 19 paneles estaban divididos en varias áreas: La actividad social (haciendo especial hincapié en el apoyo al deporte), la Red Comercial (realzando su profesionalidad y cercanía), los distintos juegos (destacando el Sorteo de Navidad) y la publicidad, que cada año destaca por su innovación y creatividad. También los visitantes pudieron conocer varios datos y curiosidades históricas de LAE, una organización que en 2012 cumplirá dos siglos de andadura, ya que fue en 1812 cuando se celebró el primer Sorteo de Lotería Nacional.

## Plan de comunicación

LAE ha diseñado durante el 2008 un nuevo Plan acorde con los modos de comunicación más actuales de carácter corporativo, que presenta un cambio en cuanto a la administración de medios, actualización de contenidos y administración de recursos propios o de apoyos externos.

Por tanto, LAE se planteó la renovación del BoletínLAE para convertirlo en una publicación con un diseño más vanguardista, al igual que el proyecto de esta Memoria que presentamos, con un formato diferente que rompe con lo que veníamos realizando hasta ahora. También proyecta la aparición de la Newsletter "Puntual", una publicación que dará información a partir de 2009 sobre temas puntuales relativos a LAE y del Boletín "X Dentro", un nuevo soporte de comunicación exclusivamente interna y de distribución online.



## Boletín LAE

Por tercer año consecutivo, LAE ha continuado editando una revista interna trimestral dirigida a los puntos de venta: "BoletínLAE". A través de sus 24 páginas, esta publicación ha servido de vehículo para mantener a la Red Comercial informada de las últimas novedades y noticias que pueden afectar a su actividad diaria.

Esta revista contó también con una versión digital que permitía leer sus contenidos a través de la web "[www.lae.publicaciones-online.es/BoletínLAE](http://www.lae.publicaciones-online.es/BoletínLAE)".



Presentación del sorteo especial en colaboración con la Asociación de Deportes Olímpicos.



## Los sorteos diarios, en directo y por televisión

Junto con la comunicación propiamente publicitaria, LAE, siguiendo su tradición de cercanía y confianza con el público, recurrió a la televisión para ofrecer la información en directo sobre los resultados de cada juego. Para ello, ofreció también en 2008 la retransmisión por "La 2" de TVE de cada uno de sus sorteos diarios.

Adicionalmente, todos los viernes los telespectadores pueden ver "La Suerte en tus Manos", un espacio de quince minutos de duración en el que, además del sorteo de EuroMillones, retransmitido desde París, y de los resultados del sorteo de BonoLoto, se dedican unos minutos a ofrecer información y pequeños reportajes sobre numerosos temas relacionados con los juegos de LAE. También desde este programa se realizan crónicas sobre las carreras de caballos y todas las novedades del mundo del turf.

Por otro lado, con motivo de la celebración de los Sorteos Viajeros de Lotería Nacional, LAE también difundió un espacio dedicado a cada localidad que acogía el sorteo, así como otro que ofrecía un resumen de la celebración del mismo.

Por último, para atender todas las necesidades comunicativas, se han diseñado otras cuatro publicaciones de carácter corporativo, cuyos contenidos estarán estrechamente vinculados a la actividad de la Entidad.

### Comunicación a medida

Desde LAE se emitieron diariamente comunicados dirigidos a todos los medios de comunicación con información actualizada sobre la celebración de los diferentes sorteos, importe de los premios, Botes y, una vez celebrado cada sorteo, distribución de los premios por localidades y provincias y cuantías de los premios otorgados según el número de aciertos.

Asimismo, se atendieron diariamente las peticiones de información que realizaban los diferentes periodistas encargados de cubrir las noticias relacionadas con los juegos.

En el caso de los Sorteos Viajeros, los responsables de LAE se trasladaron a las localidades donde se celebraron estos sorteos de Lotería Nacional y se convocaron ruedas de prensa dirigidas a los medios nacionales y locales para potenciar el interés del público.

### Vinculación con el deporte

Durante el mes de febrero LAE organizó varios actos relacionados con el deporte. El 18 de este mes ofreció en el Hotel Intercontinental de Madrid el tradicional almuerzo con la prensa, en el que se dieron a conocer los datos de las ventas de La Quiniela durante 2007, año en el que este juego batió un verdadero récord. A este evento acudieron numerosos periodistas del mundo deportivo y personalidades relacionadas con el mismo, entre

las que destacó el Secretario de Estado para el Deporte, Jaime Lissavetzky.

El 21 de febrero, y como parte de sus acciones de apoyo al equipo olímpico español, LAE presentó a los medios, desde la sede del Consejo Superior de Deportes, la celebración de un Sorteo Especial, el 10 de mayo, destinado a promocionar la marca ADO. En este acto también se contó con la presencia de Jaime Lissavetzky; del Presidente del Comité Olímpico Español, Alejandro Blanco y del Director General de Loterías y Apuestas del Estado, Gonzalo Fernández.

### Grandes premios

A lo largo de todo el año 2008, LAE ofreció a la prensa información detallada sobre los premios más suculentos; así, la imagen del "gran talón bancario", que LAE reproduce cada vez que entrega un premio importante de los Juegos Activos, se ha afianzado en los medios durante el pasado año.



LAE recibió en mayo de 2008 la Medalla de Oro de Cruz Roja.



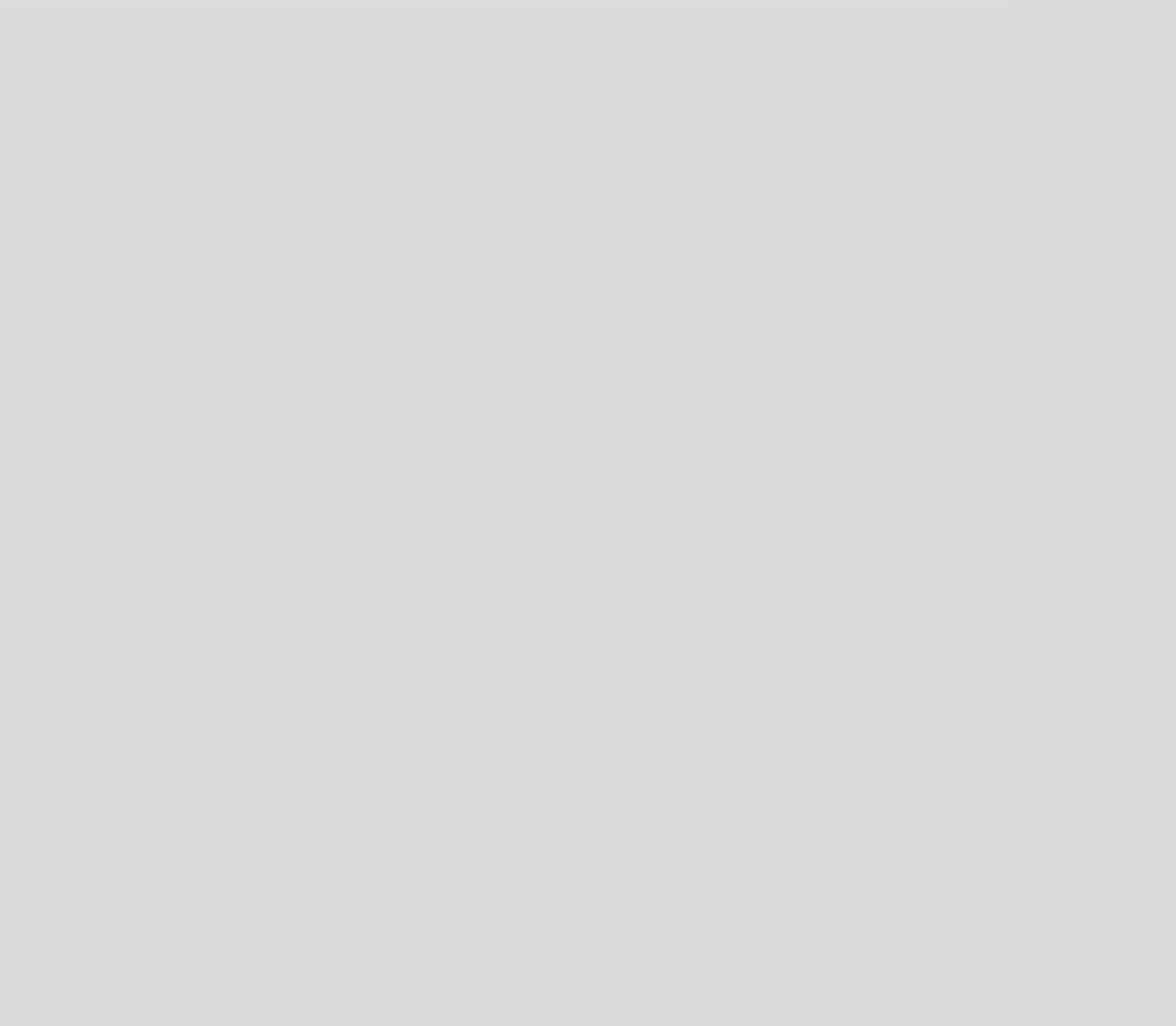
La Placa de la Fundació Orfeó Català-Palau de la Música Catalana, entregada a LAE en junio de 2008.

Los actos de entrega de estos talones, en los que están presentes los titulares de los establecimientos que dieron el premio y los responsables de la entidad bancaria elegida por el afortunado, obtienen siempre una amplia cobertura en los principales medios regionales y nacionales.

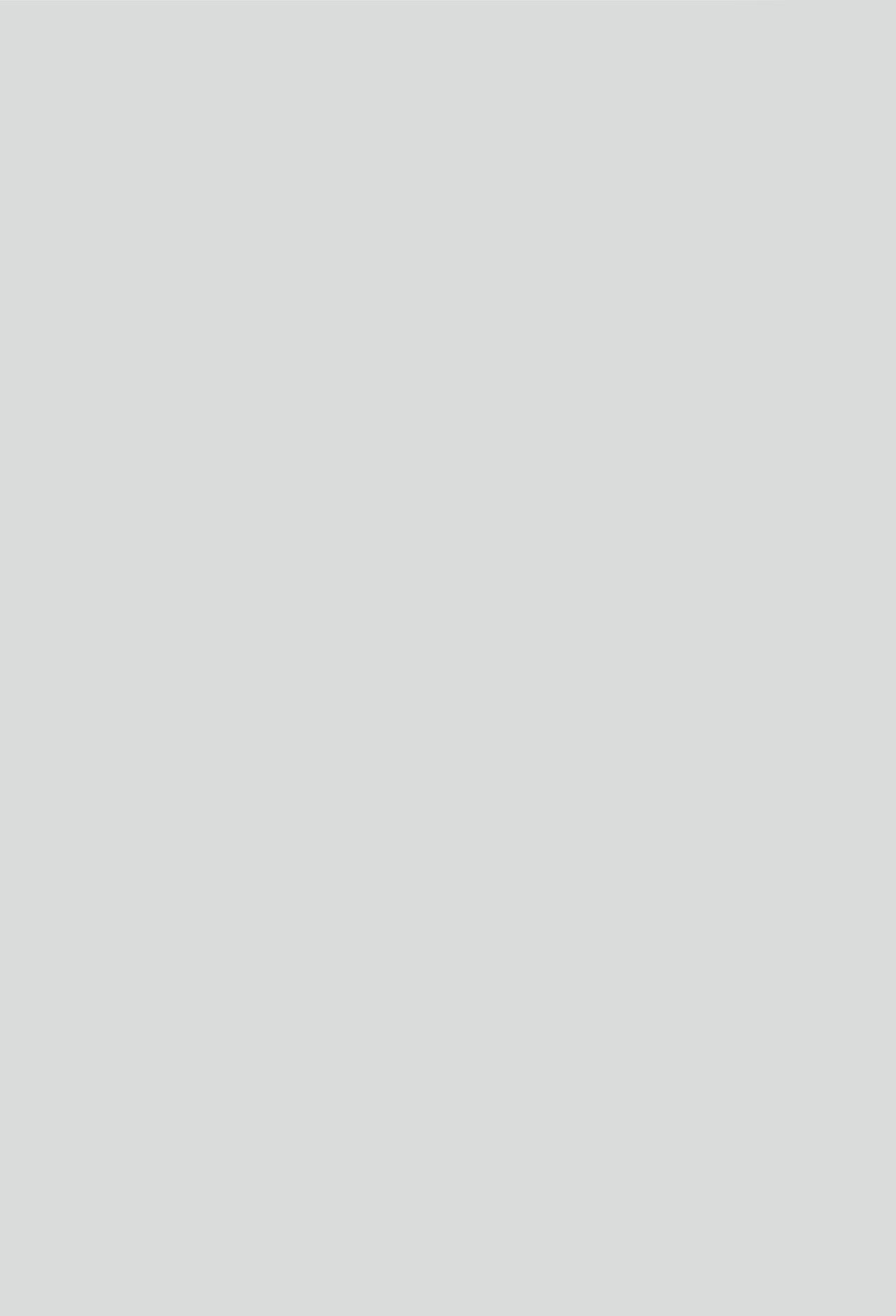
### Homenajes y reconocimientos

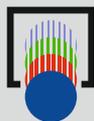
El 8 de mayo de 2008 LAE recibió la Medalla de Oro de Cruz Roja durante un acto que tuvo lugar en Santander, con motivo de la celebración del Día Mundial de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. La Infanta Doña Cristina entregó a Gonzalo Fernández, Director General de LAE, esta condecoración como muestra de agradecimiento al apoyo que Loterías y Apuestas del Estado brinda a esta asociación desde hace décadas.

Por otra parte, el 26 de junio, la Fundació Orfeó Català-Palau de la Música Catalana entregó al Director General de LAE una placa en reconocimiento al apoyo que esta Entidad ofrece a esta institución cultural, de la que es Miembro de Honor.









**Loterías y Apuestas  
del Estado**

