

**Loterías y Apuestas  
del Estado**

# MEMORIA ANUAL 2011

Loterías y Apuestas del Estado



# MEMORIA ANUAL 2011



**Loterías y Apuestas  
del Estado**





**Diseño y producción editorial:**  
Comuniland, S. L.  
C/ Almansa, 94, 28040 Madrid  
Tel.: 91 442 20 49

**Depósito legal:** M-24578-2012

**© Loterías y Apuestas del Estado**  
Se prohíbe la reproducción total o parcial de los  
textos de esta Memoria sin autorización expresa.

# MEMORIA ANUAL 2011

# SUMARIO



**Loterías y Apuestas  
del Estado**

**01.**  
ESTRUCTURA  
ORGANIZATIVA

06 - 09



**02.**  
CONTEXTO  
DE MERCADO

10 - 13

**03.**  
GESTIÓN ECONÓMICA  
Y FINANCIERA

14 - 17

**04.**  
GESTIÓN  
COMERCIAL

18 - 23



**05.**  
CONJUNTO  
DE JUEGOS

24 - 61

**06.**  
RECURSOS  
HUMANOS  
Y TÉCNICOS

62 - 69

**07.**  
SISTEMAS TÉCNICOS  
DE LOTERÍAS

70 - 75

**08.**  
COMUNICACIÓN

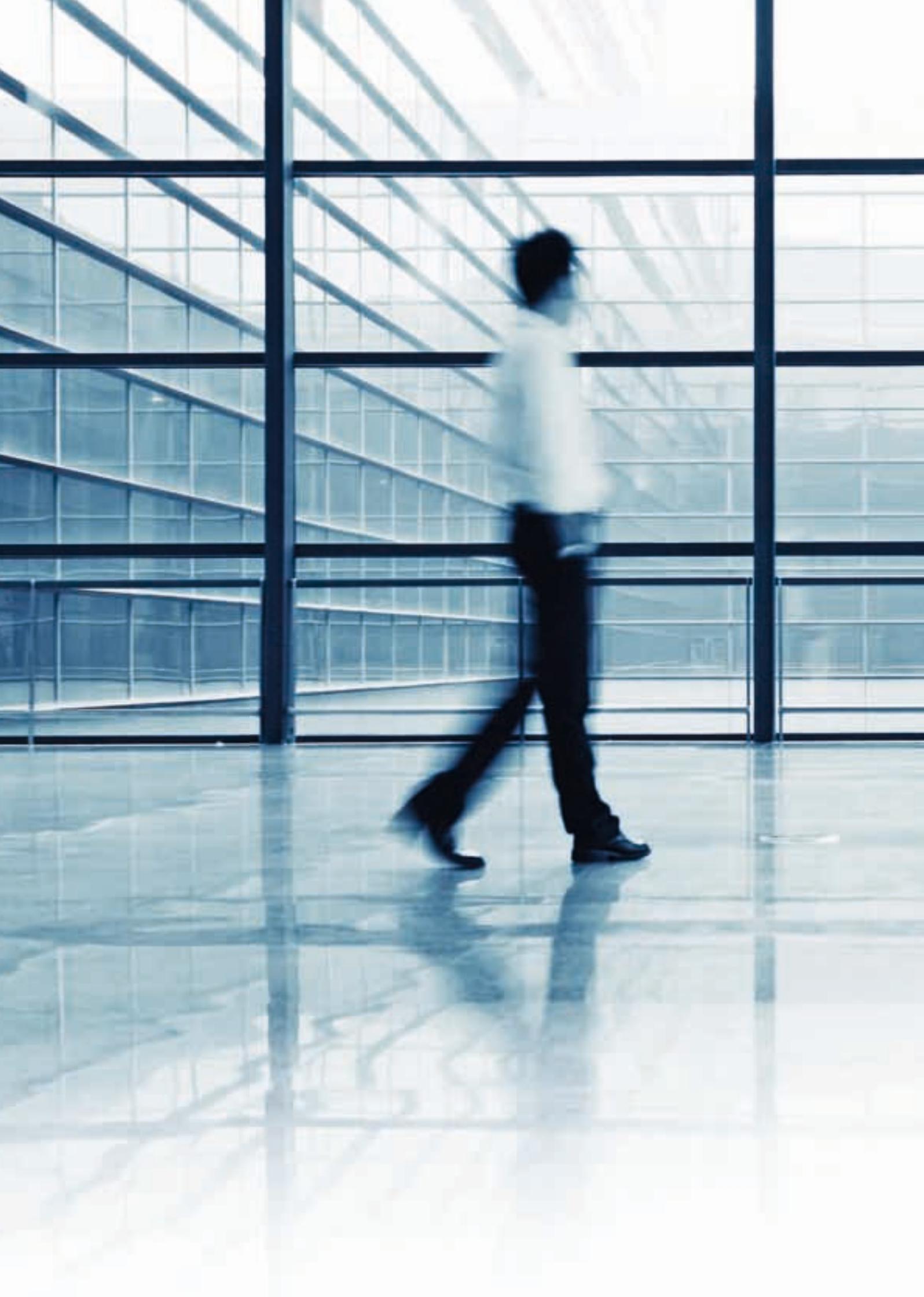
76 - 83

**09.**  
COMPROMISO  
SOCIAL

84 - 89

**10.**  
ESTRATEGIA Y  
PRESENCIA  
INTERNACIONAL

90 - 93



# 01.

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- Nueva Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado
- Estructura directiva

# 01

## Estructura organizativa

En su afán por mejorar los servicios y productos ofrecidos y adaptarse a los nuevos tiempos que corren, Loterías y Apuestas del Estado ha llevado a cabo diversas iniciativas y transformaciones desde el punto de vista normativo de gran trascendencia para la Sociedad.

### ■ Nueva Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado

Con el objetivo de mantener el alto nivel de calidad y confianza por parte de todos los usuarios, Loterías y Apuestas del Estado ha desarrollado una serie de iniciativas institucionales en el período 2011.

En primer lugar, encontramos la Disposición Adicional 40.<sup>a</sup> de la Ley 39/2010, de 22 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 2011, que dispone la reordenación de la actividad de SELAE, en cuanto a actuaciones en el campo fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.

Esta Disposición Adicional determina la extinción de la Entidad Pública Empresarial Loterías y Apuestas del Estado, y la constitución de la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado. Asume, así, la Sociedad Estatal la rama de actividad relacionada con los juegos de ámbito estatal, incluyendo todos los activos y pasivos, bienes y derechos, así como los títulos habilitantes que hasta la fecha eran titularidad de la Entidad.

Asimismo, establece distintas previsiones sobre su personal, el ejercicio de competencias administrativas residuales y la regulación transitoria de determinadas asignaciones financieras y de la distribución de los ingresos de las apuestas deportivas.

En segundo lugar, la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego y toda su normativa de desarrollo, regula la actividad de juego de ámbito estatal, en sus distintas modalidades, con el fin de garantizar el orden público, luchar contra el fraude, prevenir las conductas adictivas,

proteger los derechos de los menores y salvaguardar los derechos de los participantes en los juegos.

En particular, el Real Decreto 1614/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, citada en el párrafo anterior, regula y pone en marcha el proceso de adjudicación de licencias, autorizaciones y registros del juego en el que esta Sociedad participa como solicitante.

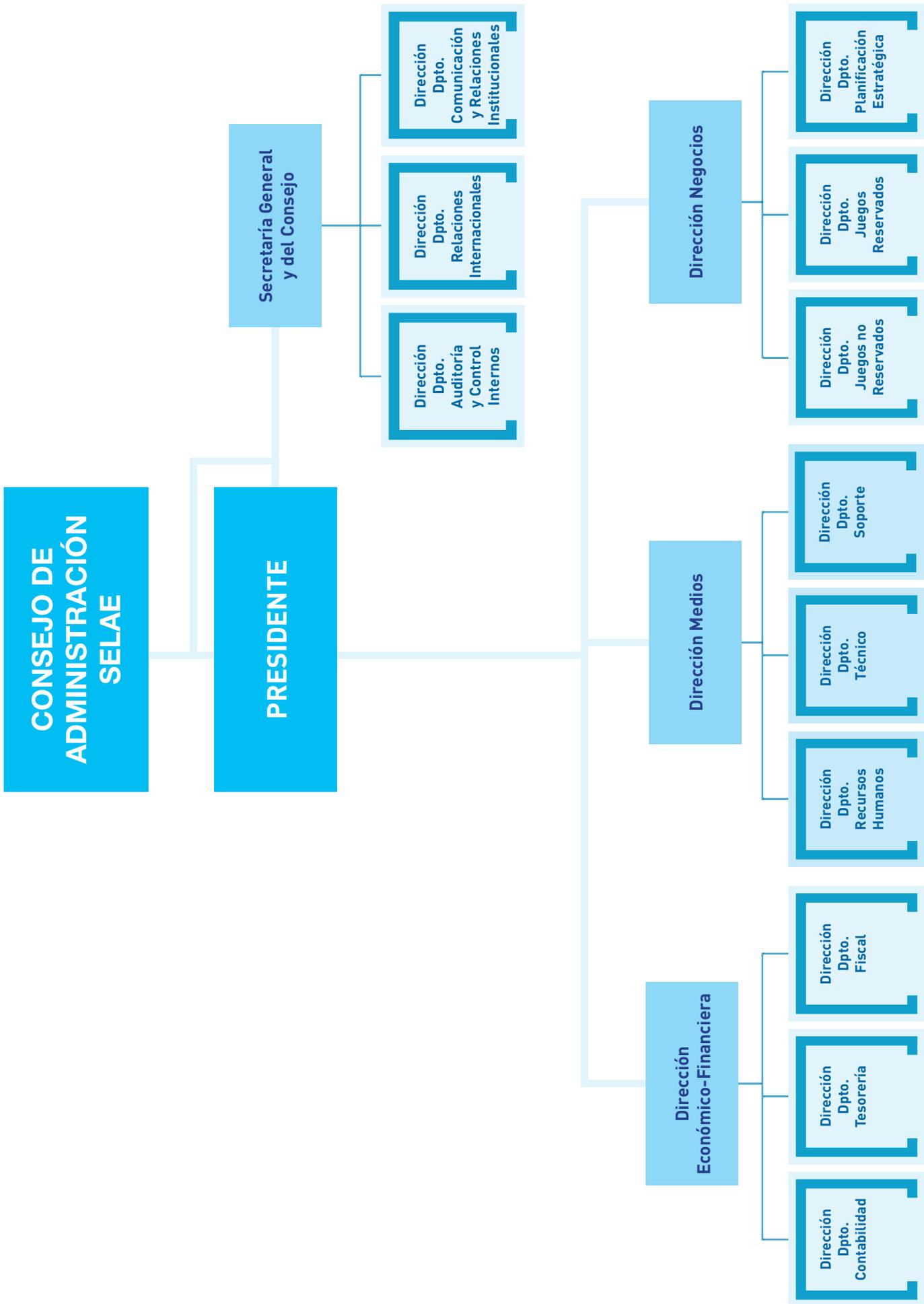
### ■ Estructura directiva

La estructura directiva de Loterías y Apuestas del Estado, en diciembre de 2011, quedó configurada tal y como se muestra en la página siguiente.

Debido a la continua evolución de Loterías y Apuestas del Estado, esta estructura ha sido modificada a lo largo del ejercicio 2012.



Sede de Loterías y Apuestas del Estado en Capitán Haya.







# 02.

## CONTEXTO DE MERCADO

- Análisis de mercado
- Nueva regulación
- Juego online

A lo largo de 2011 los españoles jugaron por valor de 26.585 millones de euros, correspondiendo un 37% a la Sociedad Loterías y Apuestas del Estado.

#### ■ Análisis de mercado

La Memoria Anual de 2011 sobre el contexto del mercado del juego, elaborada este año, y por primera vez, por la Dirección General de Ordenación del Juego, ofrece un análisis muy completo del sector, tanto de los juegos de carácter privado, como de los gestionados por la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) y los de índole estatal. La suma de los juegos anteriormente mencionados ha supuesto un ingreso neto de juego –es decir, las cantidades jugadas menos el importe de los premios concedidos– de 9.244 millones de euros, un 1,4% inferior respecto al año anterior.

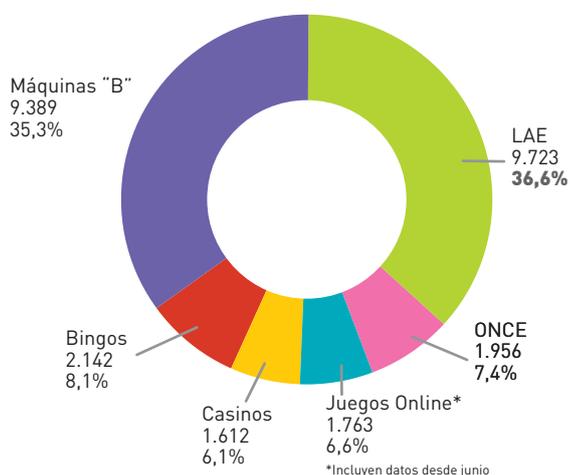
La tendencia global ligeramente descendente se ha visto reflejada en la mayoría de los juegos presenciales como bingos, máquinas B y casinos, que han caído un 25%, un 13% y un 11%, respectivamente, tal y como venía sucediendo desde 2008. Sin embargo, la ONCE ha tenido un

comportamiento mucho más favorable, presentando un incremento del 11,3%, al igual que los juegos de SELAE, que han aumentado sus ingresos un 3,9%.

Loterías y Apuestas del Estado ha conseguido aumentar cerca de dos puntos su cuota en el sector del juego en España, pasando del 35% en 2010 al 36,6% en este ejercicio. En total, el cómputo de las ventas de los juegos de SELAE ascendió a 9.722.584.319 euros, un 1,4% superior al registro del año anterior. Además, el ingreso neto por juego se ha visto incrementado en un 3,9%, hasta los 3.822 millones de euros, siendo EuroMillones el juego que más ha contribuido al aumento de los ingresos, incrementando sus ventas en 422 millones de euros.

La ONCE también registró un importante ascenso en sus ventas, concretamente del 5%, alcanzando 1.956 millones de euros en 2011. Asimismo, incrementó el ingreso neto por juego en un 11,3%, hasta los 1.051 millones de euros, en gran parte gracias a los Sorteos extraordinarios, que aumentaron sus ventas en 54 millones de euros.

#### Mercado de Juego en España en 2011 por operador: % sobre cantidades jugadas (mill. de euros)



Por su parte, el sector privado ha sufrido descensos muy significativos. La caída más importante la registraron los bingos, cuyos ingresos netos y las cantidades jugadas se vieron reducidas un 25,2% y un 20,3%, respectivamente. No obstante, este descenso de los ingresos por juego de los bingos continúa una senda iniciada hace más de 8 años, ya que desde 2003 sus ingresos han venido disminuyendo a tasas superiores al 6% anual. Este descenso tendencial durante la última década, se ha traducido en una disminución de las salas de bingo durante los últimos 15 años: mientras en 1997 había 539 salas, a 31 de diciembre de 2011 solo quedaban 388.

Los casinos también confirmaron su tendencia negativa de los últimos cuatro años, con unas ventas de 1.612 millones de euros en 2011, un 13,2% inferior con respecto al ejercicio anterior. A su vez, los ingresos netos de juego por casino alcanzaron los 5,1 millones de euros frente a los 5,8 millones de 2010 y los 6,3 millones de 2009. Esta reducción de la rentabilidad e ingresos por casino, explica la disminución de su número desde 2008.

Por último, el parque total de máquinas "B" disminuyó en 2011 un 2,5%, de manera que tras el nivel máximo de expansión alcanzado en 2008, parece haber comenzado una senda de descenso que continúa hasta hoy. Las cantidades jugadas de las máquinas "B" también se vieron reducidas en un 15,1%, hasta los 11.340 millones de euros, mientras que los ingresos netos por juego se incrementaron ligeramente un 1,1%.

El descenso generalizado de los juegos presenciales de gestión privada se explica tanto por la caída de la renta disponible y el consumo de los hogares, por el impacto de la crisis económica, como por la irrupción del juego online, que es competidor directo de este tipo de juegos.

**■ Nueva regulación**

2011 es una fecha crucial para el juego en España, ya que es el año de la aprobación de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, cuyo objetivo primordial es la creación de un marco jurídico adecuado para el desarrollo del sector del juego de ámbito estatal. El ámbito estatal del juego online fue el detonante de la nueva regulación estatal, ya que

por su forma de comercialización y desarrollo era imposible acotar el ámbito territorial de las Comunidades Autónomas y, en consecuencia, resultaba difícil de abarcar desde las competencias de las mismas. En definitiva, el auge del juego online transfronterizo y la evidente necesidad de mirar más allá del juego presencial y del juego público, hizo necesaria la aprobación de la Ley 13/2011.

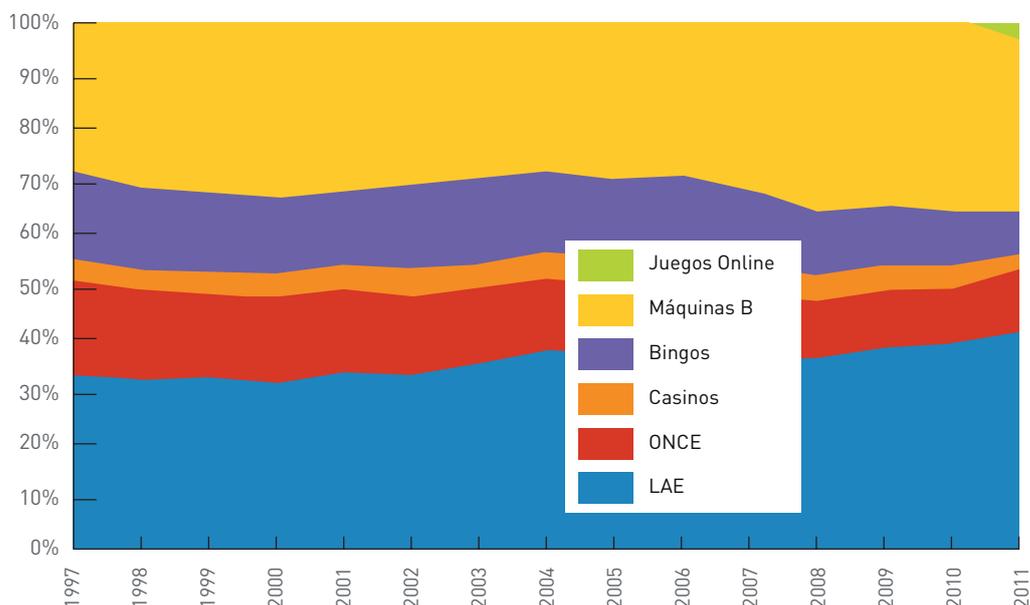
Gracias a la nueva regulación, se ofrece más seguridad jurídica a operadores y participantes, se evita e impide la participación de menores y de aquellas personas a las que se les haya limitado el acceso al juego, se protege el interés público, y se previenen actividades de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo.

**■ Juego online**

La regulación del juego online se inició, como se ha mencionado anteriormente, a finales del segundo trimestre de 2011, y solo para aquellos operadores que solicitaron la licencia, que fueron la mayoría. La cifra total de cantidades jugadas desde el 27 de mayo de 2011 fue de 1.763.113.078 euros. Las cifras para el año completo habrían sido lógicamente superiores, llegando muy posiblemente a los 3.000 millones de euros.

En términos de ingresos netos, de nuevo para los últimos siete meses del año, el juego online alcanzó alrededor de los 300 millones de euros, lo que hace indicar un resultado anual muy notable de cara a 2012, de aproximadamente 600 millones de euros.

**Evolución de la cuota de mercado de operadores en términos de ingreso neto (%)**



\* La información ha sido recogida de la Memoria Anual 2011 de la Dirección General de Ordenación del Juego.





# 03.

## GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

- De entidad empresarial a sociedad estatal
- Ventas de juegos
- Subida del margen directo
- Beneficio en aumento
- Resultado tras el Impuesto de Sociedades
- Aportaciones al Tesoro
- *Cash-Flow de Explotación*

## 03

# Gestión Económica y Financiera

Un año más, Loterías y Apuestas del Estado se encuentra ante cifras realmente positivas, impulsadas en parte por la introducción del segundo sorteo de EuroMillones y el cambio en su estructura de gastos. Así, el año 2011 trajo a SELAE buenos resultados, con un incremento de un 10,7% y unos ingresos totales de 2.870.569.134 euros.

## ■ De entidad empresarial a sociedad estatal

El 16 de marzo de 2011, Loterías y Apuestas del Estado experimentó una transformación importante al pasar de ser una entidad empresarial a una sociedad estatal. Esto supuso un gran reto para el área económico-financiera, al tener que gestionar dos cierres contables en un solo período.

También se produjeron cambios importantes en la cuenta de resultados de la Sociedad, como consecuencia, por un lado, de esta transformación y, por otro, de la entrada en vigor de la Ley del Juego, el 29 de mayo de 2011. Estos cambios son:

- Desde su constitución como Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado está sujeta al Impuesto sobre

Sociedades por los beneficios derivados de todos sus ingresos y gastos.

- Con la entrada en vigor de la Ley del Juego, la Sociedad está sujeta, además, al Impuesto de Actividades sobre el Juego y a la Tasa por la Gestión Administrativa del Juego. La primera representa un porcentaje sobre las ventas de las apuestas deportivas, mientras que la segunda está determinada como un 1 por mil sobre las ventas totales.
- La Administración General del Estado asume las asignaciones financieras a favor de la Organización Nacional de Ciegos (ONCE).

Las principales magnitudes financieras del año 2011 fueron las siguientes:

## INDICADORES FINANCIEROS. 2011

Datos en euros	AÑO 2011	AÑO 2010	VARIACIONES
Ventas	9.722.584.319	9.592.246.416	1,4%
Margen Directo (ventas menos premios)	3.822.440.782	3.677.748.546	3,9%
<b>% Margen Directo</b>	<b>39,3%</b>	<b>38,3%</b>	<b>2,5%</b>
Margen de Distribución y Ventas	2.960.363.211	2.840.763.173	4,2%
EBITDA	2.832.518.726	2.678.404.366	5,8%
<b>Ebitda / Ventas</b>	<b>29,1%</b>	<b>27,9%</b>	<b>4,3%</b>
EBIT	2.853.588.608	2.578.120.282	10,7%
<b>Ebit/ Ventas</b>	<b>29,4%</b>	<b>26,9%</b>	<b>9,2%</b>
Resultado neto antes de impuestos	2.870.569.134	2.578.120.282	11,3%
Impuesto de Sociedades	(720.695.743)	0	-
Resultado neto después de impuestos	2.149.873.392	2.578.120.282	-16,6%
Caja al final del periodo	905.300.875	1.038.261.083	-12,8%
<b>Caja media del periodo</b>	<b>971.780.979</b>	<b>1.617.069.413</b>	<b>-39,9%</b>
Aportaciones al Tesoro	<b>3.112.590.000</b>	<b>2.938.551.182</b>	<b>5,9%</b>

### ■ Ventas de juegos

El año 2011 se cerró con buenos resultados. La venta de Lotería Nacional representó el 54,2% del total de los diferentes sorteos de Loterías y Apuestas del Estado. Por su parte, las ventas de los Juegos Activos aumentaron, en total, un 4,4%, hecho derivado fundamentalmente del incremento de las ventas de EuroMillones y por la introducción de un segundo sorteo semanal, que compensó la ligera caída en el resto de los Juegos Activos, sobre todo en las Apuestas Deportivas.

### ■ Subida del margen directo

En línea con el ejercicio anterior, en 2011 la Sociedad entregó en premios 5.900 millones de euros, de los cuales el 59,7% correspondían a la Lotería Nacional. El margen directo (definido como ventas menos premios) fue de un 39,3%, un 2,5% superior al del ejercicio anterior.

### ■ Beneficio en aumento

Asimismo, el beneficio antes de impuestos, intereses y amortizaciones (EBITDA) aumentó un 5,8% con respecto al ejercicio anterior, alcanzando la cifra de 2.832.518.726 euros. El ligero aumento de los costes directos y los gastos derivados de la Tasa e Impuesto del Juego fueron compensados por la disminución en los costes indirectos. Esto, unido al incremento de las ventas, determinó una considerable mejora en el resultado.

### ■ Resultado tras el Impuesto de Sociedades

Aunque la extinta Entidad Pública Empresarial Loterías y Apuestas del Estado no ingresaba cantidad alguna en concepto de Impuesto de Sociedades, la nueva Sociedad Estatal (SELAE) sí ha ingresado 720.695.743 euros por este impuesto. Por este motivo, el resultado neto de 2011 (2.149.873.392 euros) fue un 17% inferior al de 2010.

### ■ Aportaciones al Tesoro

Las aportaciones realizadas durante el año 2011 (incluido el reparto de dividendos y la devolución de la prima de emisión) fueron de 3.112.590.000 euros, un 5,9% superiores a las realizadas en el ejercicio anterior. Aunque el resultado neto después de impuestos fue inferior al de 2010, se mantuvo el nivel de las aportaciones gracias a la devolución de la prima de emisión realizada en el ejercicio 2011 por importe de 1.200 millones de euros.

### ■ Cash-Flow de Explotación

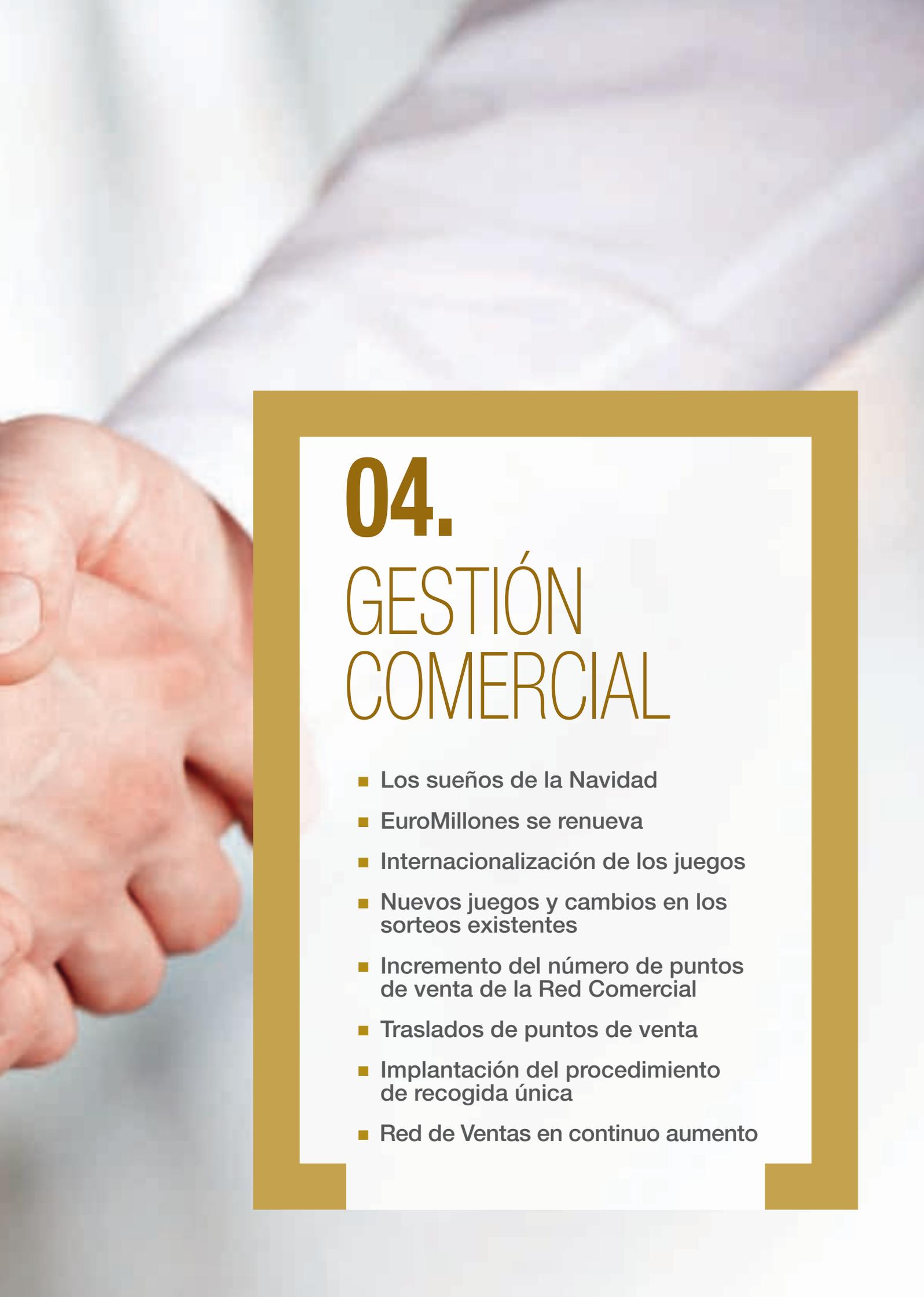
La capacidad de conversión de beneficio en *cash* sigue siendo muy alta. No obstante, durante el ejercicio 2011 se produjo un ligero descenso de los saldos medios de caja, debido al ya mencionado reparto de la prima de emisión y al cumplimiento de las nuevas obligaciones impositivas a las que está sometida la Sociedad.

## CUENTA DE RESULTADOS. 2011

Datos en euros	ACUMULADO 31-dic-11		ACUMULADO 31-dic-10		Variaciones	
	0 €	% s/vtas	0 €	% s/vtas	0 €	%
Ventas de sorteos	9.722.584.319		9.592.246.416		130.337,9	1,4%
Premios sorteos devengados	(5.900.143.537)	-60,7%	(5.914.497.870)	-61,7%	14.354,3	-0,2%
<b>Margen Directo</b>	<b>3.822.440.782</b>	<b>39,3%</b>	<b>3.677.748.546</b>	<b>38,3%</b>	<b>144.692,2</b>	<b>3,9%</b>
Otros ingresos de explotación	61.596.307	0,6%	61.615.794	0,6%	(19,5)	0,0%
Costes directos de ventas/ distribución y publicidad	(923.673.878)	-9,5%	(898.601.167)	-9,4%	(25.072,7)	2,8%
Compras/premios	(14.439.984)	-0,1%	(13.930.336)	-0,1%	(509,6)	3,7%
Comisiones	(760.805.871)	-7,8%	(732.740.803)	-7,6%	(28.065,1)	3,8%
Transportes	(2.935.156)	0,0%	(4.899.261)	-0,1%	1.964,1	-40,1%
Publicidad, promoción y rrrp	(53.764.829)	-0,6%	(34.905.348)	-0,4%	(18.859,5)	54,0%
Otros costes directos	(91.728.037)	-0,9%	(112.125.418)	-1,2%	20.397,4	-18,2%
<b>Margen de distribución y ventas</b>	<b>2.960.363.211</b>	<b>30,4%</b>	<b>2.840.763.173</b>	<b>29,6%</b>	<b>119.600,0</b>	<b>4,2%</b>
Servicios exteriores	(30.885.542)	-0,3%	(31.941.013)	-0,3%	1.055,5	-3,3%
Otros gastos de explotación	(36.070.365)	-0,4%	(111.885.665)	-1,2%	75.815,3	-67,8%
Tributos	(44.285.991)	-0,5%	(166.292)	0,0%	(44.119,7)	N/A
Gastos de personal	(16.602.588)	-0,2%	(18.365.838)	-0,2%	1.763,2	-9,6%
<b>EBITDA</b>	<b>2.832.518.726</b>	<b>29,1%</b>	<b>2.678.404.366</b>	<b>27,9%</b>	<b>154.114,4</b>	<b>5,8%</b>
Dotación para amortizaciones y provisiones	21.069.883	0,2%	(100.284.084)	-1,0%	121.354,0	-121,0%
<b>EBIT</b>	<b>2.853.588.608</b>	<b>29,4%</b>	<b>2.578.120.282</b>	<b>26,9%</b>	<b>275.468,3</b>	<b>10,7%</b>
Resultados financieros	16.980.526	0,2%	15.672.472	0,2%	1.308,1	8,3%
<b>Resultado antes de Impuestos</b>	<b>2.870.569.134</b>	<b>29,5%</b>	<b>2.593.792.754</b>	<b>27,0%</b>	<b>276.776,4</b>	<b>10,7%</b>
Impuesto sobre beneficios	(720.695.743)		-		(720.695,7)	N/A
<b>Resultado del periodo</b>	<b>2.149.873.392</b>	<b>22,1%</b>	<b>2.593.792.754</b>	<b>27,0%</b>	<b>(443.919,4)</b>	<b>-17,1%</b>

N/A: No Aplicable





# 04.

## GESTIÓN COMERCIAL

- Los sueños de la Navidad
- EuroMillones se renueva
- Internacionalización de los juegos
- Nuevos juegos y cambios en los sorteos existentes
- Incremento del número de puntos de venta de la Red Comercial
- Traslados de puntos de venta
- Implantación del procedimiento de recogida única
- Red de Ventas en continuo aumento

# 04

## Gestión Comercial

Un año más, Loterías y Apuestas del Estado ha encaminado todos sus esfuerzos en ofrecer a su público y a la sociedad en general la mejor calidad y fiabilidad en sus servicios y productos. Así, en el año 2011, SELAE ha realizado múltiples acciones dirigidas a mejorar la gestión general de los juegos, que sin duda han tenido una gran acogida y aceptación por parte de todos los participantes.

### ■ Los sueños de la Navidad

La Lotería de Navidad es, sin lugar a dudas, el referente de los juegos de Loterías y Apuestas del Estado, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. No hay quien se quede sin su décimo en estas fechas tan señaladas, en las que los sueños invaden cada Administración de Loterías. Y con la mirada puesta en esos sueños, SELAE ha impulsado algunos cambios en este sorteo.

Por primera vez en la historia, se han aumentado los números hasta 100.000, respondiendo así a la demanda de aquellos participantes fieles a la Lotería que deseaban poder disponer de los mismos números a los que juegan el resto del año, también en



“Por primera vez en la historia, se han aumentado los números de la Lotería de Navidad hasta 100.000, respondiendo a la demanda de los participantes fieles que deseaban jugar a un número determinado”

Navidad. Esto ha conllevado algunos cambios en el programa de premios, como el incremento del primer premio hasta 4.000.000 euros por serie.

#### ■ EuroMillones se renueva

EuroMillones es, sin duda, uno de los juegos que mayor aceptación ha tenido desde su lanzamiento, habiendo alcanzado en el último período gran madurez.

No obstante, las organizaciones de loterías participantes, junto con Loterías y Apuestas del Estado, estudiaron la forma de reactivar este juego y es por ello que, a partir del 10 de mayo de 2011, se produjeron algunos cambios en el mismo:

- Sorteos los martes y los viernes, con dos tipos de boletos: uno para jugar a un solo sorteo y otro para jugar martes y viernes.
- Aumento del número de estrellas de 9 a 11 y posibilidad de jugar también múltiples, pudiendo seleccionar hasta 5 estrellas.
- Introducción de una 13.<sup>a</sup> categoría para los acertantes de dos números.
- Se invierte el orden de las categorías 8.<sup>a</sup> y 9.<sup>a</sup>. La 8.<sup>a</sup> categoría anterior (3 números + 1 estrella) pasa a ser la 9.<sup>a</sup>, y la 9.<sup>a</sup> (2 números + 2 estrellas) pasa a ser la 8.<sup>a</sup>.
- Posibilidad de seleccionar hasta 5 estrellas y hasta 10 números, hasta un máximo de 2.520 apuestas, de acuerdo con las tablas que se incluyen en las normas y en los reversos de los boletos.
- Incremento del porcentaje asignado al Fondo de Reserva.

Como consecuencia de estos cambios, muy bien acogidos por todos los participantes, se produjo un importante incremento en las ventas, ya que se generaron mayores botes.

#### ■ Internacionalización de los juegos

El Gordo de la Primitiva es uno de los juegos de referencia de SELAE, tanto es así que su fama se expande también fuera de las fronteras españolas. Por eso, dentro de la política de expansión internacional de Loterías y Apuestas del Estado, a lo largo del año 2011, se han establecido contactos y conversaciones con distintos operadores de lotería de otros países, encaminados a comercializar de forma conjunta este sorteo.

Es de esperar que todos estos trabajos se vean plasmados en diferentes acuerdos comerciales a lo largo de 2012. Sin duda, se trata de la mejor fórmula para ampliar el mercado potencial, conseguir mayores ventas, potenciar aun más este juego y, lo más importante, poder ofrecer a todos los participantes mayores botes.

#### ■ Nuevos juegos y cambios en los sorteos existentes

En su afán continuo de mejora e innovación, Loterías y Apuestas del Estado desarrolló un nuevo juego asociado a La Primitiva: El Joker.

Además, creó una nueva categoría especial de premios en La Primitiva para los acertantes de seis números más el reintegro, que hará mucho más atractivo el juego, ya que se producirán más y mayores botes, que es uno de los principales atractivos de los juegos de tipo loto, tal y como se ha demostrado con EuroMillones.

Previsiblemente, será a lo largo de 2012 cuando se implanten todos estos cambios.



### ■ Incremento del número de puntos de venta de la Red Comercial

La proliferación de nuevos espacios comerciales en España ha llevado a Loterías y Apuestas del Estado a mejorar su Red de Ventas, con el fin de cubrir todos estos nuevos espacios, que ofrecen interesantes oportunidades comerciales.

Así, se ha mejorado notablemente la cobertura de la Red Comercial de Loterías, llegando a nuevas áreas de población, con 77 nuevos puntos de venta.

### ■ Traslados de puntos de venta

Bajo esta premisa de aprovechamiento de los nuevos espacios comerciales y todas las posibilidades de venta que ofrecen, Loterías ha autorizado 224 nuevos traslados de sus puntos de venta, consiguiendo con ello una importante reestructuración de su red y un mayor aprovechamiento de las zonas con más interés comercial.

### ■ Implantación del procedimiento de recogida única

La optimización de recursos y la simplificación en la gestión fueron dos de los objetivos primordiales que se marcó Loterías y Apuestas del Estado en el año 2011. Con este fin, se consolidó con gran éxito el sistema de una única recogida semanal en los puntos de venta y se eliminaron la confección de listas de premios y otra documentación, que han pasado a remitirse a los puntos de venta a través del portal eSTILA.

La rapidez y la eficacia son dos de las más importantes consecuencias de esta nueva iniciativa, que permite recibir en los puntos de venta toda la documentación de forma inmediata.

“La Red Comercial de Loterías y Apuestas del Estado se ha ampliado en setenta y siete puntos de venta, alcanzando un total de 10.516”



# Red de Ventas

en continuo aumento



La Red Comercial de Loterías y Apuestas del Estado es fundamental para el desarrollo de la actividad a través de sus 55 Delegaciones Comerciales.

Por ello, se ha ampliado en setenta y siete puntos de venta, alcanzando un total de 10.516.

En lo que respecta al equipo, a 31 de diciembre de 2011, Loterías contaba con 4.133 titulares de administraciones de loterías (Red Básica), 143 más que en 2010; y con 6.383 titulares de despachos receptores (Red Complementaria), en este caso 66 menos que en 2010.

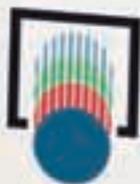
Además, el año 2011 ha supuesto la consolidación del Canal LAE como soporte de información y comunicación, alcanzando una audiencia de dos millones de personas diarias, según datos de la tercera oleada (octubre/noviembre) del Estudio General de Medios (EGM). Asimismo, a lo largo del año se siguió ampliando la instalación del Canal LAE, disponible a través de las 8.500 pantallas situadas en los diferentes puntos de venta de nuestra Red Comercial.

Una de las características más significativas ha sido la introducción de comunicación vía satélite en más de 1.000 puntos de venta.

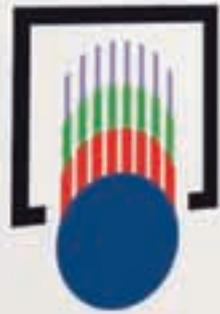
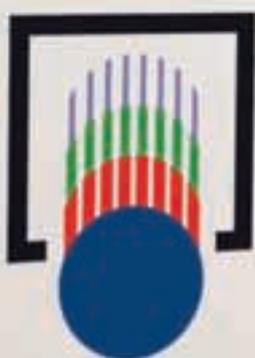
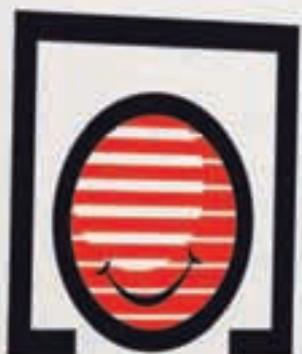


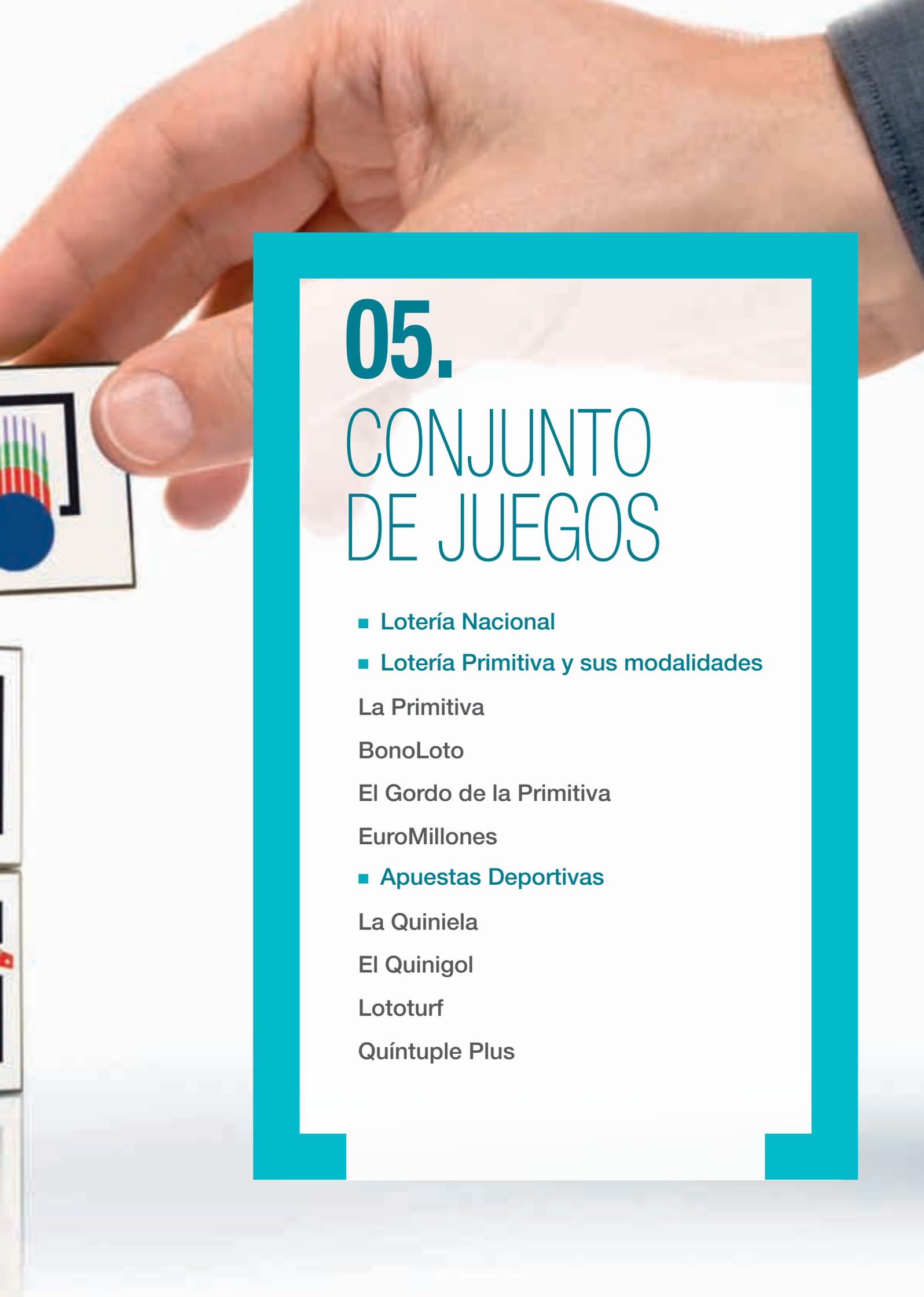
Loterías

y



Apuestas del Estado





# 05.

## CONJUNTO DE JUEGOS

- **Lotería Nacional**
- **Lotería Primitiva y sus modalidades**

La Primitiva

BonoLoto

El Gordo de la Primitiva

EuroMillones

- **Apuestas Deportivas**

La Quiniela

El Quinigol

Lototurf

Quíntuple Plus



05

## Conjunto de juegos

Los nueve juegos de Loterías y Apuestas del Estado han conseguido que las ventas totales se incrementaran un 1,36%, alcanzando un resultado final de 9.722.584.319 euros.

A pesar de la situación económica actual, SELAE ha logrado superar las ventas de 2010. El gran protagonista de 2011 fue EuroMillones que, impulsado con algunos cambios estratégicos, logró un incremento de un 40,30%, lo que supuso un total de 1.469.734.318 euros.

La Lotería Nacional, el juego más tradicional, obtuvo más de la mitad de las ventas anuales, en concreto un 54,18% o, lo que es lo mismo: 5.267.779.950 euros. El Sorteo Extraordinario de Navidad y de "El Niño" volvieron a ser los principales promotores de este juego, consiguiendo el 64,41% de la venta de la Lotería Nacional.

Además, hubo un incremento muy significativo en casi todas las provincias, sobre todo en Las Palmas y en Cádiz, con un 6,13% y un 5,01% respectivamente, siendo Madrid y Barcelona las ciudades líderes en ventas: 1.485.493.895,50 y 1.028.167.714 euros, respectivamente.

“El gran protagonista de 2011 fue EuroMillones que logró un incremento de un 40,30%”



## CONJUNTO DE JUEGOS. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>9.592.246.415,50</b>	<b>9.722.584.319,00</b>	<b>206,77</b>	<b>1,36</b>
ÁLAVA	62.015.361,00	62.739.830,50	197,70	1,17
ALBACETE	88.885.052,00	88.065.537,50	219,24	-0,92
ALICANTE	445.801.233,50	446.997.731,00	232,05	0,27
ALMERÍA	129.031.305,50	128.289.992,50	184,44	-0,57
ASTURIAS	277.653.005,00	280.323.031,50	258,52	0,96
ÁVILA	43.341.061,50	43.300.897,00	251,90	-0,09
BADAJOS	102.886.176,50	104.107.467,00	150,41	1,19
BARCELONA	1.015.356.826,50	1.028.167.714,00	186,56	1,26
BURGOS	122.138.448,00	124.711.614,50	332,72	2,11
CÁCERES	86.472.454,50	88.091.744,00	212,23	1,87
CÁDIZ	186.904.893,00	196.274.092,50	158,70	5,01
CANTABRIA	124.495.054,50	126.496.638,50	213,59	1,61
CASTELLÓN	124.720.637,00	123.536.413,00	204,44	-0,95
CIUDAD REAL	119.800.619,00	121.870.378,50	230,18	1,73
CÓRDOBA	130.147.012,50	131.595.711,00	163,45	1,11
CORUÑA, A	241.436.605,00	239.651.635,50	209,04	-0,74
CUENCA	52.342.408,00	52.351.974,50	240,46	0,02
GIRONA	119.956.557,50	122.569.011,00	162,76	2,18
GRANADA	161.471.573,00	167.131.859,50	182,05	3,51
GUADALAJARA	40.095.353,00	40.986.006,50	162,93	2,22
GUIPÚZCOA	152.542.359,50	154.047.832,00	217,81	0,99
HUELVA	66.563.561,50	69.202.433,50	133,57	3,96
HUESCA	54.837.657,00	54.703.937,50	239,34	-0,24
ILLES BALEARS	187.472.096,50	188.685.988,50	170,59	0,65
JAÉN	118.841.305,00	120.517.347,50	179,67	1,41
LEÓN	128.535.161,50	129.893.838,50	260,16	1,06
LUGO	69.136.674,50	68.933.660,00	195,00	-0,29
LLEIDA	154.590.775,00	151.696.255,00	344,95	-1,87
MADRID	1.476.501.994,00	1.485.493.895,50	230,00	0,61
MÁLAGA	273.020.244,00	284.303.091,50	176,63	4,13
MURCIA	308.017.791,00	311.759.811,00	213,25	1,21
NAVARRA	110.722.471,00	110.767.177,50	173,91	0,04
OURENSE	62.000.732,50	62.170.536,00	185,46	0,27
PALENCIA	51.900.033,50	52.995.648,00	307,20	2,11
PALMAS, LAS	189.852.413,50	201.492.406,00	184,75	6,13
PONTEVEDRA	185.353.198,50	185.648.779,00	192,89	0,16
RIOJA, LA	76.259.946,00	75.573.231,50	234,40	-0,90
SALAMANCA	76.944.315,50	78.524.147,00	222,06	2,05
STA. CRUZ TFE.	188.728.668,00	193.842.505,00	188,58	2,71
SEGOVIA	58.245.182,00	58.727.331,00	357,51	0,83
SEVILLA	257.931.639,50	267.774.268,50	139,68	3,82
SORIA	43.791.572,50	43.758.224,00	459,37	-0,08
TARRAGONA	128.028.020,00	127.310.063,50	157,48	-0,56
TERUEL	26.759.055,50	27.144.615,50	186,85	1,44
TOLEDO	129.531.453,50	128.917.422,50	184,71	-0,47
VALENCIA	612.628.799,50	613.240.331,00	237,58	0,10
VALLADOLID	116.590.787,50	118.833.147,50	222,68	1,92
VIZCAYA	302.387.967,50	304.272.395,00	263,73	0,62
ZAMORA	48.658.872,00	49.396.938,50	254,34	1,52
ZARAGOZA	194.524.669,00	198.972.219,00	204,44	2,29
CEUTA	11.105.312,00	11.455.588,00	142,17	3,15
MELILLA	9.533.045,00	9.573.657,00	125,91	0,43
CANAL INTERNET	45.757.005,50	65.696.317,50	-----	43,25

## CONJUNTO DE JUEGOS. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>9.592.246.415,50</b>	<b>9.722.584.319,00</b>	<b>206,77</b>	<b>1,36</b>
ANDALUCÍA	1.323.911.534,00	1.365.088.796,50	163,07	3,11
ARAGÓN	276.121.381,50	280.820.772,00	208,46	1,70
ASTURIAS	277.653.005,00	280.323.031,50	258,52	0,96
CANARIAS	378.581.081,50	395.334.911,00	186,61	4,43
CANTABRIA	124.495.054,50	126.496.638,50	213,59	1,61
CASTILLA Y LEÓN	690.145.434,00	700.141.786,00	273,54	1,45
CASTILLA- MANCHA	430.654.885,50	432.191.319,50	205,96	0,36
CATALUÑA	1.417.932.179,00	1.429.743.043,50	190,32	0,83
COM. VALENCIANA	1.183.150.670,00	1.183.774.475,00	231,58	0,05
EXTREMADURA	189.358.631,00	192.199.211,00	173,59	1,50
GALICIA	557.927.210,50	556.404.610,50	198,88	-0,27
ILLES BALEARS	187.472.096,50	188.685.988,50	170,59	0,65
MADRID	1.476.501.994,00	1.485.493.895,50	230,00	0,61
MURCIA	308.017.791,00	311.759.811,00	213,25	1,21
NAVARRA	110.722.471,00	110.767.177,50	173,91	0,04
PAÍS VASCO	516.945.688,00	521.060.057,50	239,20	0,80
RIOJA, LA	76.259.946,00	75.573.231,50	234,40	-0,90
CEUTA	11.105.312,00	11.455.588,00	142,17	3,15
MELILLA	9.533.045,00	9.573.657,00	125,91	0,43
CANAL INTERNET	45.757.005,50	65.696.317,50	-----	43,25





200 años cumpliendo sueños. Tras dos siglos de historia, este juego ha mantenido durante 2011 su nivel de éxitos en participación, venta y repercusión social, siendo una de las marcas de la casa referente a nivel internacional.

Los objetivos alcanzados fueron gracias a su constante evolución para adaptar este clásico juego a los cambios que facilitan las nuevas tecnologías y que en este año 2011 se consolidaron. Estas mejoras fueron dirigidas a proporcionar la posibilidad de elegir un número concreto a los participantes, lo que permitió satisfacer al máximo las inquietudes de los que quieren confiar su suerte a un número determinado.

Estas iniciativas hacen que un año más los resultados de Lotería Nacional sean muy positivos, habiendo alcanzado la cifra de 5.267.779.950 euros en ventas totales durante este ejercicio. Para obtener dicha cifra se celebraron un total de 103 sorteos: 52 los jueves y los 51 restantes los sábados, incluidos los dos Sorteos Extraordinarios, el de Navidad y el de "El Niño".

Es importante subrayar el impulso que Loterías y Apuestas del Estado realizó en 2011 para que todos los participantes tuvieran una mayor compensación económica por participar en este juego. Eso fue posible al haber ampliado la suma total de lo ofertado en premios a 6.750.800.000 euros, casi 200 millones de euros más que el año anterior, lo que contribuyó a una mayor redistribución de las cantidades asignadas a premios entre sus participantes.

Las Comunidades Autónomas que consiguieron las ventas más elevadas fueron Madrid y Cataluña, con 838.002.134 y 785.482.250, respectivamente, seguidas muy de cerca por la Comunidad Valenciana y Andalucía, con 693.718.215 y 687.704.840 euros cada una. Por otra parte, los mayores incrementos correspondieron a Ceuta (5,36%), Canarias (2,95%) y Melilla (1,92%).

### ■ Sorteos Viajeros

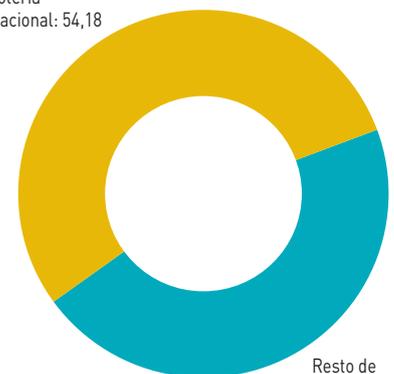
Entre los 103 sorteos mencionados, cabe destacar los Sorteos Viajeros, en los que los bombos de Lotería Nacional se desplazaron en once ocasiones por la geografía española, una más que el año anterior.

La labor social y humanitaria es uno de los principales pilares de SELAE. Con el fin de continuar apoyando a la sociedad, durante 2011 se realizaron, como viene siendo habitual, dos sorteos: uno en beneficio de Cruz Roja y otro para la Asociación Española Contra el Cáncer.



**Porcentaje de la Lotería Nacional sobre el total de ventas 2011**

Lotería Nacional: 54,18



Resto de juegos: 45,82

## SORTEOS VIAJEROS CELEBRADOS EN 2011

FECHA	LOCALIDAD	PROVINCIA	SORTEO
05/02/11	Bilbao	Vizcaya	Sorteo AECC
26/02/11	Las Palmas	Las Palmas	Sorteo de Lotería Nacional
26/03/11	Cádiz	Cádiz	Sorteo de Lotería Nacional
09/04/11	Pontevedra	Pontevedra	Sorteo Especial "Cruz Roja"
21/05/11	Elche	Alicante	Sorteo de Lotería Nacional
25/06/11	Roquetas de Mar	Almería	Sorteo de Lotería Nacional
23/07/11	Real Sitio de San Ildefonso	Segovia	Sorteo de Lotería Nacional
24/09/11	Massamagrell	Valencia	Sorteo de Lotería Nacional
22/10/11	La Palma del Condado	Huelva	Sorteo de Lotería Nacional
12/11/11	Almendralejo	Badajoz	Sorteo de Lotería Nacional
10/12/11	Lorca	Murcia	Sorteo de Lotería Nacional

Los sorteos itinerantes también tuvieron como fin acercar la Lotería Nacional a diferentes lugares. Además, dichas localidades pudieron beneficiarse de la cobertura mediática que este sorteo atesora, una forma de compensar el cariño y la hospitalidad con la que acogen siempre la celebración del sorteo.

En total, desde que en 1964 tuviera lugar el primero de ellos y hasta diciembre de 2011 se han realizado 325 Sorteos Viajeros, todo un hito que simboliza la cercanía y la implicación de la entidad.

### ■ Los Sorteos Extraordinarios de Navidad y "El Niño"

El Palacio de Congresos de Madrid se convirtió en 2011 en una fábrica de sueños, ya que El Sorteo Extraordinario de Navidad otorgó El Gordo más gordo de la historia: cuatro millones de euros por serie.

Para que los participantes de Lotería Nacional pudieran tener en Navidad los mismos números con los que pueden jugar durante el año, Loterías y Apuestas del Estado amplió los números hasta 100.000, respondiendo a sus expectativas y alcanzando la cifra global de ventas de 2.681.451.060 euros. Como ya es habitual, la campaña comenzó en verano, permitiendo a los clientes que jugaran su décimo en los diferentes lugares de la geografía española donde disfrutaban de las vacaciones.

El Sorteo Extraordinario de "El Niño", uno de los clásicos de Lotería Nacional, volvió a ilusionar a los participantes, tanto que se superaron las ventas del año anterior, obteniendo este ejercicio 711.675.220 euros.

La lluvia de millones que otorgan ambos sorteos hizo que cosecharan más del 64,41% de la venta anual de la Lotería Nacional.



## LOTERÍA NACIONAL. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>5.323.546.000,00</b>	<b>5.267.779.950,00</b>	<b>112,03</b>	<b>-1,05</b>
ÁLAVA	32.686.065,00	31.948.081,00	100,67	-2,26
ALBACETE	53.738.093,00	51.628.408,00	128,53	-3,93
ALICANTE	268.347.904,00	261.168.445,00	135,58	-2,68
ALMERÍA	73.471.697,00	71.922.281,00	103,40	-2,11
ASTURIAS	162.536.112,00	161.653.122,00	149,08	-0,54
ÁVILA	24.432.712,00	23.825.529,00	138,60	-2,49
BADAJOS	47.136.167,00	46.628.950,00	67,37	-1,08
BARCELONA	557.695.382,00	555.375.635,00	100,77	-0,42
BURGOS	81.407.650,00	82.448.411,00	219,96	1,28
CÁCERES	45.970.411,00	46.204.542,00	111,31	0,51
CÁDIZ	72.938.408,00	74.520.437,00	60,26	2,17
CANTABRIA	68.353.824,00	68.121.422,00	115,02	-0,34
CASTELLÓN	68.735.478,00	67.222.047,00	111,24	-2,20
CIUDAD REAL	78.313.253,00	78.340.636,00	147,97	0,03
CÓRDOBA	74.535.881,00	73.682.619,00	91,52	-1,14
CORUÑA, A	126.367.695,00	119.744.249,00	104,45	-5,24
CUENCA	34.070.938,00	33.470.818,00	153,74	-1,76
GIRONA	61.647.688,00	61.846.349,00	82,13	0,32
GRANADA	95.261.877,00	97.101.193,00	105,77	1,93
GUADALAJARA	21.321.130,00	21.048.625,00	83,67	-1,28
GUIPÚZCOA	80.047.359,00	79.114.869,00	111,86	-1,16
HUELVA	21.238.490,00	22.093.164,00	42,64	4,02
HUESCA	36.194.495,00	35.641.516,00	155,94	-1,53
ILLES BALEARS	83.411.686,00	80.573.862,00	72,85	-3,40
JAÉN	74.734.740,00	74.005.748,00	110,33	-0,98
LEÓN	72.551.292,00	71.074.262,00	142,35	-2,04
LUGO	38.146.267,00	36.992.873,00	104,65	-3,02
LLEIDA	111.266.034,00	106.070.165,00	241,20	-4,67
MADRID	844.486.309,00	838.002.134,00	129,75	-0,77
MÁLAGA	140.507.266,00	142.418.372,00	88,48	1,36
MURCIA	194.731.185,00	192.227.469,00	131,48	-1,29
NAVARRA	60.854.821,00	60.186.320,00	94,50	-1,10
OURENSE	23.585.062,00	22.483.761,00	67,07	-4,67
PALENCIA	34.921.998,00	34.581.426,00	200,46	-0,98
PALMAS, LAS	71.320.704,00	75.082.539,00	68,84	5,27
PONTEVEDRA	83.869.006,00	81.378.578,00	84,55	-2,97
RIOJA, LA	46.326.252,00	44.443.538,00	137,85	-4,06
SALAMANCA	38.504.655,00	38.590.260,00	109,13	0,22
STA. CRUZ TFE.	88.336.244,00	89.287.349,00	86,86	1,08
SEGOVIA	40.318.186,00	39.740.900,00	241,93	-1,43
SEVILLA	130.622.517,00	131.961.026,00	68,83	1,02
SORIA	32.743.686,00	32.504.641,00	341,23	-0,73
TARRAGONA	62.644.921,00	62.190.101,00	76,93	-0,73
TERUEL	17.236.826,00	17.345.928,00	119,40	0,63
TOLEDO	70.922.896,00	68.882.158,00	98,69	-2,88
VALENCIA	375.539.562,00	365.327.723,00	141,54	-2,72
VALLADOLID	64.694.978,00	64.612.280,00	121,08	-0,13
VIZCAYA	186.502.069,00	182.922.938,00	158,55	-1,92
ZAMORA	26.190.201,00	25.795.304,00	132,82	-1,51
ZARAGOZA	117.552.883,00	119.601.543,00	122,89	1,74
CEUTA	2.392.884,00	2.521.253,00	31,29	5,36
MELILLA	2.182.161,00	2.224.151,00	29,25	1,92

## LOTERÍA NACIONAL. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>5.323.546.000,00</b>	<b>5.267.779.950,00</b>	<b>112,03</b>	<b>-1,05</b>
ANDALUCÍA	683.310.876,00	687.704.840,00	82,15	0,64
ARAGÓN	170.984.204,00	172.588.987,00	128,12	0,94
ASTURIAS	162.536.112,00	161.653.122,00	149,08	-0,54
CANARIAS	159.656.948,00	164.369.888,00	77,59	2,95
CANTABRIA	68.353.824,00	68.121.422,00	115,02	-0,34
CASTILLA Y LEÓN	415.765.358,00	413.173.013,00	161,43	-0,62
CASTILLA- MANCHA	258.366.310,00	253.370.645,00	120,75	-1,93
CATALUÑA	793.254.025,00	785.482.250,00	104,56	-0,98
COM. VALENCIANA	712.622.944,00	693.718.215,00	135,71	-2,65
EXTREMADURA	93.106.578,00	92.833.492,00	83,84	-0,29
GALICIA	271.968.030,00	260.599.461,00	93,15	-4,18
ILLES BALEARS	83.411.686,00	80.573.862,00	72,85	-3,40
MADRID	844.486.309,00	838.002.134,00	129,75	-0,77
MURCIA	194.731.185,00	192.227.469,00	131,48	-1,29
NAVARRA	60.854.821,00	60.186.320,00	94,50	-1,10
PAÍS VASCO	299.235.493,00	293.985.888,00	134,96	-1,75
RIOJA, LA	46.326.252,00	44.443.538,00	137,85	-4,06
CEUTA	2.392.884,00	2.521.253,00	31,29	5,36
MELILLA	2.182.161,00	2.224.151,00	29,25	1,92





La familia de los juegos de fórmula Loto es la que ha experimentado un mayor incremento en sus ventas (7,79%), que alcanzaron un total de 4.052.916.146 euros.

El conjunto de Lotería Primitiva está formado por cuatro modalidades: La Primitiva, BonoLoto, El Gordo de la Primitiva y EuroMillones. De los cuatro juegos, el líder indiscutible en ventas fue La Primitiva, con un total de 1.616.168.911 euros, repartidos entre sus dos días de juego, los jueves y los sábados; no obstante, el protagonista absoluto fue EuroMillones, que creció con respecto a 2010 un 40,30%, batiendo su propio récord en ventas.

Durante el año 2011 SELAE apostó por el conjunto de juegos de la Lotería Primitiva, por ello se celebraron un total de 450 sorteos, 34 más que el ejercicio anterior; se repartieron 141 millones de euros más, con respecto al año pasado, y se entregaron 422.012.991 premios, una cifra muy superior a la de 2010.

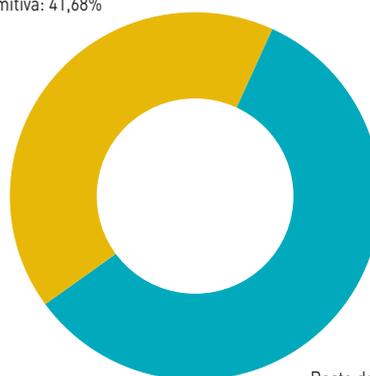
El conjunto de los cuatro juegos tuvo un incremento mayor en las provincias de Ceuta y Palencia, con un 12,83% y un 11,02%, respectivamente. Sin embargo, fue en Andalucía donde, nuevamente, se vendieron más boletos, con un total de 622.454.956 euros.

“SELAE apostó por el conjunto de juegos de la Lotería Primitiva, por ello se celebraron un total de 450 sorteos, 34 más que el ejercicio anterior”



**Porcentaje del conjunto de Lotería Primitiva sobre el total de ventas 2011**

Conjunto de Lotería Primitiva: 41,68%



Resto de juegos: 58,32%

## LOTERÍA PRIMITIVA Y SUS MODALIDADES. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>3.759.811.538,00</b>	<b>4.052.916.146,00</b>	<b>86,19</b>	<b>7,79</b>
ÁLAVA	26.322.075,00	28.323.702,00	89,25	7,60
ALBACETE	31.163.028,50	33.270.734,50	82,83	6,76
ALICANTE	158.074.520,50	171.092.135,50	88,82	8,24
ALMERÍA	47.752.869,50	50.469.324,50	72,56	5,69
ASTURIAS	104.684.469,50	110.287.546,50	101,71	5,35
ÁVILA	16.439.507,00	17.441.107,00	101,46	6,09
BADAJOS	49.992.747,50	53.019.799,50	76,60	6,05
BARCELONA	385.528.496,00	412.924.864,50	74,93	7,11
BURGOS	36.671.625,50	38.881.436,00	103,73	6,03
CÁCERES	35.685.086,50	38.045.777,00	91,66	6,62
CÁDIZ	103.755.970,00	113.761.249,50	91,98	9,64
CANTABRIA	50.378.365,50	53.688.265,00	90,65	6,57
CASTELLÓN	49.200.562,00	51.212.452,50	84,75	4,09
CIUDAD REAL	36.824.361,50	39.625.997,00	74,84	7,61
CÓRDOBA	49.961.463,00	53.528.495,00	66,49	7,14
CORUÑA, A	104.451.343,50	111.392.566,00	97,16	6,65
CUENCA	16.031.956,50	17.087.406,50	78,48	6,58
GIRONA	50.394.355,00	54.709.958,00	72,65	8,56
GRANADA	59.395.791,50	64.643.586,50	70,41	8,84
GUADALAJARA	16.294.442,00	17.921.289,50	71,24	9,98
GUIPÚZCOA	65.402.559,00	68.863.778,50	97,37	5,29
HUELVA	40.121.674,50	42.996.818,00	82,99	7,17
HUESCA	16.182.186,50	17.200.066,00	75,25	6,29
ILLES BALEARS	92.230.335,50	99.170.087,00	89,66	7,52
JAÉN	38.446.869,50	42.046.861,00	62,69	9,36
LEÓN	50.474.849,50	54.305.514,50	108,77	7,59
LUGO	27.439.372,00	29.200.030,50	82,60	6,42
LLEIDA	38.036.543,00	41.158.894,00	93,59	8,21
MADRID	549.391.363,50	585.313.840,50	90,62	6,54
MÁLAGA	118.614.691,50	130.588.477,00	81,13	10,09
MURCIA	98.751.799,50	108.138.298,00	73,97	9,51
NAVARRA	43.191.064,50	45.535.447,50	71,49	5,43
OURENSE	34.786.750,50	36.855.006,50	109,94	5,95
PALENCIA	15.427.302,00	17.127.299,50	99,28	11,02
PALMAS, LAS	104.802.149,00	115.341.956,50	105,76	10,06
PONTEVEDRA	91.544.695,00	96.271.649,50	100,03	5,16
RIOJA, LA	26.914.149,50	28.666.703,50	88,91	6,51
SALAMANCA	33.324.295,50	35.716.746,50	101,00	7,18
STA. CRUZ TFE.	89.641.648,50	96.434.849,50	93,82	7,58
SEGOVIA	16.136.312,00	17.504.492,50	106,56	8,48
SEVILLA	112.836.786,00	124.420.144,50	64,90	10,27
SORIA	9.766.114,00	10.266.134,50	107,77	5,12
TARRAGONA	54.637.797,00	58.393.733,50	72,23	6,87
TERUEL	8.113.939,50	8.676.807,50	59,73	6,94
TOLEDO	51.137.762,50	54.174.869,50	77,62	5,94
VALENCIA	213.051.280,50	228.785.146,00	88,64	7,39
VALLADOLID	46.728.943,00	49.878.913,00	93,47	6,74
VIZCAYA	105.419.439,00	112.943.522,00	97,89	7,14
ZAMORA	19.611.797,50	21.281.541,00	109,58	8,51
ZARAGOZA	66.704.108,00	71.577.862,50	73,55	7,31
CEUTA	6.215.115,50	7.012.459,00	87,03	12,83
MELILLA	5.822.828,00	6.210.590,00	81,68	6,66
CANAL INTERNET	39.901.981,00	59.529.914,00	-----	48,82

## LOTERÍA PRIMITIVA Y SUS MODALIDADES. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>3.759.811.538,00</b>	<b>4.052.916.146,00</b>	<b>86,19</b>	<b>7,79</b>
ANDALUCÍA	570.886.115,50	622.454.956,00	74,36	9,03
ARAGÓN	91.000.234,00	97.454.736,00	72,34	7,09
ASTURIAS	104.684.469,50	110.287.546,50	101,71	5,35
CANARIAS	194.443.797,50	211.776.806,00	99,96	8,91
CANTABRIA	50.378.365,50	53.688.265,00	90,65	6,57
CASTILLA Y LEÓN	244.580.746,00	262.403.184,50	102,52	7,29
CASTILLA- MANCHA	151.451.551,00	162.080.297,00	77,24	7,02
CATALUÑA	528.597.191,00	567.187.450,00	75,50	7,30
COM. VALENCIANA	420.326.363,00	451.089.734,00	88,25	7,32
EXTREMADURA	85.677.834,00	91.065.576,50	82,25	6,29
GALICIA	258.222.161,00	273.719.252,50	97,84	6,00
ILLES BALEARS	92.230.335,50	99.170.087,00	89,66	7,52
MADRID	549.391.363,50	585.313.840,50	90,62	6,54
MURCIA	98.751.799,50	108.138.298,00	73,97	9,51
NAVARRA	43.191.064,50	45.535.447,50	71,49	5,43
PAÍS VASCO	197.144.073,00	210.131.002,50	96,46	6,59
RIOJA, LA	26.914.149,50	28.666.703,50	88,91	6,51
CEUTA	6.215.115,50	7.012.459,00	87,03	12,83
MELILLA	5.822.828,00	6.210.590,00	81,68	6,66
CANAL INTERNET	39.901.981,00	59.529.914,00	-----	48,82





Un año más, La Primitiva volvió a ser líder de ventas dentro del conjunto de Lotería Primitiva, obteniendo un resultado total de 1.616.168.911 euros.

Cada jueves y sábado, los boletos de La Primitiva se convierten en los favoritos de miles de participantes. Durante el año 2011 las ventas se comportaron de forma muy estable, con una ligera predisposición de los usuarios por los jueves.

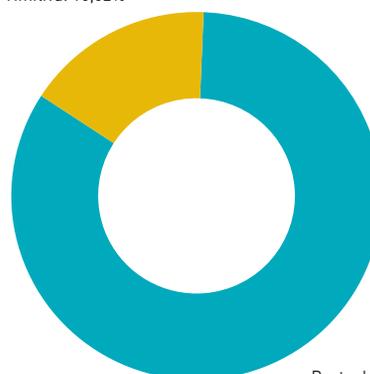
Con la conocida fórmula 6/49, se repartieron 191.061.922 premios, lo cual se tradujo en casi 889 millones de euros, de los cuales 11.580.836 fueron a parar a la localidad de Vilanova de Arousa, en Pontevedra.

Como cada año, Madrid fue la ciudad que cosechó mayores ventas de La Primitiva, con 220.021.956 euros, seguida de cerca por Barcelona, que invirtió 183.784.814 euros. Mientras, el mayor gasto por habitante se concentraba entre los segovianos y los burgaleses, que gastaron una media de más de 49 euros.



Porcentaje de La Primitiva sobre el total de ventas 2011

La Primitiva: 16,62%



Resto de juegos:  
83,38%

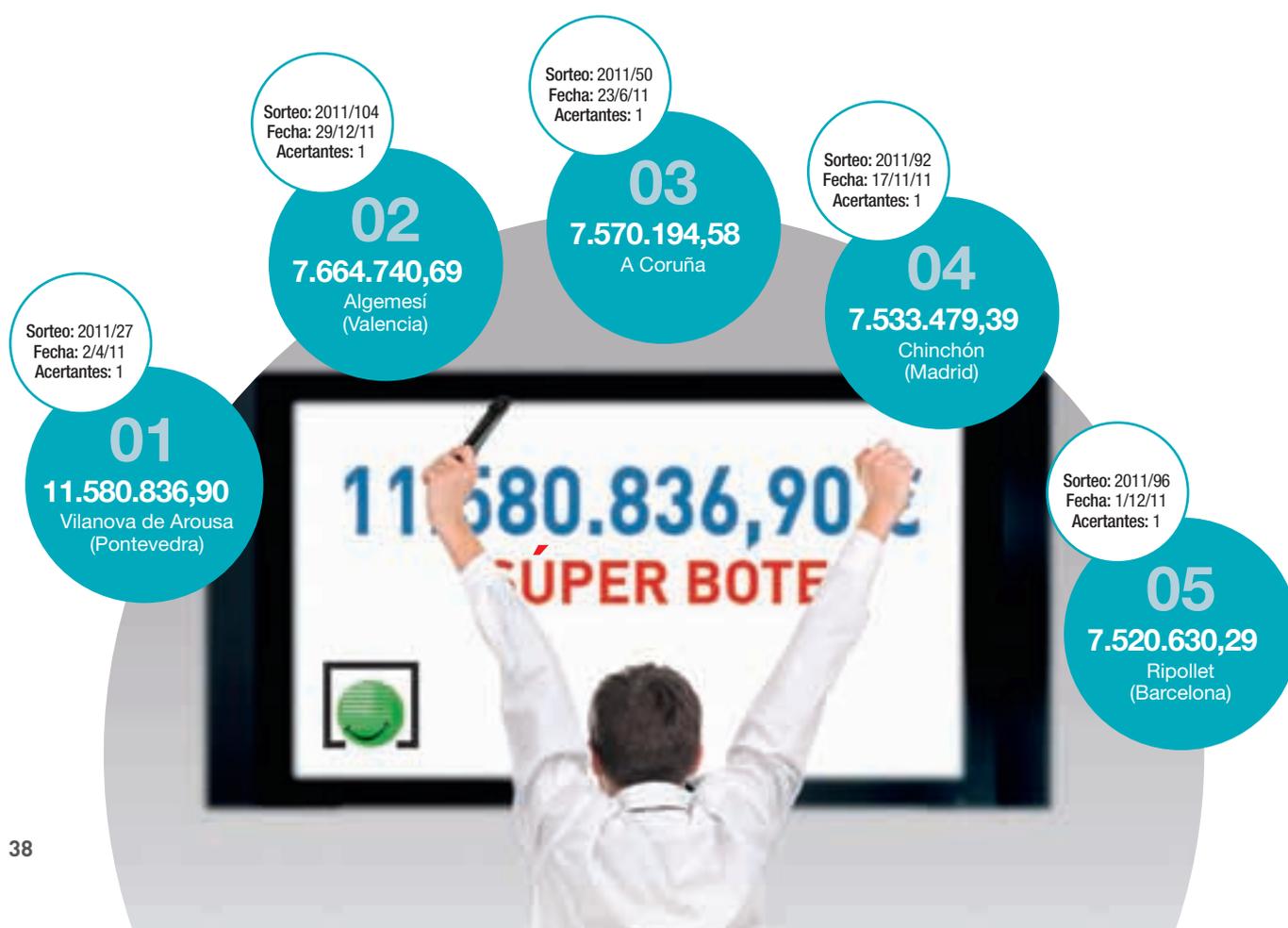
## LA PRIMITIVA. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>1.703.153.464,00</b>	<b>1.616.168.911,00</b>	<b>34,37</b>	<b>-5,11</b>
ÁLAVA	12.668.827,00	12.221.981,00	38,51	-3,53
ALBACETE	14.376.032,00	13.636.369,00	33,95	-5,15
ALICANTE	62.059.489,00	58.048.041,00	30,13	-6,46
ALMERÍA	20.741.147,00	19.350.768,00	27,82	-6,70
ASTURIAS	48.845.400,00	46.402.240,00	42,79	-5,00
ÁVILA	8.279.799,00	7.911.091,00	46,02	-4,45
BADAJOS	24.030.482,00	22.959.993,00	33,17	-4,45
BARCELONA	194.401.908,00	183.784.814,00	33,35	-5,46
BURGOS	19.355.844,00	18.501.556,00	49,36	-4,41
CÁCERES	17.138.568,00	16.374.880,00	39,45	-4,46
CÁDIZ	46.272.496,00	44.613.996,00	36,07	-3,58
CANTABRIA	24.036.659,00	22.788.573,00	38,48	-5,19
CASTELLÓN	23.383.241,00	21.691.459,00	35,90	-7,24
CIUDAD REAL	18.117.791,00	17.428.200,00	32,92	-3,81
CÓRDOBA	23.339.191,00	22.059.692,00	27,40	-5,48
CORUÑA, A	48.426.272,00	46.666.278,00	40,70	-3,63
CUENCA	8.047.469,00	7.703.130,00	35,38	-4,28
GIRONA	24.784.630,00	23.632.673,00	31,38	-4,65
GRANADA	27.383.115,00	26.118.402,00	28,45	-4,62
GUADALAJARA	7.659.273,00	7.451.673,00	29,62	-2,71
GUIPÚZCOA	31.085.709,00	29.305.012,00	41,43	-5,73
HUELVA	17.534.467,00	16.368.743,00	31,59	-6,65
HUESCA	8.048.251,00	7.676.864,00	33,59	-4,61
ILLES BALEARS	37.333.228,00	34.881.982,00	31,54	-6,57
JAÉN	18.856.676,00	18.153.280,00	27,06	-3,73
LEÓN	24.611.109,00	23.732.346,00	47,53	-3,57
LUGO	13.787.619,00	13.318.653,00	37,68	-3,40
LLEIDA	16.712.036,00	15.788.885,00	35,90	-5,52
MADRID	235.771.891,00	220.021.956,00	34,07	-6,68
MÁLAGA	49.962.004,00	47.308.403,00	29,39	-5,31
MURCIA	41.327.927,00	38.750.952,00	26,51	-6,24
NAVARRA	19.805.101,00	18.778.070,00	29,48	-5,19
OURENSE	16.451.645,00	15.725.491,00	46,91	-4,41
PALENCIA	8.113.029,00	7.921.181,00	45,92	-2,36
PALMAS, LAS	38.597.388,00	36.734.793,00	33,68	-4,83
PONTEVEDRA	44.205.773,00	41.931.555,00	43,57	-5,14
RIOJA, LA	11.741.424,00	11.076.259,00	34,35	-5,67
SALAMANCA	15.869.264,00	15.158.343,00	42,87	-4,48
STA. CRUZ TFE.	34.289.275,00	31.827.576,00	30,96	-7,18
SEGOVIA	8.442.281,00	8.212.005,00	49,99	-2,73
SEVILLA	49.135.109,00	46.653.388,00	24,34	-5,05
SORIA	4.845.028,00	4.546.745,00	47,73	-6,16
TARRAGONA	28.525.276,00	27.052.998,00	33,46	-5,16
TERUEL	4.068.805,00	3.912.720,00	26,93	-3,84
TOLEDO	25.019.652,00	23.476.276,00	33,64	-6,17
VALENCIA	91.102.996,00	85.553.328,00	33,15	-6,09
VALLADOLID	22.752.066,00	21.691.843,00	40,65	-4,66
VIZCAYA	51.473.408,00	48.912.476,00	42,40	-4,98
ZAMORA	9.503.020,00	9.181.788,00	47,28	-3,38
ZARAGOZA	31.784.525,00	30.160.659,00	30,99	-5,11
CEUTA	2.617.290,00	2.482.706,00	30,81	-5,14
MELILLA	2.460.837,00	2.227.490,00	29,30	-9,48
CANAL INTERNET	13.971.722,00	18.298.336,00	-----	30,97

## LA PRIMITIVA. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>1.703.153.464,00</b>	<b>1.616.168.911,00</b>	<b>34,37</b>	<b>-5,11</b>
ANDALUCÍA	253.224.205,00	240.626.672,00	28,75	-4,97
ARAGÓN	43.901.581,00	41.750.243,00	30,99	-4,90
ASTURIAS	48.845.400,00	46.402.240,00	42,79	-5,00
CANARIAS	72.886.663,00	68.562.369,00	32,36	-5,93
CANTABRIA	24.036.659,00	22.788.573,00	38,48	-5,19
CASTILLA Y LEÓN	121.771.440,00	116.856.898,00	45,66	-4,04
CASTILLA- MANCHA	73.220.217,00	69.695.648,00	33,21	-4,81
CATALUÑA	264.423.850,00	250.259.370,00	33,31	-5,36
COM. VALENCIANA	176.545.726,00	165.292.828,00	32,34	-6,37
EXTREMADURA	41.169.050,00	39.334.873,00	35,53	-4,46
GALICIA	122.871.309,00	117.641.977,00	42,05	-4,26
ILLES BALEARS	37.333.228,00	34.881.982,00	31,54	-6,57
MADRID	235.771.891,00	220.021.956,00	34,07	-6,68
MURCIA	41.327.927,00	38.750.952,00	26,51	-6,24
NAVARRA	19.805.101,00	18.778.070,00	29,48	-5,19
PAÍS VASCO	95.227.944,00	90.439.469,00	41,52	-5,03
RIOJA, LA	11.741.424,00	11.076.259,00	34,35	-5,67
CEUTA	2.617.290,00	2.482.706,00	30,81	-5,14
MELILLA	2.460.837,00	2.227.490,00	29,30	-9,48
CANAL INTERNET	13.971.722,00	18.298.336,00	-----	30,97

### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE LA PRIMITIVA





La apuesta más económica de la familia de la Lotería Primitiva ha conseguido, a través de los 208 sorteos celebrados en 2011, cosechar unas ventas totales de 592.600.852 euros.

A lo largo del ejercicio se validaron más de 218 millones de boletos, repartiéndose un total de 324.798.595 euros. Con la misma fórmula 6/49, BonoLoto ha otorgado más de 140 millones de premios, el más importante de 2011 recayó en Ceuta y ascendía a 4.326.963 euros, seguido por un premio de casi 4 millones de euros, cuyo destino fue Torrejón de Ardoz, en Madrid.

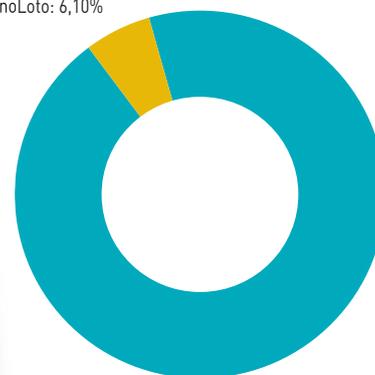
Los ciudadanos de Las Palmas y de Orense fueron los que más invirtieron en BonoLoto, participando con una media de más de 19 euros, aunque fueron los ceutíes y los segovianos los que más incrementaron el gasto en este juego, con un 3,01% y un 2,48%, respectivamente.

De nuevo, la ciudad de Madrid fue la que más ventas obtuvo, con 80.661.741 euros; sin embargo, por Comunidades Andalucía superó la cifra, alcanzando 102.533.444 euros.



**Porcentaje de BonoLoto sobre el total de ventas 2011**

BonoLoto: 6,10%



Resto de juegos:  
93,90%

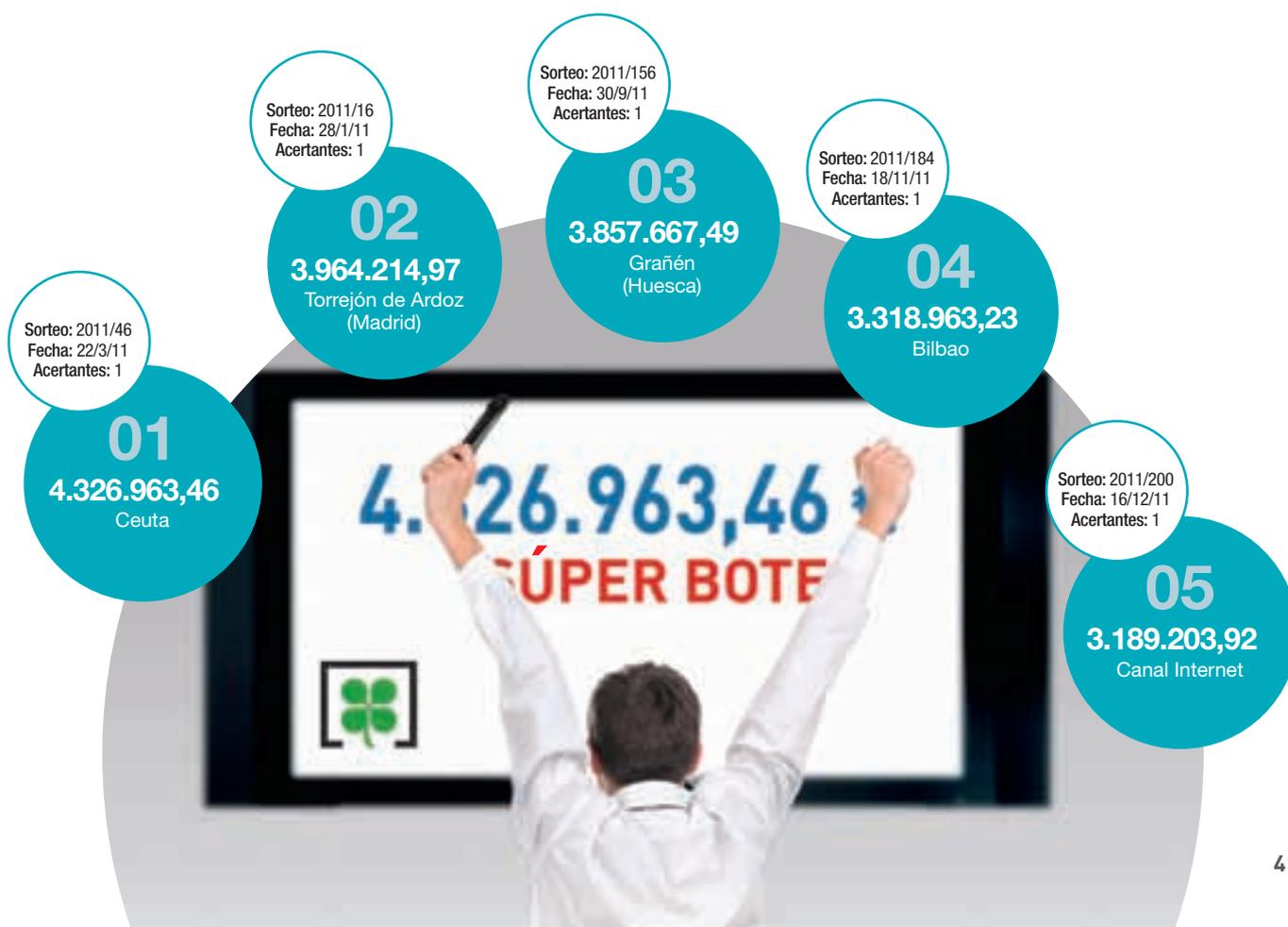
## BONOLOTO. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>602.014.352,50</b>	<b>592.600.852,50</b>	<b>12,60</b>	<b>-1,56</b>
ÁLAVA	3.824.656,50	3.729.545,00	11,75	-2,49
ALBACETE	5.045.798,00	4.961.459,50	12,35	-1,67
ALICANTE	25.708.271,50	25.456.265,50	13,22	-0,98
ALMERÍA	7.648.728,00	7.426.218,50	10,68	-2,91
ASTURIAS	19.599.916,00	18.911.632,00	17,44	-3,51
ÁVILA	2.562.906,50	2.438.773,00	14,19	-4,84
BADAJOS	8.450.190,50	8.260.215,00	11,93	-2,25
BARCELONA	45.528.024,50	45.585.644,00	8,27	0,13
BURGOS	5.009.608,00	4.902.050,50	13,08	-2,15
CÁCERES	6.039.905,50	5.884.540,50	14,18	-2,57
CÁDIZ	21.459.640,00	21.708.562,00	17,55	1,16
CANTABRIA	7.896.670,50	7.706.196,50	13,01	-2,41
CASTELLÓN	7.771.645,00	7.361.842,50	12,18	-5,27
CIUDAD REAL	6.245.078,50	6.232.545,50	11,77	-0,20
CÓRDOBA	8.919.027,00	8.889.629,00	11,04	-0,33
CORUÑA, A	18.638.849,50	18.523.729,00	16,16	-0,62
CUENCA	2.235.434,50	2.240.646,00	10,29	0,23
GIRONA	5.690.416,00	5.756.413,50	7,64	1,16
GRANADA	9.596.862,50	9.571.720,50	10,43	-0,26
GUADALAJARA	2.280.026,50	2.283.473,00	9,08	0,15
GUIPÚZCOA	10.202.078,50	9.783.599,50	13,83	-4,10
HUELVA	7.172.600,00	7.065.623,50	13,64	-1,49
HUESCA	2.514.582,00	2.464.744,50	10,78	-1,98
ILLES BALEARS	13.447.280,50	12.970.314,50	11,73	-3,55
JAÉN	6.505.761,00	6.522.932,50	9,72	0,26
LEÓN	8.207.595,00	8.123.799,00	16,27	-1,02
LUGO	5.180.435,00	5.130.610,00	14,51	-0,96
LLEIDA	3.978.142,00	4.020.012,00	9,14	1,05
MADRID	83.768.998,50	80.661.741,00	12,49	-3,71
MÁLAGA	20.681.873,00	20.302.004,50	12,61	-1,84
MURCIA	17.068.391,50	16.659.460,00	11,40	-2,40
NAVARRA	6.652.374,50	6.407.564,00	10,06	-3,68
OURENSE	6.540.205,00	6.451.715,00	19,25	-1,35
PALENCIA	2.151.651,00	2.187.440,50	12,68	1,66
PALMAS, LAS	21.911.697,00	21.713.504,00	19,91	-0,90
PONTEVEDRA	16.418.494,00	16.241.149,00	16,87	-1,08
RIOJA, LA	3.908.049,00	3.757.679,00	11,65	-3,85
SALAMANCA	5.450.334,00	5.326.138,00	15,06	-2,28
STA. CRUZ TFE.	19.657.573,00	19.051.372,50	18,53	-3,08
SEGOVIA	2.362.582,00	2.421.099,00	14,74	2,48
SEVILLA	21.271.377,50	21.046.753,50	10,98	-1,06
SORIA	1.263.360,00	1.215.661,00	12,76	-3,78
TARRAGONA	6.493.451,50	6.467.273,00	8,00	-0,40
TERUEL	1.044.634,50	1.008.609,50	6,94	-3,45
TOLEDO	7.243.712,00	7.049.945,50	10,10	-2,67
VALENCIA	34.549.956,00	33.354.497,50	12,92	-3,46
VALLADOLID	7.687.392,50	7.507.646,00	14,07	-2,34
VIZCAYA	14.690.088,50	14.335.670,50	12,43	-2,41
ZAMORA	3.428.216,00	3.487.592,00	17,96	1,73
ZARAGOZA	10.520.582,00	10.344.206,00	10,63	-1,68
CEUTA	1.219.638,00	1.256.341,00	15,59	3,01
MELILLA	1.314.412,50	1.258.047,50	16,55	-4,29
CANAL INTERNET	7.355.180,00	9.175.006,50	-----	24,74

## BONOLOTO. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>602.014.352,50</b>	<b>592.600.852,50</b>	<b>12,60</b>	<b>-1,56</b>
ANDALUCÍA	103.255.869,00	102.533.444,00	12,25	-0,70
ARAGÓN	14.079.798,50	13.817.560,00	10,26	-1,86
ASTURIAS	19.599.916,00	18.911.632,00	17,44	-3,51
CANARIAS	41.569.270,00	40.764.876,50	19,24	-1,94
CANTABRIA	7.896.670,50	7.706.196,50	13,01	-2,41
CASTILLA Y LEÓN	38.123.645,00	37.610.199,00	14,69	-1,35
CASTILLA- MANCHA	23.050.049,50	22.768.069,50	10,85	-1,22
CATALUÑA	61.690.034,00	61.829.342,50	8,23	0,23
COM. VALENCIANA	68.029.872,50	66.172.605,50	12,95	-2,73
EXTREMADURA	14.490.096,00	14.144.755,50	12,78	-2,38
GALICIA	46.777.983,50	46.347.203,00	16,57	-0,92
ILLES BALEARS	13.447.280,50	12.970.314,50	11,73	-3,55
MADRID	83.768.998,50	80.661.741,00	12,49	-3,71
MURCIA	17.068.391,50	16.659.460,00	11,40	-2,40
NAVARRA	6.652.374,50	6.407.564,00	10,06	-3,68
PAÍS VASCO	28.716.823,50	27.848.815,00	12,78	-3,02
RIOJA, LA	3.908.049,00	3.757.679,00	11,65	-3,85
CEUTA	1.219.638,00	1.256.341,00	15,59	3,01
MELILLA	1.314.412,50	1.258.047,50	16,55	-4,29
CANAL INTERNET	7.355.180,00	9.175.006,50	-----	24,74

## ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE BONOLOTO





Con una fórmula diferente a la de los demás sorteos de la Primitiva, consistente en dos matrices de 5/54 y 1/10, El Gordo siempre garantiza un bote mínimo de 5 millones de euros, lo que es, sin duda, su principal atractivo.

Durante el año 2011, con El Gordo de la Primitiva se repartieron 214.860.850 euros, divididos entre los casi 40 millones de premios. Además, se efectuaron casi 250 millones de apuestas de este juego de carácter semanal.

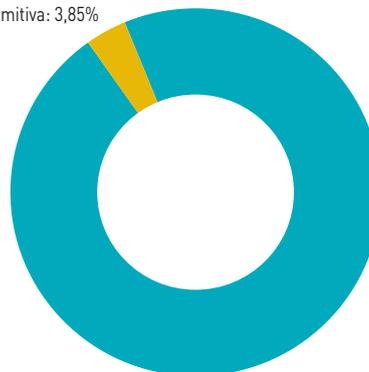
El premio más importante de todo el período 2011 se registró en Salou, en Tarragona, alcanzando una cifra de 33.024.545 euros y convirtiéndose así en el mayor premio nunca dado en el histórico de El Gordo de la Primitiva.

La venta total ascendió a 374.412.064 euros, siendo Andalucía y Madrid las dos Comunidades Autónomas en las que más ventas hubo, con 57.431.754 y 56.597.761 euros, respectivamente.



Porcentaje de El Gordo de la Primitiva sobre el total de ventas 2011

El Gordo de la Primitiva: 3,85%



Resto de juegos: 96,15%

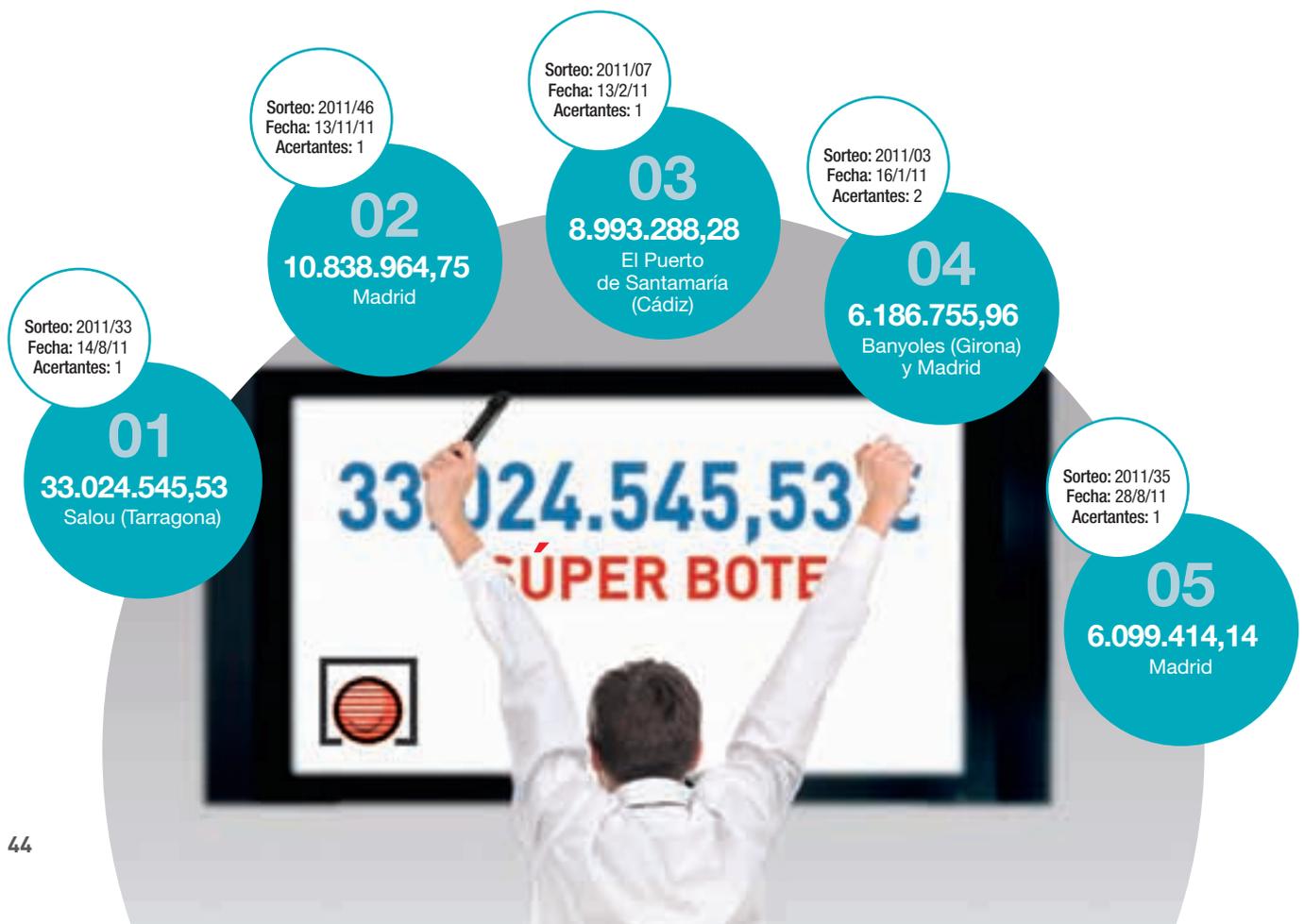
## EL GORDO DE LA PRIMITIVA. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>407.175.787,50</b>	<b>374.412.064,50</b>	<b>7,96</b>	<b>-8,05</b>
ÁLAVA	2.763.829,50	2.547.138,00	8,03	-7,84
ALBACETE	3.146.944,50	2.839.824,00	7,07	-9,76
ALICANTE	17.047.014,00	15.586.155,00	8,09	-8,57
ALMERÍA	5.282.734,50	4.646.208,00	6,68	-12,05
ASTURIAS	12.438.109,50	11.372.560,50	10,49	-8,57
ÁVILA	1.707.697,50	1.548.117,00	9,01	-9,34
BADAJOS	5.475.891,00	4.970.377,50	7,18	-9,23
BARCELONA	36.920.365,50	33.681.412,50	6,11	-8,77
BURGOS	3.674.935,50	3.334.267,50	8,90	-9,27
CÁCERES	3.902.889,00	3.510.688,50	8,46	-10,05
CÁDIZ	11.537.904,00	10.902.427,50	8,82	-5,51
CANTABRIA	5.825.454,00	5.346.385,50	9,03	-8,22
CASTELLÓN	5.409.828,00	4.836.357,00	8,00	-10,60
CIUDAD REAL	4.074.252,00	3.746.281,50	7,08	-8,05
CÓRDOBA	5.280.135,00	4.842.510,00	6,01	-8,29
CORUÑA, A	12.122.634,00	11.089.257,00	9,67	-8,52
CUENCA	1.875.315,00	1.727.266,50	7,93	-7,89
GIRONA	5.508.843,00	4.926.019,50	6,54	-10,58
GRANADA	6.519.282,00	5.966.544,00	6,50	-8,48
GUADALAJARA	1.827.022,50	1.712.515,50	6,81	-6,27
GUIPÚZCOA	7.402.435,50	6.891.351,00	9,74	-6,90
HUELVA	4.234.393,50	3.834.985,50	7,40	-9,43
HUESCA	1.545.559,50	1.405.849,50	6,15	-9,04
ILLES BALEARS	10.258.695,00	9.422.296,50	8,52	-8,15
JAÉN	3.697.540,50	3.610.600,50	5,38	-2,35
LEÓN	5.558.857,50	5.152.465,50	10,32	-7,31
LUGO	2.722.614,00	2.573.809,50	7,28	-5,47
LLEIDA	3.810.567,00	3.433.941,00	7,81	-9,88
MADRID	62.446.260,00	56.597.761,50	8,76	-9,37
MÁLAGA	12.659.158,50	11.717.695,50	7,28	-7,44
MURCIA	11.057.241,00	10.249.980,00	7,01	-7,30
NAVARRA	4.639.851,00	4.320.361,50	6,78	-6,89
OURENSE	3.306.124,50	3.032.968,50	9,05	-8,26
PALENCIA	1.478.766,00	1.408.350,00	8,16	-4,76
PALMAS, LAS	11.833.620,00	10.967.143,50	10,06	-7,32
PONTEVEDRA	9.085.134,00	8.400.211,50	8,73	-7,54
RIOJA, LA	2.861.866,50	2.578.345,50	8,00	-9,91
SALAMANCA	3.376.225,50	3.080.647,50	8,71	-8,75
STA. CRUZ TFE.	10.504.360,50	9.493.851,00	9,24	-9,62
SEGOVIA	1.712.001,00	1.576.978,50	9,60	-7,89
SEVILLA	12.560.293,50	11.910.783,00	6,21	-5,17
SORIA	1.147.638,00	1.031.878,50	10,83	-10,09
TARRAGONA	5.386.117,50	5.023.954,50	6,21	-6,72
TERUEL	823.956,00	786.174,00	5,41	-4,59
TOLEDO	4.901.092,50	4.540.428,00	6,51	-7,36
VALENCIA	24.613.696,50	22.119.820,50	8,57	-10,13
VALLADOLID	4.749.436,50	4.348.476,00	8,15	-8,44
VIZCAYA	10.279.258,50	9.625.939,50	8,34	-6,36
ZAMORA	2.061.391,50	1.934.919,00	9,96	-6,14
ZARAGOZA	7.067.103,00	6.432.331,50	6,61	-8,98
CEUTA	623.143,50	581.646,00	7,22	-6,66
MELILLA	477.154,50	432.154,50	5,68	-9,43
CANAL INTERNET	5.953.155,00	6.761.653,50	-----	13,58

## EL GORDO DE LA PRIMITIVA. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>407.175.787,50</b>	<b>374.412.064,50</b>	<b>7,96</b>	<b>-8,05</b>
ANDALUCÍA	61.771.441,50	57.431.754,00	6,86	-7,03
ARAGÓN	9.436.618,50	8.624.355,00	6,40	-8,61
ASTURIAS	12.438.109,50	11.372.560,50	10,49	-8,57
CANARIAS	22.337.980,50	20.460.994,50	9,66	-8,40
CANTABRIA	5.825.454,00	5.346.385,50	9,03	-8,22
CASTILLA Y LEÓN	25.466.949,00	23.416.099,50	9,15	-8,05
CASTILLA- MANCHA	15.824.626,50	14.566.315,50	6,94	-7,95
CATALUÑA	51.625.893,00	47.065.327,50	6,27	-8,83
COM. VALENCIANA	47.070.538,50	42.542.332,50	8,32	-9,62
EXTREMADURA	9.378.780,00	8.481.066,00	7,66	-9,57
GALICIA	27.236.506,50	25.096.246,50	8,97	-7,86
ILLES BALEARS	10.258.695,00	9.422.296,50	8,52	-8,15
MADRID	62.446.260,00	56.597.761,50	8,76	-9,37
MURCIA	11.057.241,00	10.249.980,00	7,01	-7,30
NAVARRA	4.639.851,00	4.320.361,50	6,78	-6,89
PAÍS VASCO	20.445.523,50	19.064.428,50	8,75	-6,75
RIOJA, LA	2.861.866,50	2.578.345,50	8,00	-9,91
CEUTA	623.143,50	581.646,00	7,22	-6,66
MELILLA	477.154,50	432.154,50	5,68	-9,43
CANAL INTERNET	5.953.155,00	6.761.653,50	-----	13,58

### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE EL GORDO DE LA PRIMITIVA





El incremento de este juego con respecto a 2010 es todo un récord: 40,30%, lo que ha conducido a EuroMillones a una cifra de ventas histórica de 1.469.734.318 euros.

EuroMillones es uno de los juegos que mayor aceptación ha tenido desde su lanzamiento, gracias a sus multimillonarios botes. Así, a lo largo del año 2011, Loterías y Apuestas del Estado estudió la forma de reactivar el juego, impulsando algunos cambios.

Los sorteos comenzaron a celebrarse en martes y viernes (con un claro predominio en las ventas de los viernes), aumentando además el número de estrellas, pudiendo jugar también múltiples... Cambios muy significativos que produjeron un importante aumento en las ventas con respecto al ejercicio anterior.

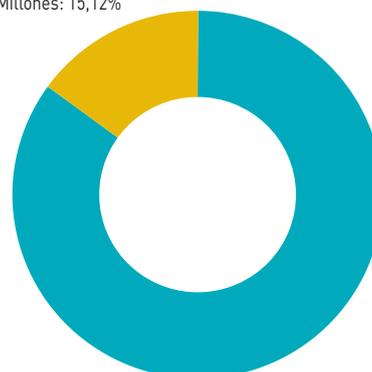
Durante 2011, EuroMillones repartió 727.641.277 euros, divididos entre los más de 50 millones de premios. Algunos de los más importantes y cuantiosos tuvieron lugar en nuestro país, en concreto destacan los más de 121 millones de euros que cayeron en Sevilla, el tercer premio más importante en toda Europa.

Madrid fue la comunidad con mayor índice de ventas, con un total de 228.032.382 euros y un incremento del 36,22% con respecto a 2010, aunque, sin duda, la que más creció en cuanto a ventas fue Ceuta, que en este último año aumentó un 53,37%.



#### Porcentaje de EuroMillones sobre el total de ventas 2011

EuroMillones: 15,12%



Resto de juegos:  
84,88%

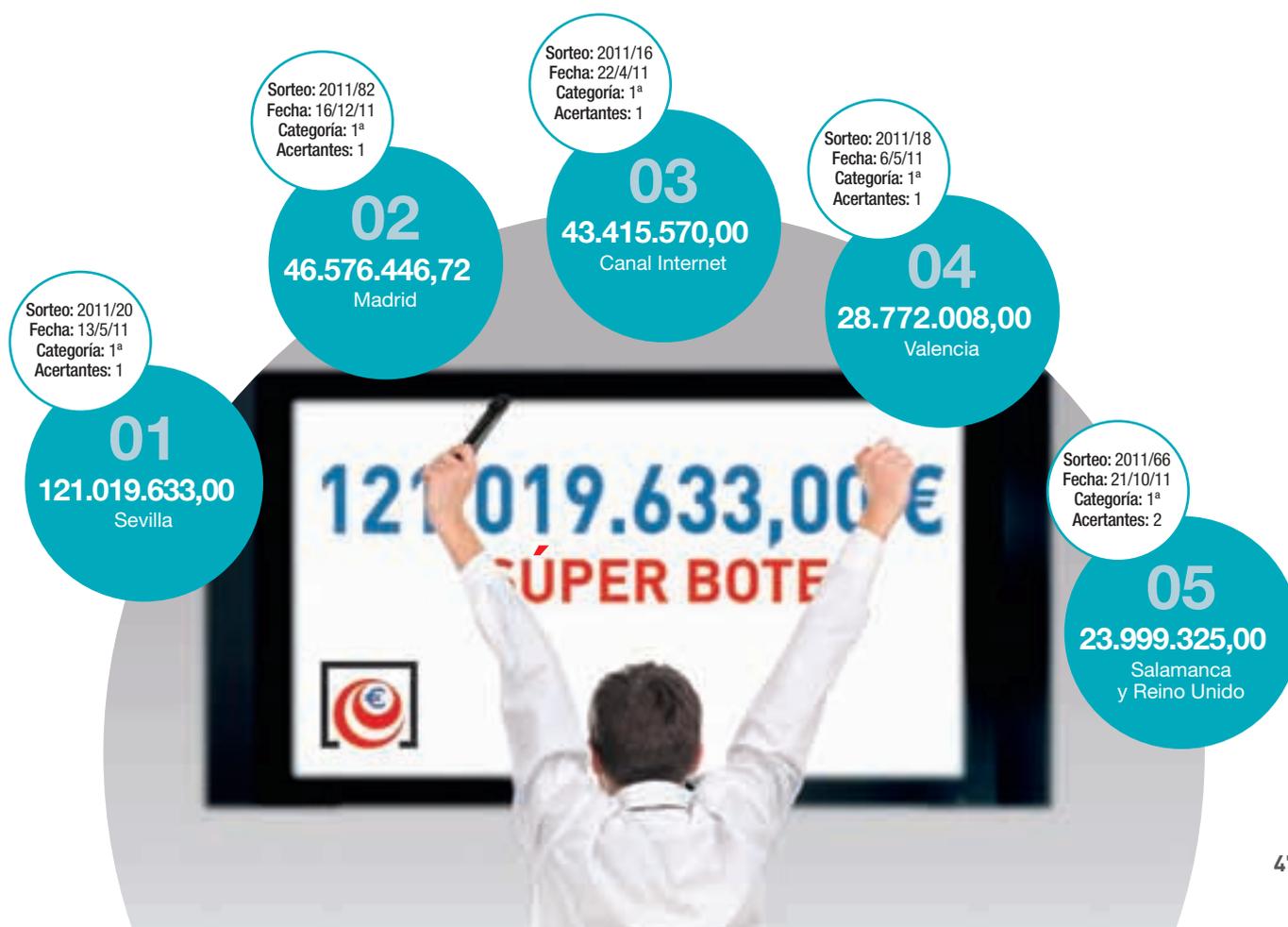
## EUROMILLONES. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>1.047.467.934,00</b>	<b>1.469.734.318,00</b>	<b>31,25</b>	<b>40,30</b>
ÁLAVA	7.064.762,00	9.825.038,00	30,96	39,07
ALBACETE	8.594.254,00	11.833.082,00	29,46	37,69
ALICANTE	53.259.746,00	72.001.674,00	37,38	35,19
ALMERÍA	14.080.260,00	19.046.130,00	27,38	35,27
ASTURIAS	23.801.044,00	33.601.114,00	30,99	41,17
ÁVILA	3.889.104,00	5.543.126,00	32,25	42,53
BADAJOS	12.036.184,00	16.829.214,00	24,31	39,82
BARCELONA	108.678.198,00	149.872.994,00	27,19	37,91
BURGOS	8.631.238,00	12.143.562,00	32,40	40,69
CÁCERES	8.603.724,00	12.275.668,00	29,57	42,68
CÁDIZ	24.485.930,00	36.536.264,00	29,54	49,21
CANTABRIA	12.619.582,00	17.847.110,00	30,13	41,42
CASTELLÓN	12.635.848,00	17.322.794,00	28,67	37,09
CIUDAD REAL	8.387.240,00	12.218.970,00	23,08	45,69
CÓRDOBA	12.423.110,00	17.736.664,00	22,03	42,77
CORUÑA, A	25.263.588,00	35.113.302,00	30,63	38,99
CUENCA	3.873.738,00	5.416.364,00	24,88	39,82
GIRONA	14.410.466,00	20.394.852,00	27,08	41,53
GRANADA	15.896.532,00	22.986.920,00	25,04	44,60
GUADALAJARA	4.528.120,00	6.473.628,00	25,73	42,97
GUIPÚZCOA	16.712.336,00	22.883.816,00	32,36	36,93
HUELVA	11.180.214,00	15.727.466,00	30,36	40,67
HUESCA	4.073.794,00	5.652.608,00	24,73	38,76
ILLES BALEARS	31.191.132,00	41.895.494,00	37,88	34,32
JAÉN	9.386.892,00	13.760.048,00	20,51	46,59
LEÓN	12.097.288,00	17.296.904,00	34,64	42,98
LUGO	5.748.704,00	8.176.958,00	23,13	42,24
LLEIDA	13.535.798,00	17.916.056,00	40,74	32,36
MADRID	167.404.214,00	228.032.382,00	35,31	36,22
MÁLAGA	35.311.656,00	51.260.374,00	31,85	45,17
MURCIA	29.298.240,00	42.477.906,00	29,06	44,98
NAVARRA	12.093.738,00	16.029.452,00	25,17	32,54
OURENSE	8.488.776,00	11.644.832,00	34,74	37,18
PALENCIA	3.683.856,00	5.610.328,00	32,52	52,29
PALMAS, LAS	32.459.444,00	45.926.516,00	42,11	41,49
PONTEVEDRA	21.835.294,00	29.698.734,00	30,86	36,01
RIOJA, LA	8.402.810,00	11.254.420,00	34,91	33,94
SALAMANCA	8.628.472,00	12.151.618,00	34,36	40,83
STA. CRUZ TFE.	25.190.440,00	36.062.050,00	35,08	43,16
SEGOVIA	3.619.448,00	5.294.410,00	32,23	46,28
SEVILLA	29.870.006,00	44.809.220,00	23,37	50,01
SORIA	2.510.088,00	3.471.850,00	36,45	38,32
TARRAGONA	14.232.952,00	19.849.508,00	24,55	39,46
TERUEL	2.176.544,00	2.969.304,00	20,44	36,42
TOLEDO	13.973.306,00	19.108.220,00	27,38	36,75
VALENCIA	62.784.632,00	87.757.500,00	34,00	39,78
VALLADOLID	11.540.048,00	16.330.948,00	30,60	41,52
VIZCAYA	28.976.684,00	40.069.436,00	34,73	38,28
ZAMORA	4.619.170,00	6.677.242,00	34,38	44,56
ZARAGOZA	17.331.898,00	24.640.666,00	25,32	42,17
CEUTA	1.755.044,00	2.691.766,00	33,41	53,37
MELILLA	1.570.424,00	2.292.898,00	30,16	46,01
CANAL INTERNET	12.621.924,00	25.294.918,00	-----	99,24

## EUROMILLONES. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>1.047.467.934,00</b>	<b>1.469.734.318,00</b>	<b>31,25</b>	<b>40,30</b>
ANDALUCÍA	152.634.600,00	221.863.086,00	26,50	45,36
ARAGÓN	23.582.236,00	33.262.578,00	24,69	41,05
ASTURIAS	23.801.044,00	33.601.114,00	30,99	41,17
CANARIAS	57.649.884,00	81.988.566,00	38,70	42,22
CANTABRIA	12.619.582,00	17.847.110,00	30,13	41,42
CASTILLA Y LEÓN	59.218.712,00	84.519.988,00	33,02	42,73
CASTILLA- MANCHA	39.356.658,00	55.050.264,00	26,23	39,88
CATALUÑA	150.857.414,00	208.033.410,00	27,69	37,90
COM. VALENCIANA	128.680.226,00	177.081.968,00	34,64	37,61
EXTREMADURA	20.639.908,00	29.104.882,00	26,29	41,01
GALICIA	61.336.362,00	84.633.826,00	30,25	37,98
ILLES BALEARS	31.191.132,00	41.895.494,00	37,88	34,32
MADRID	167.404.214,00	228.032.382,00	35,31	36,22
MURCIA	29.298.240,00	42.477.906,00	29,06	44,98
NAVARRA	12.093.738,00	16.029.452,00	25,17	32,54
PAÍS VASCO	52.753.782,00	72.778.290,00	33,41	37,96
RIOJA, LA	8.402.810,00	11.254.420,00	34,91	33,94
CEUTA	1.755.044,00	2.691.766,00	33,41	53,37
MELILLA	1.570.424,00	2.292.898,00	30,16	46,01
CANAL INTERNET	12.621.924,00	25.294.918,00	-----	99,24

## ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE EUROMILLONES





El conjunto de juegos de Apuestas Deportivas mantuvo un comportamiento estable durante el año 2011, alcanzando unas ventas totales de 401.888.223 euros.

La emoción del fútbol y del mundo del turf es la base de las Apuestas Deportivas de Loterías y Apuestas del Estado, formadas por los siguientes juegos: La Quiniela, El Quinigol, Lototurf y Quíntuple Plus.

Los dos primeros “disputan” cada jornada futbolera con gran intensidad. La Quiniela es uno de los juegos más antiguos de Loterías, y tiene gran éxito y aceptación por parte de los participantes debido a su sencillez y a la emoción que conlleva el seguimiento de las diferentes competiciones de fútbol. El Quinigol es una modalidad más moderna, pero también disfruta de una gran acogida entre los seguidores.

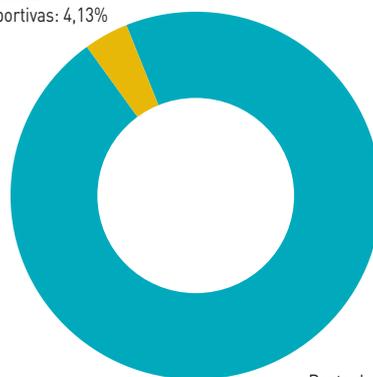
Por su parte, Lototurf y Quíntuple Plus se centran en el exclusivo deporte de la hípica; el primero es muy similar a una loto y el segundo es algo más especializado y requiere cierto conocimiento del mundo del turf.

En 2011, con respecto al ejercicio anterior, las Apuestas Deportivas experimentaron cierto descenso en las ventas, siendo La Quiniela la que más sufrió el efecto de la crisis económica que vivimos.

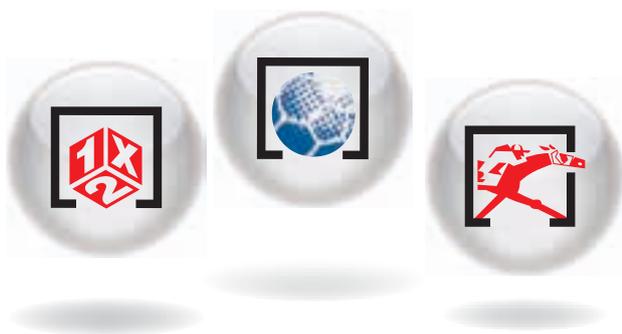
“La emoción del fútbol y del mundo del turf es la base de las Apuestas Deportivas de Loterías y Apuestas del Estado”

Porcentaje de Apuestas Deportivas sobre el total de ventas 2011

Apuestas  
Deportivas: 4,13%



Resto de juegos:  
95,87%





Muchos han sido los éxitos cosechados en los últimos años por nuestros equipos de fútbol, sin duda, el deporte rey en España. Como resultado, La Quiniela obtuvo unas ventas totales de 381.297.467 euros.

Durante el ejercicio 2011, se celebraron 55 jornadas y se efectuaron más de 762 millones de apuestas en nuestro país, en más de 69 millones de boletos.

El premio más importante cayó en Mairena de Aljarafe, en Sevilla, con una cantidad de 2.181.838 euros para un único acertante. Además, se repartieron otros dos premios de importantes cuantías, como uno de 1.758.183 euros y otro de 1.550.072 euros.

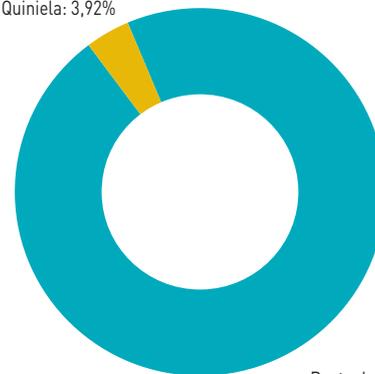
Una vez más, Madrid y Barcelona fueron las ciudades que más ventas obtuvieron de La Quiniela, con un total de más de 58 millones de euros cada una.

En cuanto al gasto por habitante, los ciudadanos de Ceuta fueron los que más invirtieron en La Quiniela, con 23,38 euros de media.



Porcentaje de La Quiniela sobre el total de ventas 2011

La Quiniela: 3,92%



Resto de juegos: 96,08%

## LA QUINIELA. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>487.907.643,50</b>	<b>381.297.467,00</b>	<b>8,11</b>	<b>-21,85</b>
ÁLAVA	2.916.251,00	2.380.464,50	7,50	-18,37
ALBACETE	3.829.868,50	3.008.361,00	7,49	-21,45
ALICANTE	18.601.940,00	14.000.107,50	7,27	-24,74
ALMERÍA	7.545.934,00	5.628.973,00	8,09	-25,40
ASTURIAS	9.932.359,50	7.915.435,00	7,30	-20,31
ÁVILA	2.340.205,50	1.906.749,00	11,09	-18,52
BADAJOS	5.441.633,00	4.208.201,50	6,08	-22,67
BARCELONA	70.482.365,50	58.115.071,50	10,55	-17,55
BURGOS	3.911.695,50	3.231.231,50	8,62	-17,40
CÁCERES	4.575.346,00	3.634.163,00	8,76	-20,57
CÁDIZ	9.662.290,00	7.473.417,00	6,04	-22,65
CANTABRIA	5.462.939,00	4.284.875,50	7,23	-21,56
CASTELLÓN	6.543.976,00	4.867.437,50	8,06	-25,62
CIUDAD REAL	4.456.307,50	3.705.091,50	7,00	-16,86
CÓRDOBA	5.433.643,50	4.200.854,00	5,22	-22,69
CORUÑA, A	10.017.606,50	7.938.247,50	6,92	-20,76
CUENCA	2.084.590,50	1.661.732,00	7,63	-20,28
GIRONA	7.682.886,50	5.780.874,00	7,68	-24,76
GRANADA	6.552.012,50	5.137.125,00	5,60	-21,59
GUADALAJARA	2.361.041,00	1.900.527,00	7,55	-19,50
GUIPÚZCOA	6.794.929,50	5.790.306,50	8,19	-14,78
HUELVA	4.944.375,00	3.877.359,50	7,48	-21,58
HUESCA	2.345.608,50	1.752.865,50	7,67	-25,27
ILLES BALEARS	11.423.095,00	8.571.108,50	7,75	-24,97
JAÉN	5.472.482,50	4.300.006,50	6,41	-21,42
LEÓN	5.275.653,00	4.272.500,00	8,56	-19,01
LUGO	3.375.914,50	2.591.970,50	7,33	-23,22
LLEIDA	5.099.021,00	4.288.258,00	9,75	-15,90
MADRID	78.924.871,50	58.598.009,00	9,07	-25,75
MÁLAGA	13.276.796,50	10.667.893,50	6,63	-19,65
MURCIA	13.952.765,50	10.844.492,00	7,42	-22,28
NAVARRA	6.449.240,50	4.851.594,00	7,62	-24,77
OURENSE	3.389.072,00	2.649.155,50	7,90	-21,83
PALENCIA	1.492.991,50	1.230.197,50	7,13	-17,60
PALMAS, LAS	12.997.248,50	10.347.110,50	9,49	-20,39
PONTEVEDRA	9.451.189,50	7.532.943,50	7,83	-20,30
RIOJA, LA	2.859.507,50	2.302.924,00	7,14	-19,46
SALAMANCA	4.917.666,00	4.025.355,50	11,38	-18,15
STA. CRUZ TFE.	10.107.547,50	7.498.334,50	7,29	-25,81
SEGOVIA	1.679.432,00	1.370.865,50	8,35	-18,37
SEVILLA	13.826.476,50	10.786.045,00	5,63	-21,99
SORIA	1.231.037,50	947.323,50	9,94	-23,05
TARRAGONA	10.549.949,00	6.520.103,00	8,07	-38,20
TERUEL	1.365.858,00	1.036.836,00	7,14	-24,09
TOLEDO	7.164.515,00	5.537.952,00	7,93	-22,70
VALENCIA	22.833.711,00	17.968.462,00	6,96	-21,31
VALLADOLID	4.917.640,50	4.127.753,50	7,74	-16,06
VIZCAYA	10.121.617,50	8.053.903,00	6,98	-20,43
ZAMORA	2.739.092,50	2.201.992,50	11,34	-19,61
ZARAGOZA	9.945.316,00	7.475.263,50	7,68	-24,84
CEUTA	2.461.641,50	1.884.270,00	23,38	-23,45
MELILLA	1.491.384,00	1.105.542,00	14,54	-25,87
CANAL INTERNET	5.195.105,50	5.309.832,50	-----	2,21

## LA QUINIELA. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>487.907.643,50</b>	<b>381.297.467,00</b>	<b>8,11</b>	<b>-21,85</b>
ANDALUCÍA	66.714.010,50	52.071.673,50	6,22	-21,95
ARAGÓN	13.656.782,50	10.264.965,00	7,62	-24,84
ASTURIAS	9.932.359,50	7.915.435,00	7,30	-20,31
CANARIAS	23.104.796,00	17.845.445,00	8,42	-22,76
CANTABRIA	5.462.939,00	4.284.875,50	7,23	-21,56
CASTILLA Y LEÓN	28.505.414,00	23.313.968,50	9,11	-18,21
CASTILLA- MANCHA	19.896.322,50	15.813.663,50	7,54	-20,52
CATALUÑA	93.814.222,00	74.704.306,50	9,94	-20,37
COM. VALENCIANA	47.979.627,00	36.836.007,00	7,21	-23,23
EXTREMADURA	10.016.979,00	7.842.364,50	7,08	-21,71
GALICIA	26.233.782,50	20.712.317,00	7,40	-21,05
ILLES BALEARS	11.423.095,00	8.571.108,50	7,75	-24,97
MADRID	78.924.871,50	58.598.009,00	9,07	-25,75
MURCIA	13.952.765,50	10.844.492,00	7,42	-22,28
NAVARRA	6.449.240,50	4.851.594,00	7,62	-24,77
PAÍS VASCO	19.832.798,00	16.224.674,00	7,45	-18,19
RIOJA, LA	2.859.507,50	2.302.924,00	7,14	-19,46
CEUTA	2.461.641,50	1.884.270,00	23,38	-23,45
MELILLA	1.491.384,00	1.105.542,00	14,54	-25,87
CANAL INTERNET	5.195.105,50	5.309.832,50	-----	2,21

### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE LA QUINIELA





A lo largo de todo el año 2011 se repartieron 1.004.899 premios por un importe total de 5.403.903,18 euros.

Fue en la temporada 2005/06 cuando El Quinigol se implantó de manera definitiva y comenzó a hacerse popular entre los participantes. Es una modalidad atractiva para los apasionados de La Quiniela y el fútbol, ya que consiste en acertar el número de goles que marcará cada equipo en los diferentes partidos que se van jugando.

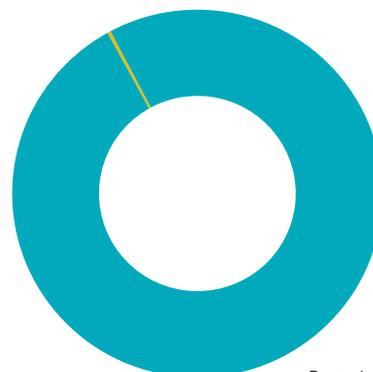
Durante el 2011 se disputaron 63 jornadas, consiguiendo unas ventas totales de 9.619.817 euros. Además, el premio más importante de 2011 de El Quinigol fue de 539.447 euros a un único acertante y recayó en Murcia, consiguiéndose así un récord histórico en la entrega de premios de este juego.

En muchas provincias de España hubo un buen incremento en las ventas de El Quinigol con respecto al año 2010, destacando Teruel y Cantabria, que aumentaron el número de boletos vendidos de un año para otro en un 211,74% y un 109,95%, respectivamente. Por su parte, las Comunidades con mayores ventas fueron Andalucía y Cataluña, con 1.542.390 y 1.536.395 euros cada una.



**Porcentaje de El Quinigol sobre el total de ventas 2011**

El Quinigol: 0,10%



Resto de juegos:  
99,90%

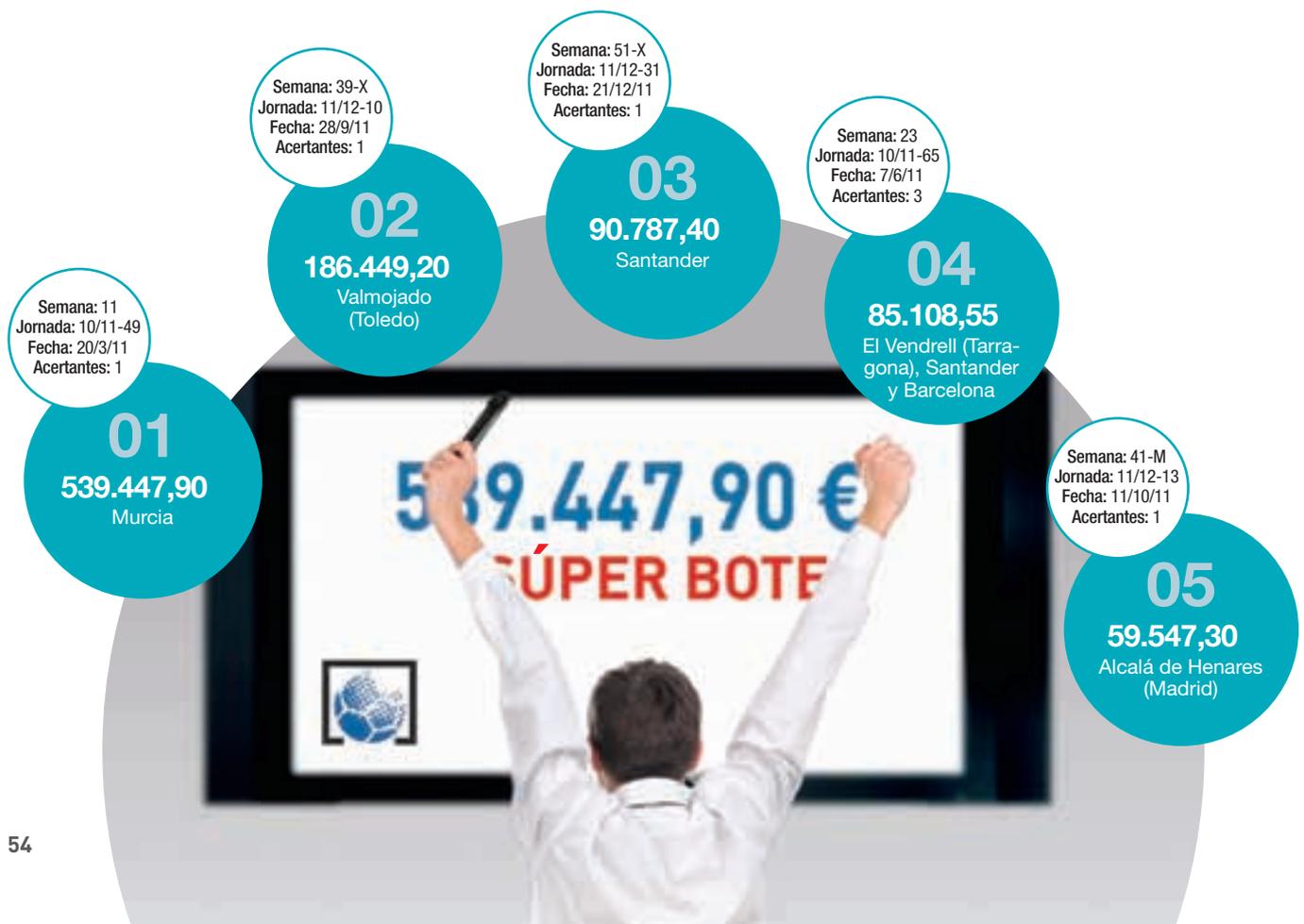
## EL QUINIGOL. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>9.729.538,00</b>	<b>9.619.817,00</b>	<b>0,20</b>	<b>-1,13</b>
ÁLAVA	38.983,00	34.495,00	0,11	-11,51
ALBACETE	81.147,00	91.419,00	0,23	12,66
ALICANTE	340.191,00	358.266,00	0,19	5,31
ALMERÍA	151.039,00	144.956,00	0,21	-4,03
ASTURIAS	203.450,00	195.316,00	0,18	-4,00
ÁVILA	70.899,00	76.983,00	0,45	8,58
BADAJOS	169.214,00	124.140,00	0,18	-26,64
BARCELONA	1.081.593,00	1.157.132,00	0,21	6,98
BURGOS	81.495,00	83.772,00	0,22	2,79
CÁCERES	121.059,00	100.433,00	0,24	-17,04
CÁDIZ	295.069,00	282.714,00	0,23	-4,19
CANTABRIA	119.666,00	251.233,00	0,42	109,95
CASTELLÓN	115.396,00	119.511,00	0,20	3,57
CIUDAD REAL	97.312,00	94.703,00	0,18	-2,68
CÓRDOBA	98.702,00	86.015,00	0,11	-12,85
CORUÑA, A	278.762,00	287.793,00	0,25	3,24
CUENCA	49.339,00	43.204,00	0,20	-12,43
GIRONA	141.690,00	149.972,00	0,20	5,85
GRANADA	124.230,00	125.117,00	0,14	0,71
GUADALAJARA	45.766,00	40.652,00	0,16	-11,17
GUIPÚZCOA	92.567,00	86.537,00	0,12	-6,51
HUELVA	157.751,00	139.810,00	0,27	-11,37
HUESCA	58.824,00	64.004,00	0,28	8,81
ILLES BALEARS	235.351,00	195.378,00	0,18	-16,98
JAÉN	109.814,00	92.751,00	0,14	-15,54
LEÓN	111.511,00	113.828,00	0,23	2,08
LUGO	99.884,00	84.032,00	0,24	-15,87
LLEIDA	101.274,00	99.742,00	0,23	-1,51
MADRID	1.242.677,00	1.139.546,00	0,18	-8,30
MÁLAGA	336.626,00	335.752,00	0,21	-0,26
MURCIA	297.389,00	278.304,00	0,19	-6,42
NAVARRA	112.717,00	86.457,00	0,14	-23,30
OURENSE	72.047,00	59.269,00	0,18	-17,74
PALENCIA	29.759,00	28.855,00	0,17	-3,04
PALMAS, LAS	325.688,00	314.490,00	0,29	-3,44
PONTEVEDRA	199.936,00	192.520,00	0,20	-3,71
RIOJA, LA	86.629,00	89.702,00	0,28	3,55
SALAMANCA	90.553,00	100.052,00	0,28	10,49
STA. CRUZ TFE.	213.302,00	199.046,00	0,19	-6,68
SEGOVIA	39.290,00	42.138,00	0,26	7,25
SEVILLA	371.960,00	335.275,00	0,17	-9,86
SORIA	22.548,00	20.833,00	0,22	-7,61
TARRAGONA	120.356,00	129.549,00	0,16	7,64
TERUEL	18.806,00	58.625,00	0,40	211,74
TOLEDO	181.887,00	194.950,00	0,28	7,18
VALENCIA	572.720,00	552.649,00	0,21	-3,50
VALLADOLID	130.031,00	115.279,00	0,22	-11,34
VIZCAYA	188.030,00	195.070,00	0,17	3,74
ZAMORA	41.308,00	40.904,00	0,21	-0,98
ZARAGOZA	163.283,00	164.058,00	0,17	0,47
CEUTA	17.070,00	18.290,00	0,23	7,15
MELILLA	22.478,00	17.865,00	0,23	-20,52
CANAL INTERNET	160.470,00	186.431,00	-----	16,18

## EL QUINIGOL. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>9.729.538,00</b>	<b>9.619.817,00</b>	<b>0,20</b>	<b>-1,13</b>
ANDALUCÍA	1.645.191,00	1.542.390,00	0,18	-6,25
ARAGÓN	240.913,00	286.687,00	0,21	19,00
ASTURIAS	203.450,00	195.316,00	0,18	-4,00
CANARIAS	538.990,00	513.536,00	0,24	-4,72
CANTABRIA	119.666,00	251.233,00	0,42	109,95
CASTILLA Y LEÓN	617.394,00	622.644,00	0,24	0,85
CASTILLA- MANCHA	455.451,00	464.928,00	0,22	2,08
CATALUÑA	1.444.913,00	1.536.395,00	0,20	6,33
COM. VALENCIANA	1.028.307,00	1.030.426,00	0,20	0,21
EXTREMADURA	290.273,00	224.573,00	0,20	-22,63
GALICIA	650.629,00	623.614,00	0,22	-4,15
ILLES BALEARS	235.351,00	195.378,00	0,18	-16,98
MADRID	1.242.677,00	1.139.546,00	0,18	-8,30
MURCIA	297.389,00	278.304,00	0,19	-6,42
NAVARRA	112.717,00	86.457,00	0,14	-23,30
PAÍS VASCO	319.580,00	316.102,00	0,15	-1,09
RIOJA, LA	86.629,00	89.702,00	0,28	3,55
CEUTA	17.070,00	18.290,00	0,23	7,15
MELILLA	22.478,00	17.865,00	0,23	-20,52
CANAL INTERNET	160.470,00	186.431,00	-----	16,18

### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE EL QUINIGOL





Al igual que en 2010, durante el año 2011 tuvieron lugar 77 sorteos de Lototurf, alcanzando unas ventas totales de 8.058.613 euros.

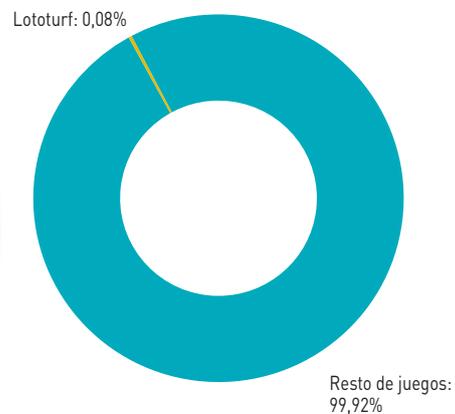
El azar y la suerte son dos de los preceptos de este juego, ya que los seis números de la combinación ganadora se obtienen de un sorteo y solo el séptimo depende del resultado del caballo ganador de la cuarta carrera.

A lo largo del período 2011 se repartieron un total de 4.920.388 euros en premios. Cabe destacar que 2.689.290 euros fueron a parar a Madrid, a un único acertante, convirtiéndose en el segundo premio más importante de la historia de Lototurf.

De nuevo Madrid fue líder indiscutible de ventas en 2011, con un total de 1.188.908 euros, y Teruel y Almería, las provincias en las que más incremento hubo, con un 18,41% y un 15,73%, respectivamente.



Porcentaje de Lototurf sobre el total de ventas 2011



## LOTOTURF. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>8.237.129,00</b>	<b>8.058.613,00</b>	<b>0,17</b>	<b>-2,17</b>
ÁLAVA	40.626,00	45.470,00	0,14	11,92
ALBACETE	65.999,00	61.023,00	0,15	-7,54
ALICANTE	347.641,00	315.450,00	0,16	-9,26
ALMERÍA	92.359,00	106.886,00	0,15	15,73
ASTURIAS	251.103,00	234.629,00	0,22	-6,56
ÁVILA	38.447,00	35.377,00	0,21	-7,99
BADAJOS	97.369,00	96.448,00	0,14	-0,95
BARCELONA	450.734,00	490.007,00	0,09	8,71
BURGOS	56.897,00	56.838,00	0,15	-0,10
CÁCERES	104.479,00	93.826,00	0,23	-10,20
CÁDIZ	220.722,00	208.033,00	0,17	-5,75
CANTABRIA	110.564,00	97.112,00	0,16	-12,17
CASTELLÓN	106.970,00	97.228,00	0,16	-9,11
CIUDAD REAL	99.129,00	94.241,00	0,18	-4,93
CÓRDOBA	101.740,00	89.013,00	0,11	-12,51
CORUÑA, A	262.331,00	228.149,00	0,20	-13,03
CUENCA	81.266,00	72.309,00	0,33	-11,02
GIRONA	82.047,00	75.564,00	0,10	-7,90
GRANADA	125.044,00	114.419,00	0,12	-8,50
GUADALAJARA	63.268,00	69.561,00	0,28	9,95
GUIPÚZCOA	141.506,00	137.984,00	0,20	-2,49
HUELVA	89.396,00	85.271,00	0,16	-4,61
HUESCA	46.076,00	41.184,00	0,18	-10,62
ILLES BALEARS	142.267,00	143.724,00	0,13	1,02
JAÉN	69.630,00	64.815,00	0,10	-6,92
LEÓN	103.546,00	98.069,00	0,20	-5,29
LUGO	63.376,00	57.699,00	0,16	-8,96
LLEIDA	62.119,00	63.104,00	0,14	1,59
MADRID	1.206.621,00	1.188.908,00	0,18	-1,47
MÁLAGA	246.317,00	244.243,00	0,15	-0,84
MURCIA	228.620,00	209.183,00	0,14	-8,50
NAVARRA	94.139,00	86.423,00	0,14	-8,20
OURENSE	151.534,00	109.188,00	0,33	-27,94
PALENCIA	23.350,00	23.720,00	0,14	1,58
PALMAS, LAS	329.023,00	329.537,00	0,30	0,16
PONTEVEDRA	253.260,00	243.768,00	0,25	-3,75
RIOJA, LA	57.714,00	57.463,00	0,18	-0,43
SALAMANCA	88.752,00	81.799,00	0,23	-7,83
STA. CRUZ TFE.	363.727,00	363.768,00	0,35	0,01
SEGOVIA	49.762,00	50.541,00	0,31	1,57
SEVILLA	225.543,00	224.207,00	0,12	-0,59
SORIA	24.552,00	18.437,00	0,19	-24,91
TARRAGONA	69.112,00	69.608,00	0,09	0,72
TERUEL	21.337,00	25.266,00	0,17	18,41
TOLEDO	102.170,00	104.370,00	0,15	2,15
VALENCIA	442.146,00	449.709,00	0,17	1,71
VALLADOLID	104.546,00	87.917,00	0,16	-15,91
VIZCAYA	133.220,00	133.129,00	0,12	-0,07
ZAMORA	67.160,00	63.728,00	0,33	-5,11
ZARAGOZA	130.525,00	127.093,00	0,13	-2,63
CEUTA	17.394,00	18.474,00	0,23	6,21
MELILLA	13.715,00	15.143,00	0,20	10,41
CANAL INTERNET	276.239,00	359.558,00	-----	30,16

## LOTOTURF. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>8.237.129,00</b>	<b>8.058.613,00</b>	<b>0,17</b>	<b>-2,17</b>
ANDALUCÍA	1.170.751,00	1.136.887,00	0,14	-2,89
ARAGÓN	197.938,00	193.543,00	0,14	-2,22
ASTURIAS	251.103,00	234.629,00	0,22	-6,56
CANARIAS	692.750,00	693.305,00	0,33	0,08
CANTABRIA	110.564,00	97.112,00	0,16	-12,17
CASTILLA Y LEÓN	557.012,00	516.426,00	0,20	-7,29
CASTILLA- MANCHA	411.832,00	401.504,00	0,19	-2,51
CATALUÑA	664.012,00	698.283,00	0,09	5,16
COM. VALENCIANA	896.757,00	862.387,00	0,17	-3,83
EXTREMADURA	201.848,00	190.274,00	0,17	-5,73
GALICIA	730.501,00	638.804,00	0,23	-12,55
ILLES BALEARS	142.267,00	143.724,00	0,13	1,02
MADRID	1.206.621,00	1.188.908,00	0,18	-1,47
MURCIA	228.620,00	209.183,00	0,14	-8,50
NAVARRA	94.139,00	86.423,00	0,14	-8,20
PAÍS VASCO	315.352,00	316.583,00	0,15	0,39
RIOJA, LA	57.714,00	57.463,00	0,18	-0,43
CEUTA	17.394,00	18.474,00	0,23	6,21
MELILLA	13.715,00	15.143,00	0,20	10,41
CANAL INTERNET	276.239,00	359.558,00	-----	30,16

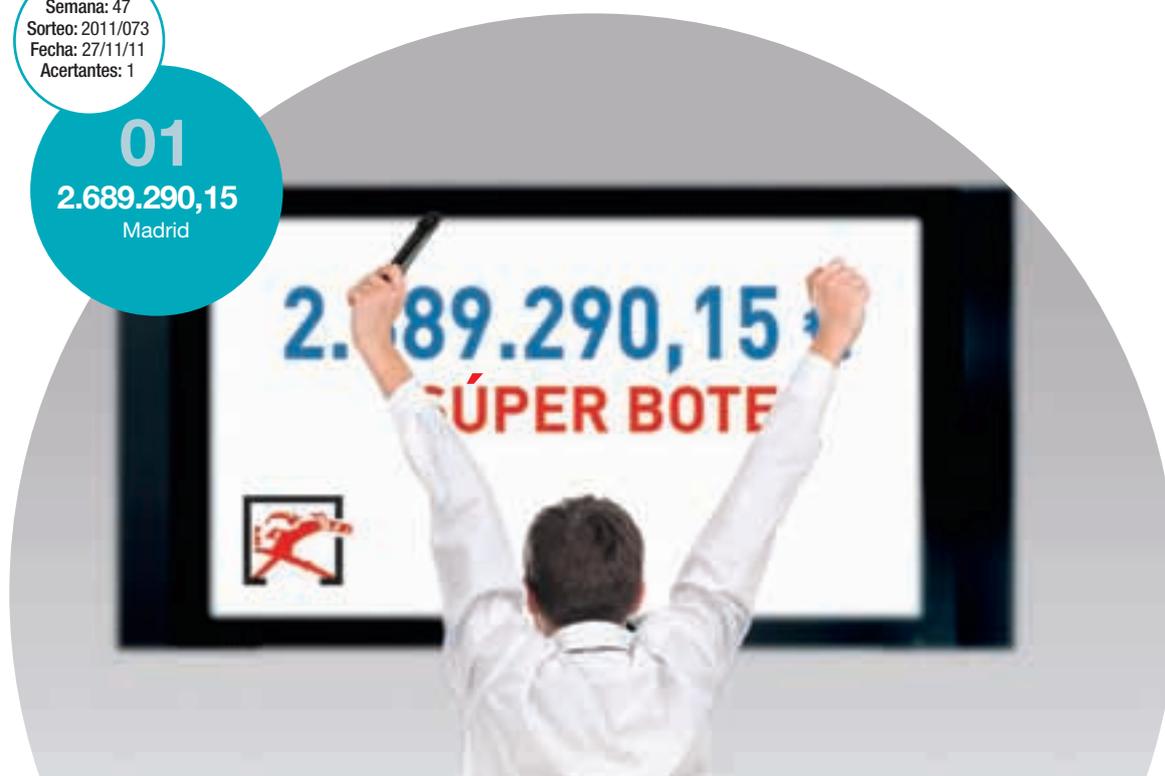
### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE LOTOTURF

Semana: 47  
Sorteo: 2011/073  
Fecha: 27/11/11  
Acertantes: 1

**01**

**2.689.290,15**

Madrid





Especialmente dirigida a los aficionados del turf, Quintuple Plus otorgó durante este periodo 1.620.754 euros, repartidos en 25.248 premios.

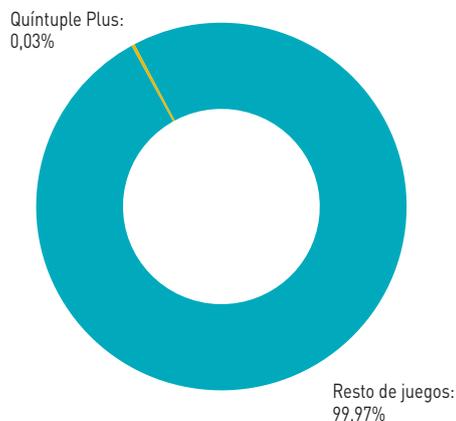
Esta modalidad hípica tan especializada –los números ganadores se obtienen directamente de los resultados de las carreras de caballos celebradas en los hipódromos adscritos– mantuvo un comportamiento muy estable con respecto al ejercicio anterior. Con 77 jornadas, las mismas que el pasado ejercicio, la venta anual de 2011 alcanzó los 2.912.326 euros.

El premio más importante del período 2011 recayó en Madrid, con un importe total de 140.657 a un único acertante. Fue además en esta misma ciudad donde más ventas se realizaron a lo largo de todo el año, ascendiendo a un total de 1.251.458 euros, una cifra muy por encima de las del resto de las provincias.

Con respecto al incremento en las ventas, aunque los madrileños fueron los que más gastaron de media en este juego, los leoneses y los zamoranos fueron los que más incrementaron las ventas con un 62,02% y un 44,63% respectivamente.



Porcentaje de Quintuple Plus sobre el total de ventas 2011



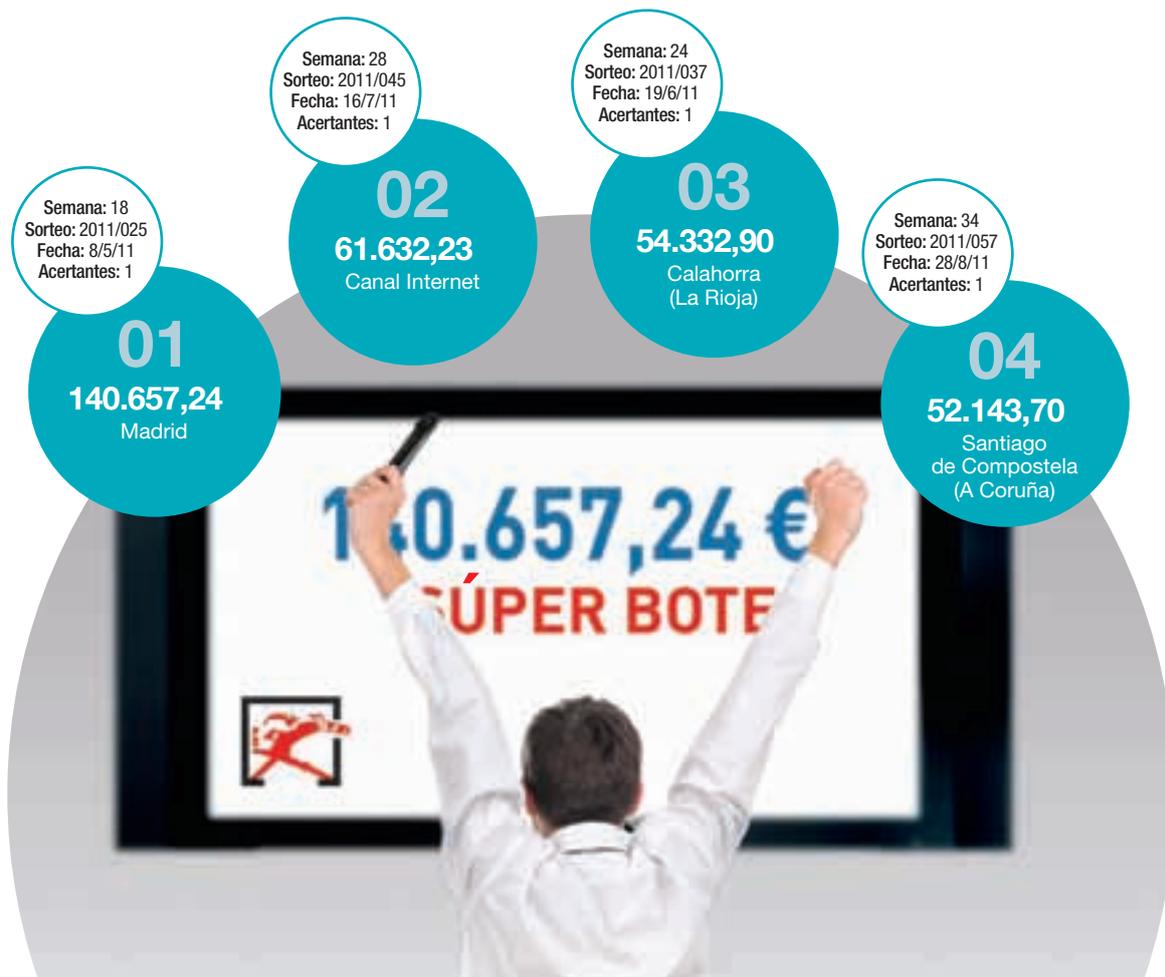
## QUÍNTUPLE PLUS. VENTA POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>3.014.567,00</b>	<b>2.912.326,00</b>	<b>0,06</b>	<b>-3,39</b>
ÁLAVA	11.361,00	7.618,00	0,02	-32,95
ALBACETE	6.916,00	5.592,00	0,01	-19,14
ALICANTE	89.037,00	63.327,00	0,03	-28,88
ALMERÍA	17.407,00	17.572,00	0,03	0,95
ASTURIAS	45.511,00	36.983,00	0,03	-18,74
ÁVILA	19.291,00	15.152,00	0,09	-21,46
BADAJOS	49.046,00	29.928,00	0,04	-38,98
BARCELONA	118.256,00	105.004,00	0,02	-11,21
BURGOS	9.085,00	9.926,00	0,03	9,26
CÁCERES	16.073,00	13.003,00	0,03	-19,10
CÁDIZ	32.434,00	28.242,00	0,02	-12,92
CANTABRIA	69.696,00	53.731,00	0,09	-22,91
CASTELLÓN	18.255,00	17.737,00	0,03	-2,84
CIUDAD REAL	10.256,00	9.710,00	0,02	-5,32
CÓRDOBA	15.583,00	8.715,00	0,01	-44,07
CORUÑA, A	58.867,00	60.631,00	0,05	3,00
CUENCA	24.318,00	16.505,00	0,08	-32,13
GIRONA	7.891,00	6.294,00	0,01	-20,24
GRANADA	12.618,00	10.419,00	0,01	-17,43
GUADALAJARA	9.706,00	5.352,00	0,02	-44,86
GUIPÚZCOA	63.439,00	54.357,00	0,08	-14,32
HUELVA	11.875,00	10.011,00	0,02	-15,70
HUESCA	10.467,00	4.302,00	0,02	-58,90
ILLES BALEARS	29.362,00	31.829,00	0,03	8,40
JAÉN	7.769,00	7.166,00	0,01	-7,76
LEÓN	18.310,00	29.665,00	0,06	62,02
LUGO	11.861,00	7.055,00	0,02	-40,52
LLEIDA	25.784,00	16.092,00	0,04	-37,59
MADRID	1.250.152,00	1.251.458,00	0,19	0,10
MÁLAGA	38.547,00	48.354,00	0,03	25,44
MURCIA	56.032,00	62.065,00	0,04	10,77
NAVARRA	20.489,00	20.936,00	0,03	2,18
OURENSE	16.267,00	14.156,00	0,04	-12,98
PALENCIA	4.633,00	4.150,00	0,02	-10,43
PALMAS, LAS	77.601,00	76.773,00	0,07	-1,07
PONTEVEDRA	35.112,00	29.320,00	0,03	-16,50
RIOJA, LA	15.694,00	12.901,00	0,04	-17,80
SALAMANCA	18.394,00	9.934,00	0,03	-45,99
STA. CRUZ TFE.	66.199,00	59.158,00	0,06	-10,64
SEGOVIA	22.200,00	18.394,00	0,11	-17,14
SEVILLA	48.357,00	47.571,00	0,02	-1,63
SORIA	3.635,00	855,00	0,01	-76,48
TARRAGONA	5.885,00	6.969,00	0,01	18,42
TERUEL	2.289,00	1.153,00	0,01	-49,63
TOLEDO	22.223,00	23.123,00	0,03	4,05
VALENCIA	189.380,00	156.642,00	0,06	-17,29
VALLADOLID	14.649,00	11.005,00	0,02	-24,88
VIZCAYA	23.592,00	23.833,00	0,02	1,02
ZAMORA	9.313,00	13.469,00	0,07	44,63
ZARAGOZA	28.554,00	26.399,00	0,03	-7,55
CEUTA	1.207,00	842,00	0,01	-30,24
MELILLA	479,00	366,00	0,00	-23,59
CANAL INTERNET	223.210,00	310.582,00	-----	39,14

## QUÍNTUPLE PLUS. VENTA POR COMUNIDADES

PROVINCIAS	VENTA 2010	VENTA 2011	GASTO POR HABITANTE 2011	% INCREMENTO 2011 - 2010
<b>TOTAL</b>	<b>3.014.567,00</b>	<b>2.912.326,00</b>	<b>0,06</b>	<b>-3,39</b>
ANDALUCÍA	184.590,00	178.050,00	0,02	-3,54
ARAGÓN	41.310,00	31.854,00	0,02	-22,89
ASTURIAS	45.511,00	36.983,00	0,03	-18,74
CANARIAS	143.800,00	135.931,00	0,06	-5,47
CANTABRIA	69.696,00	53.731,00	0,09	-22,91
CASTILLA Y LEÓN	119.510,00	112.550,00	0,04	-5,82
CASTILLA- MANCHA	73.419,00	60.282,00	0,03	-17,89
CATALUÑA	157.816,00	134.359,00	0,02	-14,86
COM. VALENCIANA	296.672,00	237.706,00	0,05	-19,88
EXTREMADURA	65.119,00	42.931,00	0,04	-34,07
GALICIA	122.107,00	111.162,00	0,04	-8,96
ILLES BALEARS	29.362,00	31.829,00	0,03	8,40
MADRID	1.250.152,00	1.251.458,00	0,19	0,10
MURCIA	56.032,00	62.065,00	0,04	10,77
NAVARRA	20.489,00	20.936,00	0,03	2,18
PAÍS VASCO	98.392,00	85.808,00	0,04	-12,79
RIOJA, LA	15.694,00	12.901,00	0,04	-17,80
CEUTA	1.207,00	842,00	0,01	-30,24
MELILLA	479,00	366,00	0,00	-23,59
CANAL INTERNET	223.210,00	310.582,00	-----	39,14

### ■ LOS PREMIOS MÁS IMPORTANTES DE QUÍNTUPLE PLUS





**1** Sorteo Extraordinario de "El Niño".  
**2** Los niños que cantaron el Gordo de Navidad.  
**3** Sorteo AECC celebrado en Bilbao (05/02/11).  
**4** Sorteo de Lotería Nacional celebrado en Las Palmas (26/02/11).  
**5** Sorteo Especial "Cruz Roja" celebrado en Pontevedra (09/04/11).

**6** Sorteo de Lotería Nacional celebrado en el Real Sitio de San Ildefonso, Segovia (23/07/11).  
**7** Vicente del Bosque, seleccionador nacional de fútbol, en la XXX Gala Nacional del Deporte.  
**8** Premio de Quintuple Plus en Iruña.





# 06. RECURSOS HUMANOS Y TÉCNICOS

- Estructura de personal
- Formación, la base del liderazgo
- Prevención de Riesgos Laborales
- El soporte informático, una herramienta fundamental
- Sistemas informáticos
- Web de Loterías y Apuestas del Estado
- Servicio de Planificación y Gestión de Producción

La innovación tecnológica sumada a la amplia experiencia de los trabajadores que conforman la plantilla constituyen el motor de Loterías y Apuestas del Estado.

#### ■ Estructura de personal

La transformación de Entidad Pública Empresarial en Sociedad Estatal ha demostrado la capacidad de Loterías para adaptarse a las nuevas situaciones y a las exigencias de la sociedad actual. En materia de personal, este cambio ha afectado en la realización de gestiones relativas a la adaptación de la nueva personalidad jurídica, como son:

- Modificaciones relacionadas con la cotización de la Seguridad Social, cambios en la aplicación de nóminas, gestión de la situación de servicios especiales de los funcionarios que cambian su condición jurídica por la de contratado laboral e implementación del nuevo procedimiento de selección de personal.
- Negociación y gestión del traspaso de 34 funcionarios y 10 contratados laborales a la Dirección General de Ordenación del Juego.
- Estudio y elaboración de las propuestas de laboralización para el personal funcionario e información individualizada a cada uno de los funcionarios de SELAE.
- Gestión y colaboración en el Plan Estratégico de la Sociedad.
- Permisos al personal laboral para solicitar su incorporación al Ministerio de Economía y Hacienda, en virtud de lo establecido en el artículo 26 del Convenio.

Con respecto a las Relaciones Laborales, se firmó el Acuerdo 2011 sobre criterios de asignación individual del complemento de productividad vinculado a objetivos, aplicable al personal funcionario y al laboral. Además, se acordó un marco de colaboración con STL.

Loterías aboga por sus trabajadores, por ello ha iniciado el procedimiento de Convocatoria de procesos selectivos de promoción interna para el personal laboral acogido a convenio, concretamente para los grupos profesionales 1, 2 y 3. Y para ampliar la



“SELAE invirtió en 2011 un 53% más en formación e impartió un 38% más de horas que el año anterior”

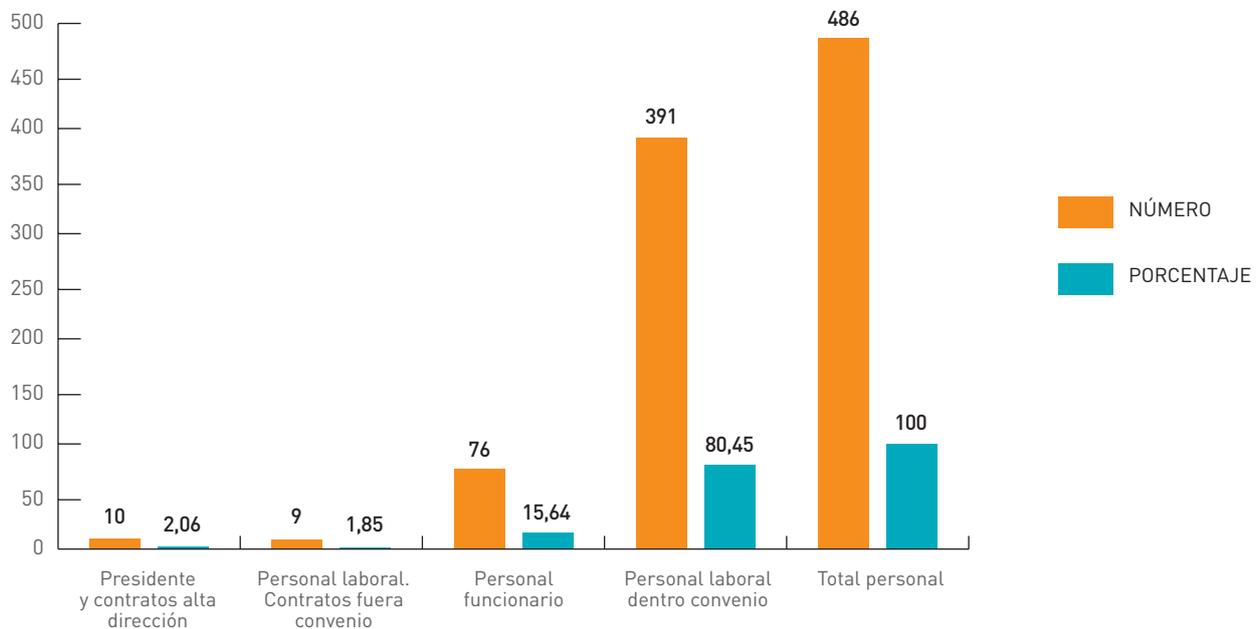
transparencia, una de las máximas de la Sociedad, ha puesto en marcha el Portal del Empleado, que facilita la consulta de datos personales y profesionales del expediente del trabajador.

A 31 de diciembre de 2011, Loterías y Apuestas del Estado contaba con 486 efectivos, de los que el 80,45% era personal laboral dentro de convenio; el 15,64%, personal funcionario; el 1,85%, personal laboral con contratos fuera de convenio; y el 2,06% correspondía al Presidente

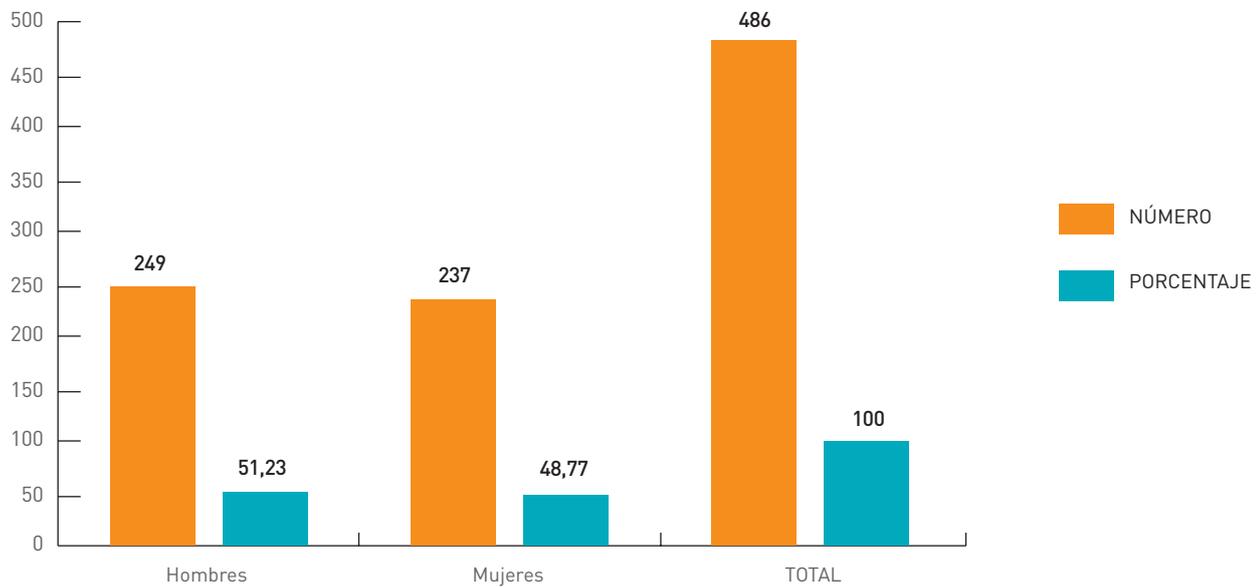
y la Alta Dirección. Esta plantilla, de carácter tan heterogéneo, se ha visto reducida en 60 personas con respecto al ejercicio anterior, puesto que 44 trabajadores se integraron en la Dirección General de Ordenación del Juego.

La composición de la plantilla por sexo está muy igualada: el 51,23% son hombres y el 48,77%, mujeres. Por último, la edad media del personal se sitúa en los 51 años, muy parecida a la de la Administración General del Estado.

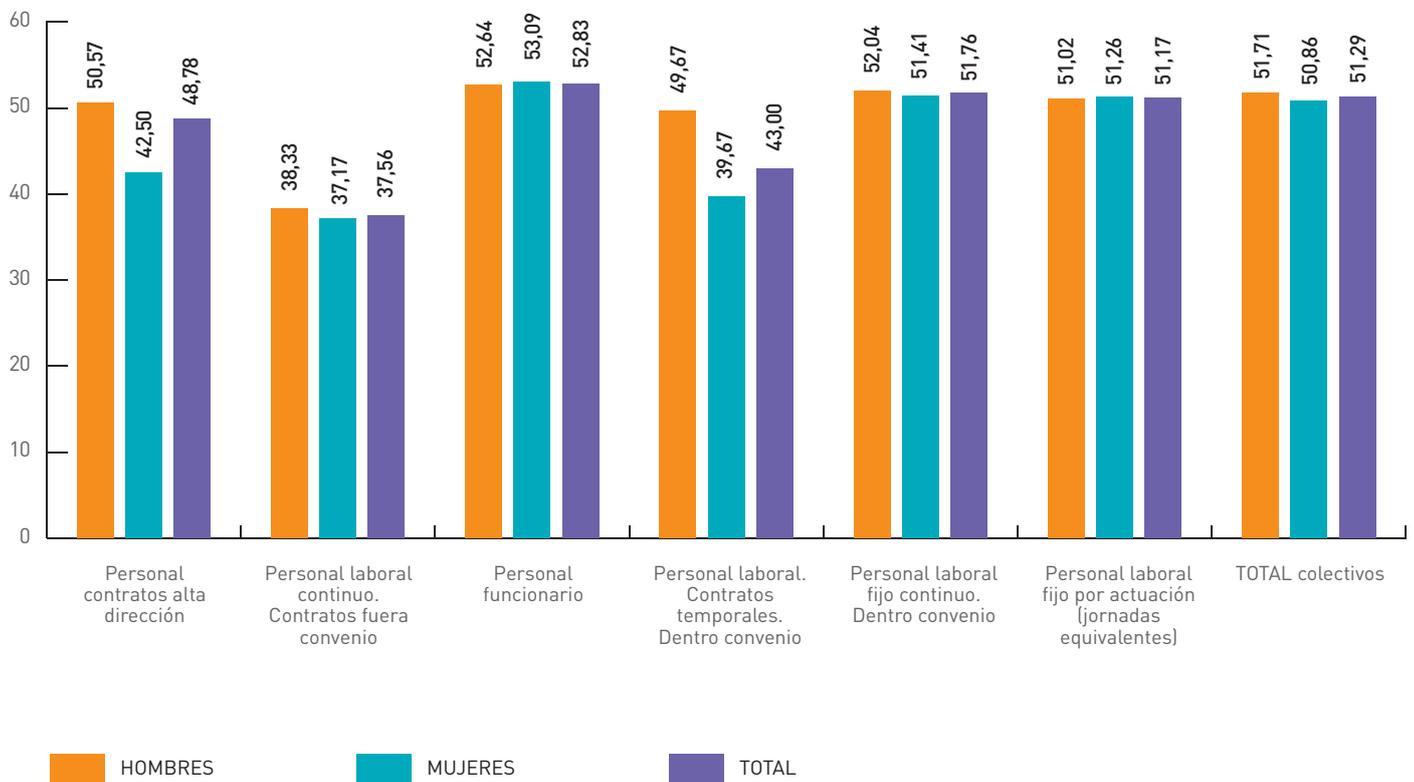
**Distribución por régimen jurídico**  
Efectivos a 31/12/2011



### Estructura por sexo Efectivos a 31/12/2011



### Estructura por edad Efectivos a 31/12/2011



### ■ Formación, la base del liderazgo

Añadir formación a la formación es la base para ser cien por cien eficientes y competitivos, seguir creciendo cada día y estar actualizados ante los nuevos conocimientos. Además, los cambios tecnológicos y organizativos que se han experimentado en la Sociedad han motivado el desarrollo de un Plan de Formación abierto y dinámico, que contó con la colaboración del Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

El Plan de Formación ofreció un total de 830 actividades formativas, organizadas desde la propia Sociedad (16.025,5 horas) y el INAP (773 horas). Los cursos se desarrollaron de manera presencial, *e-learning* y mixta, siendo la modalidad *online* la más utilizada (9.323 horas).

Consciente de la importancia del continuo aprendizaje, SELAE invirtió en 2011 un 53% más en formación e impartió 16.798,5 horas, es decir, un 38% más que el año anterior. La implicación de Loterías se vio reflejada en la participación de los empleados, que aumentó un 22% con respecto al ejercicio de 2010 (una media de 1 a 4 cursos por alumno).

#### PLAN DE FORMACIÓN ELABORADO EN LA SOCIEDAD

	ACCIONES FORMATIVAS	HORAS
AÑO 2011	801	16.025,5

#### PLAN DE FORMACIÓN EN COLABORACIÓN CON EL INAP

	ACCIONES FORMATIVAS	HORAS
AÑO 2011	29	773

### ■ Prevención de Riesgos Laborales

Como cada año, Loterías ha apostado por un exhaustivo Plan de Prevención de Riesgos Laborales con el fin de perpetuar una cultura común en materia de seguridad y salud laboral.

Además, en 2011 se contrató un servicio de prevención ajeno. Tras valorarse varias sociedades, FREMAP fue la empresa encargada de garantizar la seguridad a los trabajadores y eliminar los riesgos, para crear un ambiente laboral más seguro.

Los aspectos más relevantes de la actividad preventiva desarrollada por Loterías y Apuestas del Estado son los siguientes:

- Se diseñó un protocolo de coordinación de actividades empresariales para los sorteos que se realizan fuera de las instalaciones de SELAE.
- La constitución de un Plan de actuación ante emergencias en el Salón de Sorteos de la sede central.
- El 30 de noviembre se realizó un simulacro de incendio y evacuación.
- Campaña de vacunación antigripal y 149 reconocimientos médicos.
- Se impartieron cursos de *Primeros auxilios en el medio laboral* y de *Lesiones más frecuentes de la espalda en el ámbito laboral*.
- Colaboración en la campaña de donación de sangre de Cruz Roja.

Al margen de todas estas medidas, SELAE ha impartido también cursos sobre Prevención de Riesgos Laborales, dedicando 1.361 horas lectivas a formar e informar al personal de la Sociedad.

Las medidas efectuadas han sido todo un éxito, puesto que el índice de incidencia ha sido del 17,13%, muy inferior al de 2010 del Sector Servicios, que fue del 29,97%. Concretamente, en 2011 hubo ocho accidentes con baja laboral.

Un año más, hay que destacar la actitud activa de los responsables de equipos y de las personas que los forman; gracias a su actuación se ha podido llevar a cabo la programación en materia preventiva.



### ■ El soporte informático, una herramienta fundamental

En sintonía con la era de las comunicaciones y los avances tecnológicos que estamos viviendo, Loterías y Apuestas del Estado ha mejorado, un año más, sus aplicaciones corporativas y de gestión de juegos, tomando siempre en consideración las necesidades de todos los usuarios.

A lo largo de 2011 Loterías y Apuestas del Estado desarrolló una serie de servicios informáticos y de planificación y gestión de la producción básicos para el crecimiento empresarial.

### ■ Sistemas informáticos

#### ■ Adquisiciones de material informático

Durante 2011, SELAE renovó algunos de sus equipos informáticos, con el fin de acercarse a las tecnologías más punteras del momento. Así, adquirieron 345 nuevos ordenadores, más de 300 monitores, equipos portátiles, impresoras, tabletas iPad y diverso material informático de sustitución y repuesto.

#### ■ Unidad de Administración de Redes y Servidores

De igual manera, también actualizó el sistema de redes y servidores informáticos con diferentes acciones. Se contrataron nuevos servicios de mantenimiento, implementado los backups de datos y la relación de confianza entre los dominios LAE y STL, e incrementado el tamaño de los mensajes de envío.

Asimismo, se puso en marcha un nuevo servidor con el servicio WDS (Windows Deployment Services) para la captura y despliegue de imágenes, se optimizó el espacio en las unidades de almacenamiento y se mejoraron las comunicaciones entre las sedes de Capitán Haya, Xaudaró y Manuel Tovar con la implantación de un anillo de fibra, que amplía el ancho de banda.

Además, habiendo realizado auditorías ISO 27001 (BSI), Loterías también estableció un nuevo sistema operativo para los equipos cliente y nuevas versiones de *software* y de antivirus, y migró las aplicaciones de nóminas y de control horario a nuevos servidores. También incorporó dos ayudantes de administrador de red a la unidad y atendió un total de 1.886 incidencias.



“A lo largo de 2011 Loterías y Apuestas del Estado desarrolló una serie de servicios informáticos y de planificación y gestión de la producción básicos para el crecimiento empresarial”

### ■ Unidad de Microinformática

Loterías y Apuestas del Estado quiso hacer un esfuerzo por adaptarse a las últimas tendencias en el sector de las telecomunicaciones, en su afán de constante cambio y crecimiento.

Durante 2011 instaló 250 nuevos equipos, que sustituyen a los que se quedaron obsoletos, y renovó su sistema operativo, el paquete ofimático y el sistema antivirus. Asimismo, instaló nuevas impresoras con conexión de red y atendió un total de 2.694 incidencias, además de las tareas propias de instalación y configuración de los equipos microinformáticos desplazados al Palacio de Exposiciones y Congresos para el Sorteo de Navidad 2011. También incorporó dos nuevos trabajadores a la unidad.

### ■ Web de Loterías y Apuestas del Estado

La página web de SELAE es una de sus herramientas básicas de comunicación y venta, tal y como marca el actual mercado de las telecomunicaciones, basado fundamentalmente en el comercio y el *marketing online*.

Así, bajo esta premisa, a lo largo del año 2011, se prorrogó el servicio de apoyo externo para el mantenimiento y desarrollo de la web, se adscribió el personal de la unidad a STL (Sistemas Técnicos de Loterías), trasladándolo físicamente a la sede de Manuel Tovar, y se actualizó la página con todo lo necesario para que, desde el portal [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es), se pudiera consultar información estadística, datos históricos, etc.

### ■ Servicio de Planificación y Gestión de Producción

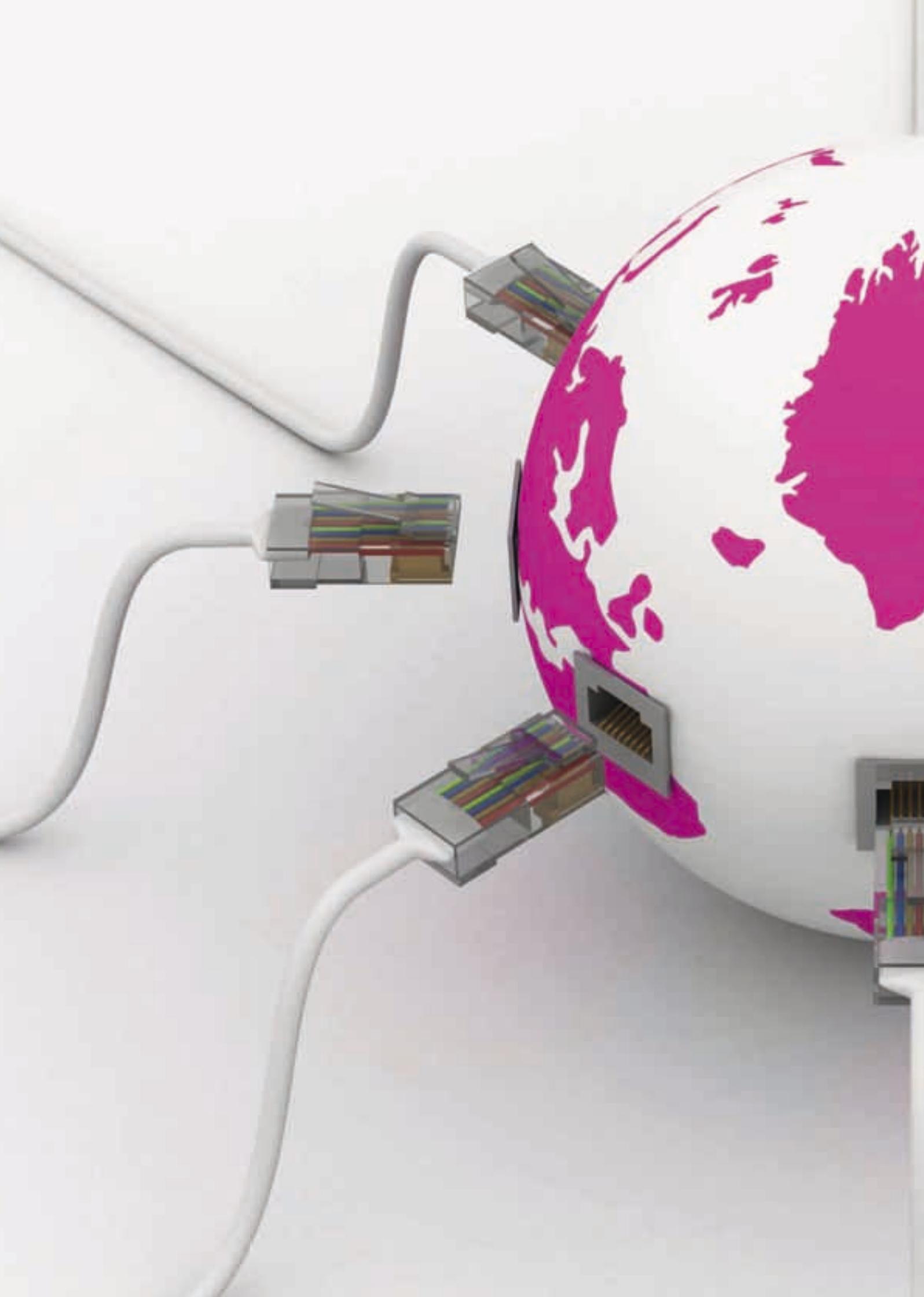
De igual manera, Loterías y Apuestas del Estado quiso renovar, a lo largo de 2011, su Servicio de Planificación y Gestión de Producción, con el objetivo de aumentar la productividad y la calidad del servicio que ofrece a todos los participantes.

Se actualizaron, por tanto, los sistemas operativos, se implementó el cambio de nomenclatura de los sorteos de juegos activos y se mejoró la integridad de las listas de Lotería Nacional, con envío a control administrativo, para su verificación y notificación a efectos de continuidad del resto de los procesos correspondientes.

Asimismo, se actualizó la herramienta de gestión de *backup* de los sistemas centrales, optimizando así las tareas diarias de explotación, se mejoró el rendimiento de las aplicaciones y la conectividad entre los equipos y se sustituyó el servidor que gestiona los procesos de EuroMillones con motivo de la implantación de un nuevo sorteo semanal los martes.

Además, se homogeneizó la utilización de soportes para la realización de copias de seguridad, se instalaron nuevos servidores para los proyectos de virtualización y AGIL (Aplicación de Gestión Integral de Loterías) y se implementó la monitorización de equipos para la detección rápida y eficaz de incidencias.







# 07. SISTEMAS TÉCNICOS DE LOTERÍAS

- Equipo humano, el pilar fundamental
- Renovación y desarrollo tecnológico
- Proyecto AGIL y canales interactivos
- Líderes en calidad, seguridad y sostenibilidad

Proporcionar un excelente servicio de juegos y las mejores condiciones económicas, de seguridad y disponibilidad son objetivos primordiales de SELAE. Bajo esta premisa, surgió Sistemas Técnicos de Loterías (STL), una empresa que forma parte de Loterías y Apuestas del Estado, cuya máxima es ofrecer este servicio a través de una red de terminales conectados en tiempo real.

Así, la gran eficiencia de costes y el alto nivel de disponibilidad (del 99,9% en el año 2011) se han logrado en un entorno en el que el número de transacciones cursadas ha sido creciente. En 2011, se llegó a los 2.447 millones de transacciones, incrementándose, una vez más, la cifra del año anterior.

Además, la eficiencia económica del coste del servicio *online* prestado por STL continuó progresando durante el año 2011, con su política de mejora continua e innovación, fundamentada en la renovación tecnológica, el desarrollo de nuevos productos y servicios y el perfeccionamiento de los procesos y de la eficiencia económica.

Todos los avances mencionados permitieron que las ventas de los juegos a través de la red de terminales de STL y de la página web [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es) aumentaran un 6,35% sobre el año anterior, llegando a alcanzar los 4.631,33 millones de euros en 2011.

#### ■ Equipo humano, el pilar fundamental

Como una gran familia, el equipo humano que conforma STL es básico para su buen funcionamiento. A 31 de diciembre de 2011, la plantilla estaba integrada por 242 personas, con un 100% de contratos por tiempo indefinido.

La formación en STL constituyó uno de los pilares de la estrategia de Recursos Humanos, como elemento de captación y retención de talento. En este contexto, el personal de STL asistió a 3.100 horas de formación, es decir, 12,81 horas de media por empleado, con una partida destinada a este ámbito de 204.088 euros.



“En 2011, STL llegó a los 2.447 millones de transacciones, incrementándose, una vez más, la cifra del año anterior”



### ■ Renovación y desarrollo tecnológico

Durante 2011, STL continuó con el proceso de renovación y consolidación de su infraestructura tecnológica, tanto en el ámbito del equipamiento del puesto de trabajo como en el de servidores y almacenamiento de los centros de proceso de datos. Los aspectos más destacados fueron la instalación de la nueva tecnología para el Centro de Atención a Clientes, basada en la virtualización de escritorios, y la renovación de ordenadores portátiles y de sobremesa, que alcanzará en 2012 un 80% de todos los puestos de trabajo informáticos de STL.

Además, el número de servidores *virtualizados* se incrementó en un 100%, incorporándose a la nueva tecnología, entre otros, la base de datos y los servidores de aplicación del Sistema Interactivo de Juegos. De igual manera, se renovó toda la infraestructura de seguridad (*hardware* y *software*) y se desplegó una nueva tecnología de comunicaciones móviles para la conexión de terminales de punto de venta integrada con la red fija.

Como en ejercicios anteriores, STL dedicó también un importante esfuerzo al desarrollo de la innovación y la tecnología, ya que ambos factores son claves para dotar a los juegos del Estado de los mejores niveles de competitividad y eficiencia.

### ■ Proyecto AGIL y canales interactivos

El Proyecto de Aplicación de Gestión Integral de Loterías (AGIL) arrancó en 2008 con el objetivo de sustituir el sistema de producción de entonces, dotando a STL de más capacidad tecnológica y de una mayor proyección de futuro.

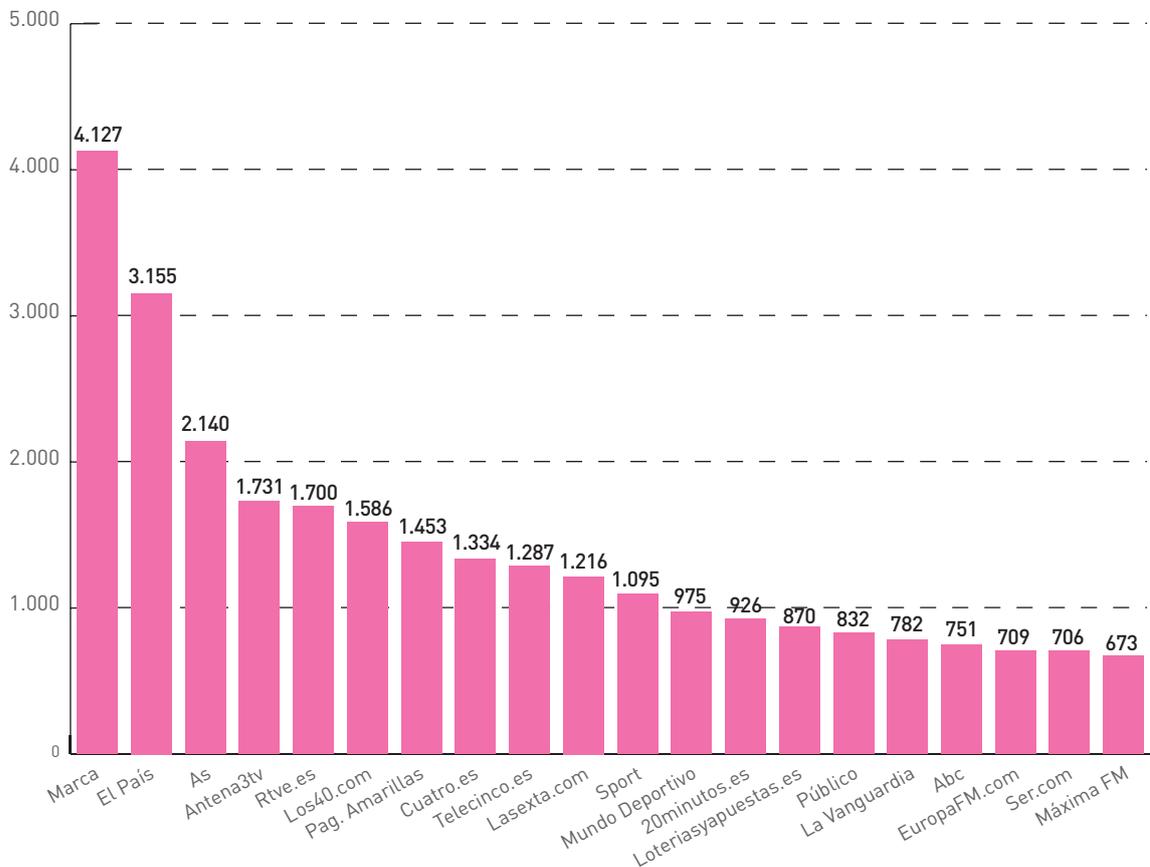
El pasado año 2011 finalizó la fase 2 de desarrollo del Proyecto AGIL, en la cual se completó la funcionalidad de la aplicación en todos sus subsistemas, así como los cambios necesarios en las diferentes aplicaciones.

Además, se continuó con la integración de la nueva aplicación con el sistema de venta por Internet (SIJ).

### Evolución de la infraestructura tecnológica



## Las páginas web españolas más visitadas

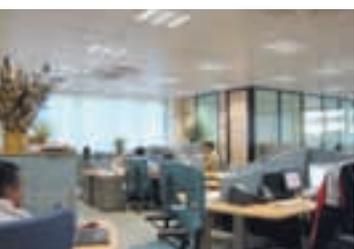


STL continúa dedicando un enorme esfuerzo a la innovación y el desarrollo tecnológico para la venta de juegos a través de canales interactivos, cuya cara más visible es la web [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es), y de nuevos canales tecnológicos, como pueden ser el móvil o la televisión interactiva.

Durante el año 2011 el porcentaje de ventas por Internet con respecto a las ventas totales de Juegos Activos se consolidó en el 1,5%, con unas cifras absolutas de más de 65 millones de euros y con una tendencia de crecimiento por encima del 40%.

Así, la web de SELAE se ha mantenido entre las quince primeras más visitadas por los internautas españoles (según el estudio EGM promovido por AIM), por encima de páginas de medios tan relevantes como [www.abc.es](http://www.abc.es) o [www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es), entre otras.

Del período 2011 se pueden destacar algunas acciones de desarrollo de la web que marcaron el transcurso del año, como son la potencialización del canal móvil, de la TDT y de las redes sociales, la traducción de la página web al inglés o la automatización en la presentación de datos.



### La página web [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es) en cifras

	AÑO 2011	AÑO 2010	% Incremento
<b>Evolución clientes registrados</b>	369.579	244.282	51,29%
<b>Usuarios únicos (Google Analytics)</b>	23.354.309	7.381.608	216,39%
<b>Páginas vistas</b>	375.935.698	160.900.836	133,64%
<b>Visitas</b>	68.257.686	17.690.611	285.84%

#### ■ Líderes en calidad, seguridad y sostenibilidad

Para Loterías uno de sus compromisos principales es ofrecer a todos los participantes desarrollos tecnológicos y servicios innovadores con un alto nivel de calidad. Estos niveles se vieron nuevamente corroborados por los resultados obtenidos en la evaluación anual, ya que se siguió manteniendo una alta valoración, que sitúa los servicios de SELAE en los niveles de excelencia.

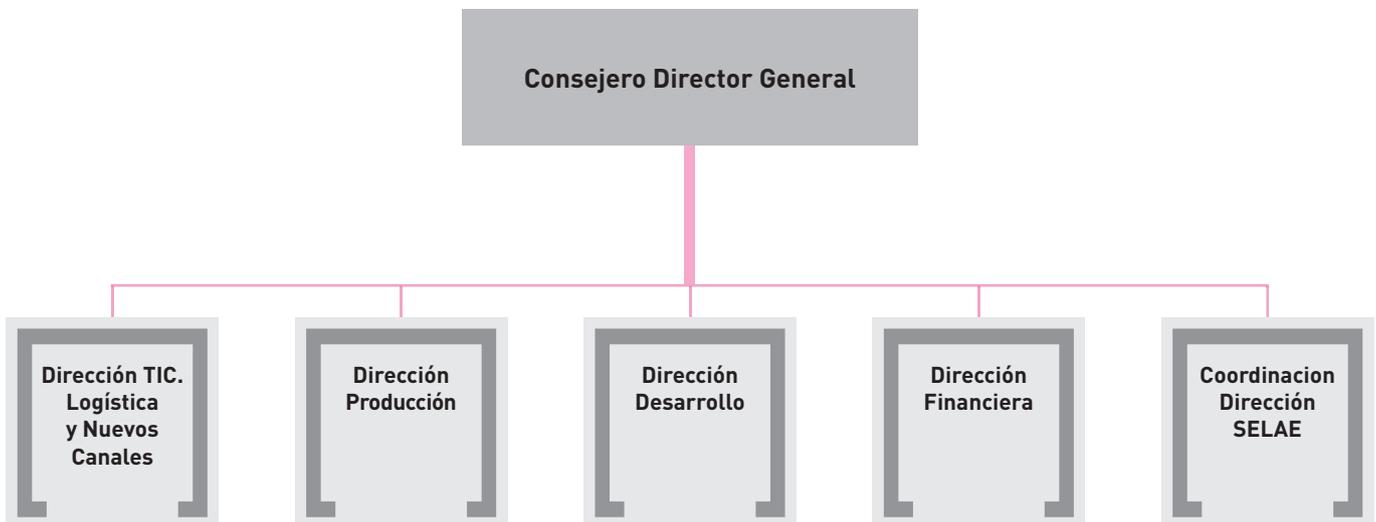
Asimismo, el Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información (SGSI) de STL alcanzó su tercer año de vida en 2011. Este sistema de gestión abarca todas las actividades de STL y está alineado tanto con el Sistema de Gestión de la Calidad como con los objetivos de STL.

El funcionamiento del SGSI durante este año fue muy satisfactorio, si bien requirió de ciertos ajustes para adaptarlo al nuevo entorno, como la recodificación progresiva de los documentos o la simplificación del sistema en lo referente a las delegaciones comerciales gestionadas por STL, para las que se creó un documento de requisi-

tos de seguridad específico y a medida. Además, en 2011 STL continuó impartiendo formación en esta materia. Además, Loterías y Apuestas del Estado considera que la unión de un producto atractivo con una gestión responsable, generadora de confianza entre los participantes, es la clave del éxito de la lotería española, y STL tiene entre sus objetivos contribuir a que dicho éxito se mantenga.

STL aplica a su actividad modernos criterios de sostenibilidad, esto es, orienta su gestión hacia la pervivencia de la organización a largo plazo de forma compatible con la sociedad y el medioambiente.

Hasta el momento, se ha puesto en marcha una primera fase del Sistema de Gestión de Riesgo, cuyo objeto es la identificación, valoración y actuación sobre los riesgos actuales y emergentes. También se han creado marcos de referencia como el Código de Conducta y la Memoria de Sostenibilidad, incluyendo el triple balance, económico, social y medioambiental; todo ello, puesto a disposición de todos a través de la web de STL ([www.stl.es](http://www.stl.es)).



Comunicación

Transparencia

Credibilidad

LTE

LTE

LTE



Acción

Imagen

Creatividad

LTE

LTE

LTE

# 08.

## COMUNICACIÓN

- Publicidad, nuevas señas de identidad
- Plan de Comunicación
- SELAE se une a las redes sociales

El principal valor de una empresa es contar con la credibilidad de su público, por eso desde Loterías y Apuestas del Estado se cuida minuciosamente cada acción comunicativa, con el fin de preservar la confianza que tienen los participantes en SELAE y de continuar proyectando una buena imagen institucional. ¿La clave? La transparencia comunicacional.

#### ■ Publicidad, nuevas señas de identidad

La creatividad ha sido, un año más, la marca de SELAE. Durante el primer semestre de 2011, se siguió trabajando con las mismas agencias de publicidad que en 2010, utilizando, por lo tanto, las piezas que ya estaban creadas y producidas. No obstante, en el mes de mayo se realizaron nuevos spots publicitarios con una gran acogida por parte del público.

En esas fechas, la actividad publicitaria fue muy intensa, ya que resultó necesaria la producción de nuevas piezas. Por ello se contrató a la agencia Shackleton, como encargada de realizar la publicidad de los Juegos Activos; a la agencia de medios Mediaedge Cía, por medio de la cual se dieron a conocer todas las campañas de Lotería Nacional; y a la agencia Grey España, a cuyo cargo estuvo la creación y producción de todas las piezas de Lotería Nacional, incluidos los sorteos de Navidad y “El Niño”.

#### ■ Campañas de Lotería Nacional

Bajo el slogan “Lo raro es que no te toque”, se trató de difundir el mensaje de que es fácil ganar un premio gracias a Lotería Nacional, aunque sea pequeño. Esta campaña se desarrolla en código de humor, marcando un paralelismo exagerado entre situaciones que parecían difíciles o poco probables y lo sencillo que resultaba obtener un premio jugando a la Lotería Nacional. Todo ello se racionalizaba con un argumento de lo más alentador: “Porque uno de cada tres décimos puestos a la venta tiene premio”.

De la nueva campaña, que sirvió de “paraguas” para comunicar los beneficios del producto en los sorteos que se celebran a lo largo del año, se difundieron varias oleadas, coincidiendo con la celebración



de sorteos extraordinarios, como medio de apoyo a la venta de dichos sorteos, en los que el mayor precio del décimo podía constituir un obstáculo para los participantes.

Además, se realizaron *spots* para los dos sorteos claves del año: el de Navidad y el de "El Niño", con altas dosis de imaginación y creatividad para los sorteos más populares y tradicionales.

#### □ **Sorteo Extraordinario de Navidad**

La Lotería de Navidad es una "Fábrica de sueños" que acoge los anhelos de todas las personas que participan en el sorteo, una vez han sido captados por los "cazadores de sueños" –los niños del Colegio de San Ildefonso–, que convierten estos sueños en realidad. Esta idea, desarrollada en forma de cuento navideño, es una propuesta creativa elemental, básica y sencilla, motivo por el cual caló tanto en la sociedad, que muy pronto la interiorizó y sintió que lo que en ella se contaba formaba parte de un cuento en el que cualquier participante del Sorteo de Navidad podía ser uno de los protagonistas.

La grandeza de esta campaña residía precisamente en su sencillez narrativa, no exenta de emotividad y cercanía. Estas cualidades sirvieron para remover el subconsciente de los jugadores, recordándoles algo que estaba latente en su consciencia: todos y cada uno de los sueños entran en el gran bombo de Navidad y allí pueden hacerse realidad.

A diferencia de otros años, la campaña se difundió en medios convencionales: prensa, radio, exterior, cine y televisión, que le confirieron una gran notoriedad. Pero fue más allá, pretendiendo que los destinatarios de la publicidad no solo fuesen espectadores pasivos, sino que transitaran por el camino que se iniciaba con la contemplación de la campaña, para adentrarse en situaciones en las que cada uno se sentía protagonista de todas las emociones que evocaba.



Este objetivo se logró con la "Fábrica de los sueños", en la que cada visitante caminaba por la senda que convertía lo virtual en real: ya no se trataba de ser un mero espectador frente al *spot* que se emitía en televisión, sino que se podía disfrutar participando, como alumno aventajado, en la escuela donde se enseñaba a capturar sueños; se escribía en el gran "Registro de los sueños"; se recibían clases de distinguidos profesores que daban instrucciones para que los sueños se hicieran realidad; y se podía escuchar la música del anuncio de Navidad, representada por intérpretes capaces de hacer vibrar y transportar la imaginación de cada uno a ese mundo onírico que igualaba a todos, porque todos en ese instante eran capaces de soñar.

También se diseñó el gran "Mapa de los sueños", mediante aplicaciones creadas para móviles, que permitía "ver" los sueños más deseados de la gente que había accedido a ese espacio virtual. Así, podíamos saber cuáles eran los anhelos de los castellanos, los catalanes, los andaluces, etc. Además, se integró el mensaje de la campaña en los contenidos de Tele 5 y Antena 3, hasta el extremo de que sus espectadores no acertaban a discernir si el mensaje referido a "sueños" era original de la cadena o lo habían copiado de la campaña del Sorteo de Navidad.

Todas estas acciones colaterales a la publicidad convencional aumentaron el grado de notoriedad y sirvieron para comunicar de otra forma, con otros códigos, que jugar a la Lotería de Navidad daba derecho a soñar y compartir beneficios que no podían ser posibles sin participar en el gran Sorteo de Navidad que, como "gran fábrica de sueños", transformaba los deseos en realidad.

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

Después del Sorteo de Navidad, como cada año, se puso en marcha la campaña para comunicar el sorteo de “El Niño”. En este caso fue la agencia Ricardo Pérez Asociados la encargada de su creación, que siguió la línea de la Navidad de 2010: utilizando imágenes del *spot* de este sorteo se animaba al público a seguir jugando después de Navidad y a esperar de nuevo la visita de la diosa Fortuna. Esta campaña se exhibió además de en televisión, en prensa y en radio.

#### ■ **Campaña de La Primitiva**

La comunicación de La Primitiva siempre se ha desarrollado en un tono muy popular y cercano a la gente, y para continuar con esa tónica, nada mejor que utilizar la célebre canción *Whatever you want* de Status Quo, pero con una letra diferente. La nueva versión cuenta qué es lo que se puede hacer si se consigue un premio de La Primitiva. Los deseos transcurren desde lo material hasta lo más ocurrente, como viajar a Vietnam o comprarse el mismo Vietnam, porque los premios son tan importantes que pueden abarcar un viaje o bien la compra, en sentido figurado, del país a donde se viaja. En este caso, son los deseos irrealizables (*comprar Vietnam o montar una noria en el centro de Soria*) los que dan una idea de la amplitud de los premios.

Esta publicidad, de carácter claramente popular, se llevó a cabo a lo largo de 2011 en diferentes oleadas en prensa, radio, televisión, exterior y digital.



#### ■ **Campaña de EuroMillones**

La nueva publicidad de EuroMillones, creada por Shackleton, supuso un reto para la agencia creativa por su grado de dificultad. Porque, ¿cómo es posible condensar en 45 segundos de televisión lo que es y representa el juego EuroMillones para los que participan en él? ¿Es posible hablar de EuroMillones sin mencionar una sola vez la palabra millones? Ese fue el reto.

La campaña actual superó esa dificultad recurriendo al beneficio principal, que no es otro que alcanzar uno de sus grandes premios, pero sin expresarlo en términos monetarios, es decir, recurriendo a lo que representa obtener un gran premio. El *spot* lo condensó en una palabra: libertad. EuroMillones te hace libre. Y libre quiere decir que uno puede hacer lo que quiera, sin más limitación que la que el agraciado se imponga.



### ■ Plan de Comunicación

Para completar su Plan de Comunicación, Loterías se ha incorporado a lo largo de 2011 a las redes sociales, adaptándose así al acelerado ritmo de comunicación que imponen las nuevas tecnologías. Mientras tanto, ha continuado trasladando la ilusión a los hogares con los sorteos en directo y acercando la información a los participantes con las publicaciones de SELAE.

### ■ Sorteos en directo: transparencia e ilusión

Además de la comunicación estrictamente publicitaria, y con el fin de mantener y reforzar su imagen de transparencia, cercanía y confianza con el público, se han retransmitido en directo los sorteos de Lotería Nacional, La Primitiva, El Gordo de la Primitiva, BonoLoto y Lototurf. Junto con la emisión de los sorteos, se ha ofrecido información de los botes y premios más importantes, así como todas las novedades relacionadas con los juegos de SELAE.



Los viernes se siguió emitiendo en La 2 de TVE el programa "La Suerte en tus Manos". En este espacio de 15 minutos de duración, además del sorteo de EuroMillones, retransmitido desde París, y de los resultados del sorteo de BonoLoto, se presentaron, de una manera más amplia que en los sorteos diarios, información y pequeños reportajes dedicados al mundo del turf y a numerosos temas relacionados con los juegos.

Asimismo, y con motivo de la celebración de los Sorteos Viajeros de Lotería Nacional, también se emitió un pequeño espacio, en el que, además del resumen del sorteo, se dedicaba un breve reportaje a la localidad anfitriona de cada uno de ellos.



### ■ Publicaciones de Loterías, cerca de ti

El Boletín LAE, una de las principales herramientas de comunicación tanto interna como externa, siguió publicando cuatro números en 2011 para dar difusión a las actividades que LAE realizó durante el año. Su versión digital en la página web recibió muchas visitas durante este ejercicio.

Esta publicación, que recoge las noticias y acontecimientos de mayor repercusión, se distribuyó entre los puntos de venta y las entidades y empresas relacionadas con SELAE, en total una suma de 14.000 ejemplares.

El deporte rey siempre tiene un hueco especial en Loterías, por ello, se ha realizado el Informe Estadístico de La Quiniela, como vehículo de difusión de los datos de La Quiniela y El Quinigol en el Congreso Anual de la Asociación Española de la Prensa Deportiva. Por último, se elaboró un completo análisis del año 2010 en la Memoria Anual.

### ■ La web, esencia comunicacional

Durante 2011, [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es) se consolidó como la página de referencia de Loterías y Apuestas del Estado. Información sobre los juegos, resultados de los sorteos, botes, estadísticas, imágenes... Un sinfín de contenido para resolver cualquier duda que les pueda surgir a los participantes. Además, la página web lleva más de un año permitiendo que el usuario pueda jugar *online*: un cambio revolucionario que ha facilitado las ventas.



La página web de Loterías experimentó diez hitos fundamentales en el pasado ejercicio:

1. Loterías y Apuestas del Estado pasó a tener una única web oficial, tras la fusión, a mediados de 2011, de [www.onlae.es](http://www.onlae.es) y [www.loteriasyapuestas.es](http://www.loteriasyapuestas.es).
2. Adaptación a los cambios en el juego de EuroMillones, que desde mayo de 2011 celebra un sorteo más a la semana (martes).
3. Mejora en la seguridad de carga de la Lotobolsa, a través de tarjetas de crédito y débito.
4. Incorpora, al ya existente servicio de las suscripciones, la posibilidad de jugar combinaciones aleatorias, cumpliendo así con una de las peticiones más demandadas por nuestros participantes.
5. Mejora en la gestión de las apuestas favoritas, dando la posibilidad de guardar una combinación para poder jugarla con posterioridad.
6. Avances a nivel de gestión de contenidos con el fin de proporcionar un mejor servicio de información.
7. Traducción de toda la web al inglés, que se une a las cinco lenguas en las que ya podía encontrarse la página.
8. Se realiza la versión web adaptada al móvil, siendo esta una página de consulta e información que permite conocer los últimos resultados o los botes en juego.
9. Se comienza a trabajar en la adaptación de la web a los requisitos enunciados en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.
10. Creación de un microsite específico para la Lotería de Navidad 2011 y "El Niño" 2012 con información en tiempo real, comprobación de los resultados oficiales y noticias.

### ■ Canal LAE, récord de pantallas y espectadores

El canal de marketing dinámico de Loterías y Apuestas del Estado cuenta con más de 8.500 pantallas a lo largo de todo el territorio nacional y ha alcanzado durante 2011 una audiencia diaria de dos millones de personas, según el Estudio General de Medios.

Además, este medio de comunicación, tan cercano e innovador, ha sido galardonado con el premio TOTALmedia Awards 2011 a la mejor instalación de Digital Signage, en la 4ª Feria y Congreso Profesional de Digital Out of Home, Digital Signage y Marketing Móvil.

Gracias al apoyo de STL, la red de Digital Signage de SELAE se ha convertido en la más grande e importante de Europa, tanto por número de pantallas como de espectadores.

### ■ SELAE se une a las redes sociales

Loterías y Apuestas del Estado quiere estar a la vanguardia tecnológica, prueba de ello es el papel que tiene la Sociedad en las principales redes sociales. La presencia digital de SELAE en esos canales permite que la relación con el usuario sea mucho más directa, quien además puede conocer de primera mano los productos, favoreciendo así la imagen de marca.

Para ello, SELAE no se ha conformado con pertenecer a una sola red social, sino que cuenta con perfiles en todas las principales:

### ■ Twitter

Loterías ya tiene una cuenta oficial en la red social más de moda, *Twitter*: [www.twitter.com/loterias\\_es](http://www.twitter.com/loterias_es), en la que se ofrecen resultados de todos los juegos de SELAE, información oficial, noticias relacionadas con dichos juegos, retransmisión en directo de los eventos más importantes de Loterías...



Además, para que los usuarios puedan acceder a la información que les interesa de manera más directa, Loterías ha creado seis cuentas dedicadas a los distintos juegos de la Sociedad:

- Lotería Nacional: [www.twitter.com/loteria\\_nac](http://www.twitter.com/loteria_nac)
- La Primitiva: [www.twitter.com/la\\_primitiva](http://www.twitter.com/la_primitiva)
- EuroMillones: [www.twitter.com/euro\\_millones](http://www.twitter.com/euro_millones)
- BonoLoto: [www.twitter.com/bono\\_loto](http://www.twitter.com/bono_loto)
- Apuestas Deportivas: [www.twitter.com/la\\_quiniela](http://www.twitter.com/la_quiniela) (cuenta oficial en Twitter de La Quiniela y El Quinigol).
- Apuestas Hípicas: [www.twitter.com/apuestashipicas](http://www.twitter.com/apuestashipicas) (Twitter oficial de Quintuple Plus y Lototurf).

Estas cuentas oficiales, además de ser un transparente canal de información, favorecen una interacción constante y más viva con nuestros usuarios.

#### ■ Facebook

SELAE quiere llegar a todos los participantes, por esa razón en el año 2011 comenzó su andadura en Facebook, la red social con mayor número de usuarios: [www.facebook.com/loteriasyapuestas.es](http://www.facebook.com/loteriasyapuestas.es).



A través de esta red, los participantes pueden encontrar información sobre los resultados, los botes en juego, la retransmisión de los sorteos en directo y otros servicios de valor añadido, como imágenes en exclusiva de los eventos, cartelería, tutoriales, etc. Un contenido de máximo interés para los usuarios.

Los Sorteos Extraordinarios de Navidad y de "El Niño", junto a las Apuestas Hípicas, también tienen dos páginas oficiales en Facebook, respondiendo a la demanda informativa del cliente:



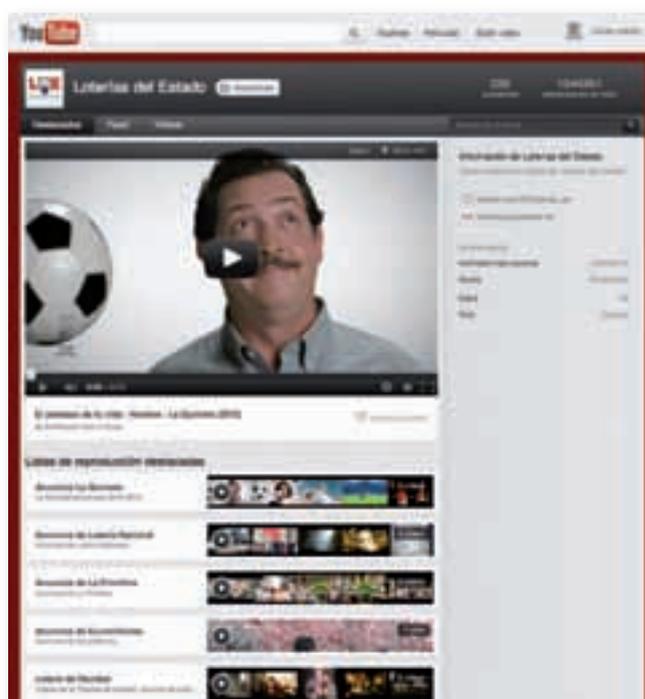
- Facebook oficial de la Lotería de Navidad y de "El Niño": [www.facebook.com/laloteriadenavidad](http://www.facebook.com/laloteriadenavidad). Como no puede

ser de otra manera, los dos sorteos más importantes de la Lotería Nacional tienen su espacio exclusivo en Facebook. Los meses previos a los sorteos más populares se desatan las visitas, en busca de imágenes, noticias, listas oficiales...

- Facebook oficial de las Apuestas Hípicas: [www.facebook.com/apuestashipicas](http://www.facebook.com/apuestashipicas). El mundo del turf tiene muchos aficionados, por ello se ha creado esta página oficial, que ofrece información sobre Lototurf y Quintuple Plus.

#### ■ Youtube

Por último, Loterías y Apuestas del Estado también cuenta con un canal oficial en Youtube: [www.youtube.com/loteriasyap](http://www.youtube.com/loteriasyap).



Más de 550.000 visitas han recibido sus anuncios, *marketing-of*, rodajes o vídeos corporativos, demostrando una vez más que la creatividad publicitaria de SELAE es una de sus principales señas de identidad.

En este último año, Loterías ha alcanzado un gran éxito de seguimiento a través de las redes sociales, y es que para el usuario son una herramienta muy cómoda, que le facilitan una mayor cercanía, comunicación en tiempo real y conocimiento sobre la marca, además le resuelven todas sus dudas en el momento, llevándose a cabo, de ese modo, un *feedback* constante. Todo ello redundando en una mayor transparencia informativa, que es, sin duda, un valor añadido para SELAE.





# 09.

## COMPROMISO SOCIAL

- La calidad y la seguridad de la información, dos pilares básicos
- Líderes en compromiso social
- Siempre con la cultura
- Importante labor social y humanitaria
- Deporte y calidad de vida
- Por el desarrollo sostenible
- Campañas de apoyo institucional

# Compromiso social: impulsando el desarrollo de nuestro entorno

Bajo dos premisas esenciales, calidad y seguridad, Loterías y Apuestas del Estado trabaja cada año para mejorar el bienestar de los ciudadanos y su entorno. Durante 2011, SELAE destinó 179.425.460 euros a proyectos relacionados con la sanidad, la educación, la cultura, el medioambiente y el deporte.

## ■ La calidad y la seguridad de la información, dos pilares básicos

Muchos han sido los innovadores cambios que ha llevado a cabo Loterías y Apuestas del Estado en los últimos años, manteniendo así un elevado compromiso por garantizar la alta calidad y la seguridad en sus productos. En el año 2008, se implantó el Sistema Integrado de Gestión (SIGLAE), que cubre todas sus actividades y se ajusta perfectamente a los requisitos y estándares de las normas de certificación.

Como reconocimiento a la eficacia del SIGLAE, en diciembre de 2011 Loterías y Apuestas de Estado obtuvo de nuevo las certificaciones de los estándares de Calidad ISO 9001:2008, Seguridad de la Información ISO/IEC 27001: 2005, Control de Seguridad de la Asociación Mundial de Loterías WLA-SCS: 2006 y Gestión Integrada PAS-99.

Así, se puso de manifiesto una vez más la alta calidad en la gestión de los sistemas de juegos, en los que se evaluaron las tecnologías empleadas, la alta confidencialidad, la integridad, la disponibilidad, la satisfacción de las necesidades y las expectativas de los grupos de interés. Y es que los objetivos principales de SELAE han sido siempre velar por la calidad de sus productos y que los participantes de los juegos perciban esa labor con absoluta confianza.

El hecho de haber conseguido de nuevo la certificación de la Norma ISO 9001:2008 acredita la implicación de todo el personal en el sistema de calidad, la transparencia y el exhaustivo control en todos los procesos, el progreso continuo, la detección de incidencias y nuevas oportunidades, y el mantenimiento y mejora de los niveles de calidad de los diferentes departamentos.

## INGRESOS DE SELAE EN EL TESORO PÚBLICO. 2011

<b>APORTACIONES AL TESORO</b>	<b>3.112.590.000</b>
-------------------------------	----------------------

## RESTO DE APORTACIONES DE SELAE. 2011

Hipódromo de La Zarzuela	6.490.000
Colegio San Ildefonso	350.000
Gala AS del Deporte	392.704
XXXI Gala Nacional del Deporte	32.537
Rally París-Dakar	552.240
Real Federación Española de Balonmano (RFEB)	400.000
Comunidades Autónomas	41.967.923
Liga de Fútbol Profesional (LFP)	39.091.728
Consejo Superior de Deportes (CSD)	3.909.173
Asociación de Deportes Olímpicos (ADO)	1.062.000
Fundación Deporte Joven	12.000
Cruz Roja Española	15.070.840
Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)	3.339.220
ONCE	63.154.423
Museo Thyssen-Bornemisza	450.000
Premios Goya	1.233.336
Becas Soñadores	117.000
Otros fines benéficos (cultura, etc.)	1.800.336
<b>TOTAL RESTO APORTACIONES</b>	<b>179.425.460</b>

Por su parte, el cumplimiento con las Normas ISO 27001: 2005 y WLA-SCS: 2006 asegura la integridad, la disponibilidad y la confidencialidad de la información, vital para un funcionamiento seguro. Se trata, sin duda, de una prueba irrefutable de que los juegos gestionados por Loterías y Apuestas del Estado están dotados de rigurosas medidas de seguridad, algo esencial para preservar la confianza de los usuarios y garantizar la continuidad del servicio ofrecido.

### ■ Líderes en compromiso social

Con Loterías y Apuestas del Estado ganamos todos, ya que una parte importante de las ventas que no se destina a los premios está dedicada a mejorar nuestro entorno y el bienestar de todos los ciudadanos. Así pues, se trata de una empresa con una de las mayores contribuciones a los Presupuestos Generales del Estado, habiendo ingresado en el año 2011 en el Tesoro Público 3.112.590.000 euros, de los cuales 179.425.460 euros fueron destinados a apoyar numerosas iniciativas beneficiosas para nuestro deporte, cultura, medioambiente, investigación, educación, etc.

### ■ Siempre con la cultura

Aparte del ámbito puramente comercial, Loterías y Apuestas del Estado siempre ha apoyado diferentes acontecimientos culturales en nuestro país. Y es que el avance cultural y artístico de nuestra sociedad es una de las mayores preocupaciones de Loterías, que no duda en apoyar dicho desarrollo.

### ■ Loterías en la gran pantalla

El cine y los juegos de Loterías y Apuestas del Estado comparten su capacidad para hacernos soñar. La industria cinematográfica española desempeña un papel esencial en nuestra cultura, además de ser un soporte único para hacernos llegar emociones y sentimientos.

Bajo esta premisa, SELAE ha patrocinado un año más los Premios Goya que otorga la Academia del Cine Español, que han tenido una gran repercusión entre los medios y el público en general. Asimismo, con motivo de su XXV aniversario, la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España y Loterías y Apuestas del Estado han trabajado conjuntamente para desarrollar una instalación permanente que refleje la grandeza del cine español y que sea accesible para todo el público: el Paseo de la Fama, en pleno corazón cultural de Madrid, que refleja las veinticinco primeras estrellas de la fama, diseñadas por Oscar Mariné.

### ■ Colegio de San Ildefonso

De sobra es conocido el convenio entre Loterías y Apuestas del Estado y el Colegio de San Ildefonso. En esta ocasión, durante el año 2011, SELAE aportó 350.000 euros con la finalidad de financiar las actividades del colegio. Se trata de un ejemplo más del compromiso social de Loterías con el desarrollo cultural y educativo de nuestra sociedad.



Foto de familia de los galardonados en los Premios Goya.



Inauguración de la exposición retrospectiva de Antonio López, presidida por la Reina Doña Sofía.

### ■ Exposición retrospectiva de Antonio López

Dentro del convenio de colaboración que mantuvo Loterías y Apuestas del Estado con el Museo Thyssen-Bornemisza, la Reina Doña Sofía inauguró el 27 de junio de 2011, en Madrid, la gran retrospectiva del pintor y escultor Antonio López, en el museo que recibe el nombre de la propia fundación. Esta exposición albergaba 130 obras que el pintor realizó durante las dos últimas décadas.

### ■ Importante labor social y humanitaria

Loterías y Apuestas del Estado, consciente de la gran necesidad de la sociedad por desarrollar labores sociales y humanitarias, acomete importantes proyectos sociales, culturales y deportivos, tanto públicos como privados, que han contribuido al progreso y el bienestar de la sociedad. Así, cada año se realizan nuevas aportaciones para la ayuda humanitaria y la acción social.

En el año 2011, se han invertido cerca de 170 millones de euros en los diferentes programas.

### ■ Cruz Roja, Asociación Española contra el Cáncer y ONCE

Durante 2011, SELAE ha aportado a Cruz Roja 15.070.840 euros, con la finalidad de apoyar las acciones de carácter social de su organización, siendo Loterías y Apuestas del Estado uno de los soportes más sólidos para financiar los programas que desarrolla Cruz Roja.

De nuevo, SELAE ha apoyado las diferentes labores de información, concienciación e investigación sobre el cáncer. Así, ha aportado a la Asociación Española contra el Cáncer un total de 3.339.200 euros con este fin.

Asimismo, Loterías y Apuestas del Estado aportó 63.154.423 euros a la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) para mejorar la calidad de vida de las personas ciegas y con discapacidad visual de toda España.

### ■ Premios Manos Solidarias

En 2011 se celebró la primera edición de los Premios Manos Solidarias, de la mano de Loterías y Apuestas del Estado, Cruz Roja Española y Grupo Zeta, con el fin de reconocer la labor social que diferentes colectivos y organizaciones públicas y privadas realizan en los ámbitos de la integración, la educación, la salud, la innovación y el medioambiente.

Los premios estuvieron divididos en tres categorías: "Desarrollo Social", "Compromiso Corporativo" e "Innovación



La estrella del director Luis Buñuel en pleno Paseo de la Fama.

y Progreso”, y el jurado eligió a los ganadores entre un total de cuarenta y ocho candidaturas. Estos fueron: la Fundación Vicente Ferrer, con su proyecto “De mujer a mujer”; la Fundación Telefónica, con “Proniño”; y el Hospital Clínic, junto con el Centro de Investigación en Salud Internacional de Barcelona (CRESIB), con “Erradicar la Malaria”.

### ■ Deporte y calidad de vida

De igual manera, Loterías y Apuestas del Estado mantiene un compromiso constante con el mundo del deporte, impulsando y promocionando sus valores esenciales y un estilo de vida saludable. Así, como cada año, Loterías ha financiado diversas acciones para fomentar el liderazgo de la competición española, mediante acuerdos de colaboración con diferentes entidades deportivas de nuestro país, como el Consejo Superior de Deportes o la Liga de Fútbol Profesional. Un ejemplo más del fuerte compromiso de Loterías con la sociedad.

### ■ Plan ADO y Fundación Deporte Joven

Con el fin de promover y desarrollar la práctica de la alta competición en España de los deportes incluidos en el Programa Olímpico, SELAE ha contribuido con 1.062.000 euros al Plan de la Asociación Deportes Olímpicos (Plan ADO). Además, concienciados de la importancia de fomentar el deporte entre los jóvenes de nuestro país, Loterías ha aportado un total de 12.000 euros a la Fundación Deporte Joven.

### ■ Hipódromo de la Zarzuela

Loterías apuesta firmemente por el desarrollo del turf español, realizando una aportación anual de 6.490.000 euros. Además, posee el 4,22% de las acciones del Hipódromo de la Zarzuela, cuyo accionista mayoritario es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI).

### ■ Otras acciones deportivas

Loterías y Apuestas del Estado no deja pasar ninguna oportunidad a la hora de apoyar el deporte en nuestro país. Así, ha contribuido, además, en otras importantes acciones deportivas, entre las que destacan: el patrocinio de la gala de los Premios As del Deporte, la XXXI Gala



Acto de entrega de las Becas Soñadores.

Nacional del Deporte, organizada por la Asociación Española de la Prensa Deportiva (AEPD), y el rally París-Dakar 2011, en el que se patrocinó a Jesús Calleja.

### ■ Por el desarrollo sostenible

Loterías y Apuestas del Estado, en su continua preocupación por la preservación del medioambiente y su afán por mejorar el entorno que nos rodea, ha puesto en marcha una iniciativa, junto con National Geographic Channel, con el fin de proteger y recuperar el medioambiente en España. Se trata de la concesión de becas destinadas a financiar los tres mejores proyectos medioambientales presentados por jóvenes universitarios. El importe total de las becas ha sido de 117.000 euros.

### ■ Campañas de apoyo institucional

Al margen de los patrocinios y colaboraciones, Loterías apoya diversas entidades y organizaciones sociales, deportivas y culturales también a nivel promocional. Para ello realizó 1.700 millones de inserciones, en el reverso de sus boletos y resguardos, de la imagen institucional de las siguientes organizaciones:

- Cruz Roja Española.
- Asociación Española Contra el Cáncer.
- Paradores Nacionales.
- La Pepa.
- Premios Goya.
- Fundación Thyssen-Bornemisza.
- Plan ADO.
- Agencia Estatal Antidopaje.

El canal LAE, disponible en más de 8.500 puntos de la Red de Ventas, también proyectó esta iniciativa. Además, la información que ofrecían las pantallas de televisión fue vista por 18.000.000 de personas a la semana.



Jesús Calleja, patrocinado por SELAE en el París-Dakar.



A hand holding a small globe of the Earth, symbolizing international presence and strategy. The globe is blue and white, showing continents and oceans. The hand is a close-up of a person's fingers, with a warm skin tone.

# 10.

## ESTRATEGIA Y PRESENCIA INTERNACIONAL

- Loterías Europeas
- Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado
- Asociación Mundial de Loterías
- Encuentros bilaterales de carácter internacional

# 10

## Estrategia y presencia internacional

Involucrarse al máximo con las Loterías de Estado de otros países: esa es la premisa internacional de SELAE, con el objetivo de reactivar la industria del juego, desde la responsabilidad social; crear y desarrollar nuevos proyectos y aumentar la seguridad, lo cual redundará en un incremento de los beneficios destinados a causas sociales en el ámbito internacional.

Entre las prioridades de la nueva Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado destaca la de seguir apostando por una presencia y una participación activas en las asociaciones internacionales de Loterías más importantes: Loterías Europeas (EL), Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado (CIBELAE) y la Asociación Mundial de Loterías (WLA).

SELAE mantiene una relación permanente con las diferentes Loterías europeas, sobre todo, con las Loterías integradas en EuroMillones, como socios fundadores del juego más multimillonario. Por ello, a lo largo de 2011 ha participado en las reuniones que realizaron las distintas Comisiones de EuroMillones en Londres, Viena, Lausanne, París o Bruselas. Además, ejerció de anfitriona en Madrid, acogiendo en el mes de noviembre al Grupo de Trabajo Jurídico y Financiero. Entre las actualizaciones llevadas a cabo por este grupo destaca la modificación de las normas comunes recogidas en el Lottery Operators Management, en relación con los “botes” y su traslado a las correspondientes normas nacionales de cada Lotería integrante. Por su parte, el Grupo de Trabajo de Marketing, en el que se encuentra SELAE, buscó en 2011 nuevas fórmulas de reactivación del juego introduciendo más categorías de premios, aumentando el número de sorteos a la semana y ofertando mayores posibilidades de apuestas. Estas cuestiones, que se pusieron en práctica en el segundo trimestre del año, consiguieron un incremento muy significativo en las ventas, lo que pone de manifiesto la importancia de colaborar en proyectos comunes dentro del ámbito internacional.

Siguiendo con la proyección internacional de sus juegos, SELAE ha intensificado relaciones con los operadores de lotería de Rumanía, Suiza y República Dominicana para desarrollar un proyecto de comercialización conjunta de El Gordo de la Primitiva, que se espera que se materialice en 2012.



Por otra parte, y a petición de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), Loterías ha desarrollado un proyecto de implementación de una lotería departamental en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), prestando total asesoramiento en los campos relativos a la gestión, comercialización y explotación de una Lotería. El conocimiento y experiencia adquiridos por SELAE a través de 200 años de historia han facilitado la elaboración de un marco jurídico y la definición de un marco institucional.

### ■ Loterías Europeas

Como integrante del Grupo de Trabajo de Seguridad y Gestión de Riesgo, SELAE ha contribuido activamente en la definición del marco de gestión y la estructuración de las buenas prácticas, y ha desarrollado la primera versión de la Guía de Buenas Prácticas de Gestión de Riesgo de EL; un reto arduo y complejo, cuyo contenido fue debatido y acordado unánimemente a lo largo de las reuniones mantenidas en Israel en el mes de marzo, Italia en septiembre y Bélgica en diciembre.

También estuvo presente en el seminario jurídico celebrado en Bruselas en el mes de marzo, y en el de Gestión Responsable del Juego realizado en septiembre en Hamburgo. Además, acudió al Seminario conjunto WLA/EL de Seguridad e Integridad, que tuvo lugar en Sofía en el mes de junio, donde colaboró con una presentación y definición del programa. Helsinki fue otro de los destinos, ya que la capital finlandesa acogió el Congreso de EL durante ese mes, en el que SELAE también participó a través de la Asamblea General.

### ■ Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado

SELAE desempeña en CIBELAE un papel de doble vertiente. Por una parte, como miembro integrante de la Corporación participa en todas las actividades que se desarrollan en su seno, así en el mes de abril presentó una ponencia en el seminario "Nuevos Retos del Juego online y pronósticos deportivos", celebrado en Buenos Aires, y en el mes de octubre, durante el XIII Congreso, presentó dos ponencias: una sobre RSC y gestión responsable del juego y otra enmarcada dentro del debate "El rol de las Loterías: Juego público versus juego privado". Por otra parte, y en calidad de Secretaría General, participa en la organización de los eventos que se programan anualmente. Concretamente, colaboró tanto en el Seminario celebrado en abril en la ciudad de Buenos Aires, como en el Congreso que se realizó en octubre en Río de Janeiro, donde se alcanzaron excelentes resultados.

Asimismo, tiene que estar siempre presente en las reuniones que programa la Junta Directiva, participando en cada una de las decisiones que guían el presente y futuro de

la Corporación. Durante 2011, esas reuniones coincidieron con la celebración de los dos eventos anteriormente mencionados.

También colaboró con la Asociación de Loterías Estatales de Argentina (ALEA) en un seminario sobre seguridad realizado por esta organización, contribuyendo con varias presentaciones relativas a la implantación de la gestión de la seguridad bajo ISO 27001, en el que se conjugaron tanto aspectos teóricos del Estándar como de la práctica de su realización en nuestra Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado.

Otra cuestión destacable en 2011 fue su dual participación en el Plan de Capacitación de la Corporación, que consistió básicamente en la oferta de plazas por parte de algunas Loterías miembros de la Corporación para ser ocupadas durante un mes por profesionales pertenecientes a Loterías de otros países, con la intención de desarrollar un programa formativo creado al efecto e intercambiar información y experiencias. Finalmente SELAE ocupó la plaza ofertada por Caixa Econômica Federal de Brasil y ofertó dos plazas que fueron ocupadas por un delegado de Brasil y otro de México.

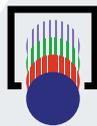
### ■ Asociación Mundial de Loterías

Otro de los objetivos que se ha planteado SELAE es intervenir en los órganos de máxima responsabilidad, decididos a postularse para formar parte del Comité Ejecutivo de la WLA, cuyas elecciones se celebrarán entre el 9 y 12 de septiembre de 2012 durante el Congreso de Montreal (Canadá).

A lo largo de 2011 el Comité de Seguridad y Gestión de Riesgo, donde SELAE ostenta la Vicepresidencia, ha llevado a cabo la actualización del Estándar de Control de Seguridad (WLA-SCS). SELAE ha contribuido a la revisión de controles e inclusión de los nuevos, y ha liderado la adaptación al formato ISO. Esta actualización, acordada por unanimidad durante las reuniones mantenidas en Buenos Aires y París, será presentada ante la Asamblea General de la WLA durante la celebración de su Congreso en Montreal.

### ■ Encuentros bilaterales de carácter internacional

Además de la excelente relación que mantiene con estas asociaciones internacionales, SELAE ha potenciado durante 2011 las relaciones bilaterales con otras entidades del ámbito internacional. Así en mayo de 2011 recibió en Madrid al Director General de LOTENAL, México; en el mes de septiembre se reunió con la Dirección de la Loterie Romande en Lausanne, Suiza; y a finales de año, en los meses de noviembre y diciembre, mantuvo reuniones con los directivos de Santa Casa da Misericórdia, Lisboa. Tres encuentros que decididamente han contribuido a estrechar vínculos con las tres Loterías homólogas.



**Loterías y Apuestas  
del Estado**

