

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

Memoria Anual 2009



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)



Loterías del Estado
C/ Capitán Haya, 53 • 28020 Madrid
Telf.: 902 112 313

Coordinación: Servicio de Comunicación LAE
Diseño gráfico: Carlos Fernández. Brétema Comunicación S.L.
Producción Editorial: Editorial MIC

D.L.: M-45075-2009

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

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)



Memoria Anual 2009



Loterías del Estado



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)



Loterías del Estado

INDICE



1. Índice

2.	Presentación: El segundo objetivo del afán	05
3.	Impulso corporativo	09
4.	Gestión económica y financiera.....	17
5.	Gestión comercial	21
6.	Nuestros juegos	31
7.	Gestión de Recursos Humanos	59
8.	Los recursos tecnológicos como fortaleza	65
9.	Responsabilidad Social Corporativa: Calidad y seguridad, objetivos prioritarios.....	71
10.	Estrategia y presencia internacional	81



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

2. Presentación: El segundo objetivo del afán

El segundo objetivo del afán

572 empleados, 9 productos diferentes, y 20 millones semanales de resguardos pueden ser, con estas cifras u otras similares, la radiografía de cualquier empresa española con alta rentabilidad. Una de las muchas resistentes a la crisis o de las que fueron afectadas por ella. En todo caso, detrás de esas cifras habrá existido el afán del beneficio, de la rentabilidad, de la sostenibilidad económica por encima del tiempo.

Ajustarse a ese terreno movible, a veces inseguro, del entorno económico, exige una compleja combinación de estrategia, previsión y recursos para convertir en éxito los esfuerzos económicos materiales y humanos que se dedican a ese objetivo. Aun así, todo ese afán en busca del triunfo empresarial lleva implícitos cambios, que a veces son profundos, de lo que parece ser el hilo cotidiano de la gestión.

En 2009, Loterías y Apuestas del Estado puso en pie el proyecto más complejo de su reciente historia, impulsado durante los dos años anteriores: el cambio de su perfil como entidad pública responsable de la gestión de los juegos de Estado, anticipándose estratégicamente a las modificaciones que el futuro trae consigo



2. Presentación

para el sector del juego. También porque la Unión Europea nos obligaba a ello en algunos aspectos. Pero, fundamentalmente, porque ese futuro alternativo tan inmediato ya debe ser el espacio más apropiado para LAE en nuestro principal objetivo común: el de la eficacia y la rentabilidad como gestores de dichos productos.

Cambios en los niveles de dirección, en las estrategias comerciales, en el diseño de los productos, en la presencia pública de la Entidad y, especialmente, en el modelo de relación con nuestra Red Comercial, asegurando un status de igualdad, confianza y profesionalidad, han ido conformando la memoria de este año de 2009.

Este afán por desarrollar toda la potencialidad económica y profesional de LAE, que sigue siendo nuestro principal objetivo estratégico, persigue un segundo objetivo. Tal vez menos citado, porque se supone como implícito en nosotros, pero fundamental en la estrategia

final que LAE desarrolle, porque del éxito en conseguirlo dependen otras consecuencias que tienen que ver con la capacidad de generar bienestar para el conjunto de la sociedad. Ella es la destinataria final de nuestros beneficios como actividad, bien a través del Tesoro Público o de nuestras aportaciones directas.

Nuestro afán de mejora de resultados, los de Loterías y Apuestas del Estado, está impulsado por un segundo objetivo, que en realidad es el primero: ser más eficaces como gestores de un bien común, el de los juegos de Estado, situando a LAE en un futuro optimista, realista y viable. A este objetivo se ha destinado un esfuerzo muy importante durante el año 2009, como se recoge en la presente Memoria Anual, siguiendo pasos ya iniciados en años anteriores y planificando otros para los años siguientes.

Gonzalo Fernández Rodríguez
Director General



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

3. Impulso corporativo

3. Impulso corporativo

El desarrollo del contrato-programa suscrito por Loterías y Apuestas del Estado junto con el Ministerio de Economía y Hacienda (19 de julio de 2007) ha significado la puesta en marcha de un proceso de reforma de la Entidad que abarca diferentes frentes. Todas las actuaciones derivadas de este proceso de cambio y mejora tienen en común el horizonte de un mercado del juego más competitivo, más regulado, más exigente con quienes deseen operar en él.

LAE, EN EL PROCESO DE CAMBIO DEL SECTOR

La elaboración de un proyecto de Ley para ese nuevo escenario, especialmente en el ámbito de adaptarse a las

normativas europeas y a las opciones que ofrecen las nuevas tecnologías, es una parte fundamental de ese proyecto de cambio, que recorrerá sus plazos adecuados de debate sectorial y parlamentario. Pero ese horizonte es la referencia sobre el marco en el que actuar. La implicación de LAE, como regulador actual del mercado, en el diseño de ese proyecto de interés general acentúa la necesidad de que la Entidad esté preparada para ese escenario de gestión y, además, camino de él, modifique algunos de sus esquemas de actuación, caducos unos por el paso del tiempo o impulsados por los cambios en los hábitos de consumo o la revolución tecnológica, muy evidente en este sector del juego.

10



INDICE

DIRECCIÓN: COMPROMISO CON LOS CAMBIOS

Carlos Ocaña, secretario de Estado de Hacienda y Presupuestos y presidente de la Entidad, lo anunció en una reunión con los representantes sindicales, el equipo directivo, las asociaciones de la Red Comercial y los delegados comerciales: “Vivimos cambios rápidos y en un futuro inmediato se producirán otros nuevos, ante los cuales no podemos permanecer impasibles. Ahora toca relanzar el cambio y preparar a LAE para un futuro distinto, con otros actores, donde es necesario ser más capaces de competir y establecer nuevas formas de actuación”.

LÍNEAS DE ACCIÓN

Dichos cambios se iniciaron ya en ejercicios anteriores al de 2009, pero ha sido en éste último cuando se ha

impulsado una estrategia corporativa acentuada de actualización y preparación para ese nuevo futuro. Un impulso de carácter corporativo que ha supuesto la “visualización” de la Entidad con actuaciones en diferentes ámbitos, como responsable de una amplia y bien valorada cartera de productos; como gestor directo de los juegos de Estado, en esa doble responsabilidad que implican: la gestión comercial y la eficiencia de cara a los resultados económicos destinados al Tesoro Público; y, además, la puesta en valor de la acción que LAE realiza a favor del desarrollo social, a través de la citada aportación de sus beneficios íntegros al Tesoro Público, y de las iniciativas que desarrolla de forma directa en el ámbito de la cultura, del deporte y del apoyo social.

Poner en marcha ese proceso implicaba dotar a la dirección de LAE de un



equipo profesionalizado, en el convencimiento de que la suma del capital humano de directivos y empleados, su experiencia y capacidad son activos de valor incalculable en LAE, especialmente en esta etapa. Y de que el desarrollo de esa nueva estrategia implica una nueva concepción sobre el papel a desempeñar por LAE como ente público en el futuro inmediato.

UNA POTENTE POLÍTICA COMERCIAL

Igualmente, los nuevos esquemas comerciales que la sociedad y los mercados han ido incorporando requerían de una modificación a mejor de las prácticas comerciales de Loterías y Apuestas del Estado, en cuanto a la gestión de esos recursos destinados a la comercialización de nuestros productos; los soportes para darlos a conocer y los sistemas de acceso de los consumidores a esos mismos productos.

La colaboración de la empresa Sistemas Técnicos de Loterías (STL) en este sentido ha aportado, y lo hará aún más en el futuro inmediato, un núcleo de apoyo técnico y humano decisivo en la gestión de nuestros productos y la capacidad de respuesta en seguridad y comunicación a los usuarios.

UNA RED COMERCIAL ESTABLE Y MODERNA

2009 ha sido un año de recuperar e impulsar nuevas fortalezas en la gestión de Loterías y Apuestas del Estado. Su visualización social como ente público y la planificación de una nueva estrategia comercial han ido paralelos

con la preparación de uno de nuestros principales activos, la Red Comercial de LAE, para estos nuevos tiempos, adecuando aspectos organizativos y estableciendo un diferente y más sólido vínculo con los puntos de venta de dicha Red. Con dedicación y colaboración de la mayoría de las partes implicadas, en 2009 se estableció el cambio de relación de LAE con dichos establecimientos (integrales y mixtos, según su actividad), dando origen a un nuevo contrato que irá aplicándose de forma voluntaria durante dos años desde la entrada en vigor de los Presupuestos Generales del Estado para 2010.

LA DEFENSA DE LOS RESULTADOS ECONÓMICOS POSITIVOS

El contexto general de la economía española e internacional, al igual que ocurriera en 2008, no ha sido ajeno a Loterías y Apuestas del Estado, como responsable de la gestión de los juegos de Estado, tan vinculados al ocio de los ciudadanos. Pero nuevamente se ha podido comprobar la fortaleza de la propuesta comercial de LAE, que ha superado razonablemente ese escenario económico adverso, lo que vino acompañado de un esfuerzo en la mejora de la gestión interna de los recursos. Ambos aspectos han permitido un cierre económico del ejercicio 2009 con cifras positivas: un resultado neto de 2.994.318.175 euros, que representa un incremento del 3,47 sobre el ejercicio de 2008. En este año, LAE aportó al Tesoro Público un total de 2.919.696.382 euros, casi un punto porcentual (0,92) por encima del ejercicio anterior.



EL HORIZONTE INTERNACIONAL

Fortalecimiento corporativo, potenciación de la estrategia comercial, mejora de resultados y, finalmente, el planteamiento de objetivos en el ámbito internacional, en los que se viene trabajando desde hace varios años, intensamente en 2009, y que cabe confiar

en que fructificarán en diversos proyectos durante el ejercicio de 2010. Un horizonte que está requiriendo un esfuerzo especial del equipo directivo y los responsables técnicos de LAE, a partir del reconocimiento que nuestra propuesta comercial presenta en materia de calidad, seguridad y valor de nuestros productos.

LA GESTIÓN DE LAS ÁREAS

LAE ha experimentado en 2009 un proceso de cambios encaminado a mejorar la gestión comercial y la comunicación. En el contexto de un sector que se encuentra a la espera de una próxima regulación legal, se han potenciado distintos recursos tecnológicos y, además de las habituales campañas publicitarias, se ha hecho especial énfasis en la imagen institucional y de marca, poniendo de relieve que el dinero invertido por los participantes en los juegos redunda en beneficio de toda la sociedad.

A pesar de la difícil coyuntura económica, LAE ha logrado mantener en 2009 unas cifras de venta positivas, que en conjunto han supe-

rado los 9.844 millones de euros, un 2,02% menos respecto al año anterior. La venta de juegos activos ha experimentado un ligero incremento, especialmente significativo en el caso de EuroMillones y Lototurf. En cuanto a la venta media por semana en el conjunto de juegos, cabe destacar que se han superado los 185 millones de euros.

Por lo que respecta a la gestión de Recursos Humanos, se ha hecho un gran esfuerzo formativo, ofreciendo a los empleados de LAE la posibilidad de realizar distintos cursos, prestando especial atención a las nuevas tecnologías y los idiomas. También se ha trabajado en fortalecer y desarrollar el Plan de Prevención de Riesgos Laborales, aprobado



en 2008. En lo relativo al personal laboral, cabe destacar la aprobación de un nuevo convenio colectivo para el periodo 2009-2011.

LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS

Por su parte, la Dirección de Regulación, responsable también del desarrollo e implantación de los recursos tecnológicos en LAE, ha realizado numerosas actividades durante 2009, tanto en el ámbito de desarrollo como en el de explotación y gestión de producción, así como en todo lo relacionado con microinformática y web. Entre otras muchas medidas, se ha llevado a cabo una

mejora de los contenidos y la estructura de la web comercial de la Entidad.

Como muestra de la preocupación de LAE por la calidad y la seguridad, se ha establecido en 2009 un Plan de Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego para los dos años siguientes. Además, el Sistema Integrado de Gestión (SIGLAE) ha superado con éxito una auditoría externa, cuyo objetivo era verificar el mantenimiento y la mejora de los sistemas certificados en 2008. Por otro lado, se han seguido patrocinando, como en años anteriores, distintas actividades deportivas, educativas y culturales.

En el ámbito internacional, LAE ha continuado con su activa participación dentro de las principales asociaciones del sector, ocupándose también de la cooperación con otras entidades y de la relación con las Loterías integradas en EuroMillones. En este sentido, destaca la presencia de la Entidad en la celebración del congreso de la Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas del Estado (CIBELAE) y el de la Asociación Mundial de Lotería (WLA), que tuvieron lugar en Santiago de Chile durante el mes de octubre.



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

4. Gestión económica y financiera

4. Gestión económica y financiera

En 2009, el resultado neto de LAE superó los 2.994 millones de euros, un 3,47% más que en el ejercicio anterior, cuando esta magnitud rozó los 2.894 millones. Valorando el comportamiento de esta magnitud en los últimos años, cabe señalar que, desde 2005, el resultado neto del ejercicio ha aumentado en total un 26,27%.

PAGOS AL TESORO PÚBLICO

En este dato se incluyen las aportaciones que Loterías y Apuestas del Estado efectúa periódicamente al Tesoro Público, a cuenta de los beneficios que va obteniendo durante el año en curso, más la aportación complementaria que realiza durante el ejercicio siguiente. En 2009 la Entidad destinó al Tesoro Público un total de 2.919.696.382 euros, lo que supone un ligero incremento del 0,92% con respecto al año anterior.

VENTAS DE SORTEOS

El conjunto de juegos de LAE alcanzó en 2009 un volumen de ventas de más de 9.844 millones de euros. Las ventas de la Lotería Nacional representaron el 55,11% de esta cantidad, mientras que el otro 44,89% correspondió a los juegos activos. Por lo que respecta a este último dato, cabe destacar que se ha experimentado un incremento del 0,38% con respecto a 2008, continuando de este modo la tendencia

que se viene manteniendo constante en los últimos años.

MARGEN DE PRODUCCIÓN DIRECTO

En total, Loterías y Apuestas del Estado destinó más de 5.900 millones de euros al pago de los premios de sus diferentes productos. Por lo que se refiere a la Lotería Nacional, se dedicaron a este fin 3.539.003.355 euros, mientras que en el caso de los juegos activos fueron 2.376.058.007 euros los destinados al pago de los diferentes premios (un 0,13% más que en 2008).

El margen de producción directo fue favorable para LAE, con un aumento del 1,35% respecto al ejercicio anterior, pasando a representar este año el 39,77% de las ventas.

MARGEN DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DIRECTO

Esta magnitud ha registrado una variación positiva del 1,94% (57.322.401 euros más que en 2008), suponiendo el 30,67% de las ventas. Por otro lado, los gastos de distribución y ventas directos se redujeron un 1,31%, mientras que los de publicidad y promoción directos aumentaron un 3,86%. Por lo que respecta a los ingresos de explotación, experimentaron una reducción del 5,89%, menor que la del año anterior.

RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN

El resultado bruto de explotación en 2009 fue de 2.920.585.904 euros, con un incremento respecto al ejercicio previo del 1,01%. Esta magnitud supuso el 29,67% de las ventas. Los gastos de explotación indirectos experimentaron un incremento del 39,97%, siguiendo la tendencia iniciada en 2008.

CAPITALES PROPIOS

Esta magnitud había experimentado una pequeña disminución en 2008, en un aparente cambio de tendencia con respecto a los ejercicios anteriores, pero en 2009 se ha registrado un nuevo y significativo aumento, de nada menos que el 10,63%.

CASH-FLOW DE EXPLOTACIÓN

El cash-flow de explotación ha superado este año los 2.992 millones de euros. Aunque esta cifra es un 5% inferior a la registrada en 2008, se debe tener en cuenta que entonces había experimentado un extraordinario crecimiento del 12,63%. De este modo, incluso habiéndose reducido ahora ligeramente, el cash-flow de explotación ha alcanzando un nivel superior al de 2007.

MARGEN DE EXPLOTACIÓN

Esta ratio ha mostrado en los últimos años una tendencia sostenida al alza, que se ha confirmado nuevamente en 2009, al llegar al 30,27% (frente al 28,28% del ejercicio anterior).

MAGNITUDES ECONÓMICAS BÁSICAS	2009		
	IMPORTE	% PART.	% VAR.
= VENTAS DE SORTEOS	9.844.566.070	100,00	(2,02)
Subtotal de Lotería Nacional	5.425.260.445	55,11	(3,89)
Subtotal de Juegos Activos	4.419.305.625	44,89	0,38
Coste Premios Sorteos/Producción	5.929.569.348	60,23	(4,12)
+ Premios de Sorteos Devengados	5.915.061.362	60,08	(4,12)
+ Premios de Sorteos Devengados de Lotería Nacional	3.539.003.355	65,23	(6,78)
+ Premios de Sorteos Devengados de Juegos Activos	2.376.058.007	53,77	0,13
+ Trabajos Externos de Producción (billetes y boletos)	14.507.986	0,15	(4,30)
= Margen de Producción Directo	3.914.996.722	39,77	1,35
- Gastos de Distribución y Ventas Directos	896.396.323	9,11	(1,31)
- Gastos de Publicidad y Promoción Directos	66.317.937	0,67	3,86
+ Ingresos de Explotación	66.720.547	0,68	(5,89)
= Margen de Distribución y Ventas Directo	3.019.003.009	30,67	1,94
- Gastos de Explotación Indirectos/Estructura	98.417.105	1,00	39,97
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	2.920.585.904	29,67	1,01
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	2.980.406.703	30,27	4,90
= RESULTADO NETO DEL EJERCICIO (B)	2.994.318.175	30,42	3,47
PAGOS AL TESORO PÚBLICO:	2.919.696.382		0,92
Aportación al Tesoro Público a la cuenta de beneficios	2.697.745.000		0,96
Aportación al Tesoro Público complementaria ejercicio anterior	221.951.382		0,38
+ Capitales Propios	745.199.791		10,63
- Tesorería	2.195.877.743		3,62
= CASH-FLOW EXPLOTACIÓN	2.992.661.048		(5,00)
RATIOS CLAVES			
Margen de Explotación (RNX/VN)	30,27%		
Margen Resultado Neto (RNE/VN)	30,42%		

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

5. Gestión comercial

5. Gestión comercial

CONTEXTO GENERAL DEL SECTOR

El año 2009 ha venido marcado por el impasse en el que se encuentra el mercado, a la espera de una próxima Ley que responda a los retos que presentan las nuevas tecnologías y a la abundancia de ofertas de juegos. En esta situación, los productos de LAE han competido con los de la ONCE, algunos juegos autonómicos, juegos privados y las nuevas apuestas que se comercializan a través de Internet con esa regulación legal pendiente.

Los juegos de LAE han consolidado durante este año su privilegiada posición, representando un 30% del mercado total del juego en España, frente al 10% de los bingos, 7% de los casinos, 6% de la ONCE, y sólo superada por el aproximadamente 45% de las máquinas tragaperras, que tiene unas connotaciones especiales. En estos datos no se ha tenido en cuenta la actividad de las apuestas que se comercializan a través de Internet, de las cuales no se dispone de datos fidedignos.

Si se examina la evolución del mercado en los últimos años, se puede comprobar que los juegos gestionados por LAE están en el grupo de cabeza de aquellos que mayor incremento han experimentado en este periodo, a pesar del aumento exponencial de la competencia en el sector del juego.

EL CAMBIO COMERCIAL

Dentro del escenario de una identidad corporativa sólida, que hace tiempo se ha venido implantando y que ha consolidado los valores de solvencia, garantía y seguridad que el público percibe en nuestros juegos, se ha querido dar un paso más y se ha rediseñado una marca comercial que resalta la identidad gráfica de la Entidad, una imagen que ha buscado potenciar el dinamismo, la modernidad y los valores de servicio y colaboración con asuntos de interés social, deportivo y cultural.

LA RED ACTUAL

En el año 2009, la Red de Ventas estaba compuesta por 4.006 establecimientos integrales, es decir, que comercializan todos los juegos de LAE, y por 6.351 establecimientos mixtos, que presentan igual oferta excepto los billetes preim-



presos de Lotería Nacional y que desarrollan otra actividad principal.

Esta tupida estructura comercial logra dar a todas las poblaciones de España un excelente y completo servicio, muy apreciado por el público según todos los estudios de satisfacción llevados a cabo.

La relación con estos puntos de venta se articula a través de las 55 Delegaciones Comerciales, que realizan el seguimiento de la gestión comercial de la Red de Ventas.

LOS CLIENTES DAN UN NOTABLE A LOS JUEGOS DE LAE

La satisfacción de los clientes con los juegos que comercializa LAE quedó patente en el estudio de calidad que se puso en marcha a finales de 2008 y cuyos resultados definitivos se obtuvieron en 2009.

Las conclusiones y notas más destacadas de dicho estudio son las siguientes:

- La valoración de la oferta de productos alcanza una media de 7,42 puntos. Por juegos, La Quiniela recibe la nota más alta, con un 7,69, seguida de La Primitiva, con un 7,48, BonoLoto, con un 7,44, Lotería Nacional, con un 7,39, EuroMillones, con un 7,26, y El Gordo, con un 7,20. Todos ellos superan el notable ampliamente.
- Los aspectos que más aprecian los españoles de los productos de LAE son la sencillez del juego, su popularidad y la tradición. También son muy bien valorados el precio de la apuesta, la claridad de la información, la frecuencia de los sorteos y la difusión de los resultados en los medios de comunicación.

- El perfil sociodemográfico del participante indica que todos los segmentos de la población se ven atraídos, en mayor o menor medida, por los juegos comercializados por LAE. Si atendemos a las franjas de edad, la que abarca de los 18 a los 24 años supone el 12,1% de los compradores; los jóvenes de 25 a 34 años son los que más participan en los juegos, el 26,1% del total; las personas entre 35 y 44 años llegan al 24,9%; las de 45 a 54 años alcanzan el 19,9%; y las de más de 55 años forman el 17% del número total de compradores de juegos.
- Por sexos, el 58,7% son hombres, mientras que el 41,3% son mujeres.
- Por hábitat, las personas que viven en poblaciones de menos de 10.000 habitantes son el 23,4% de los clientes de LAE; las que viven en localidades de entre 10.000 y 50.000 forman el 25,9%; las que viven en municipios de entre 50.000 y 100.000 habitantes son el 11,5%; y aquéllas que habitan en ciudades de más de 100.000 habitantes alcanzan el 39,2% de los compradores de juegos de LAE.

UN NUEVO POTENCIAL COMERCIAL

El modelo de Red por el que LAE seguirá apostando es el que se ha mantenido hasta ahora, ya que garantiza el servicio al público en las mejores condiciones y la viabilidad de todos los puntos de venta. Para cubrir los futuros puntos, tanto exclusivos como mixtos, LAE realizará ofrecimientos públicos basados en los principios de publicidad, concurrencia, igualdad y no discriminación, encaminados a conformar una Red equilibrada, lógica y racional, con el fin de compagi-

nar un mejor servicio a los ciudadanos y garantizar la viabilidad de todos los puntos de venta.

LA FORTALEZA DE LA NUEVA RELACIÓN CONTRACTUAL

La normativa europea no incluye al sector del juego como actividad susceptible de concesión administrativa. El año 2009 ha servido para construir una propuesta para crear un nuevo marco jurídico de relación con los puntos de venta, basado en un nuevo modelo, que pasa del derecho público actual a una relación encuadrada en el derecho privado, por medio de un contrato mercantil con los puntos de venta que garantice más sus derechos y que los convierta en auténticos empresarios, lo cual redundará en beneficio de su gestión. Éstos podrán optar, en el plazo de dos años, por incorporarse al nuevo régimen o permanecer en el actual.

Este proceso de cambios significa una oportunidad para todos, tanto para LAE, que se debe configurar como una Entidad fuerte y competitiva, como para la Red de Ventas, que, do-

tada de todos los medios tecnológicos y humanos, podrá desarrollar un auténtico espíritu comercial que favorezca la configuración de un mapa que nos permita acercarnos más al público, mejorar la calidad en el servicio y, en definitiva, optimizar los resultados.

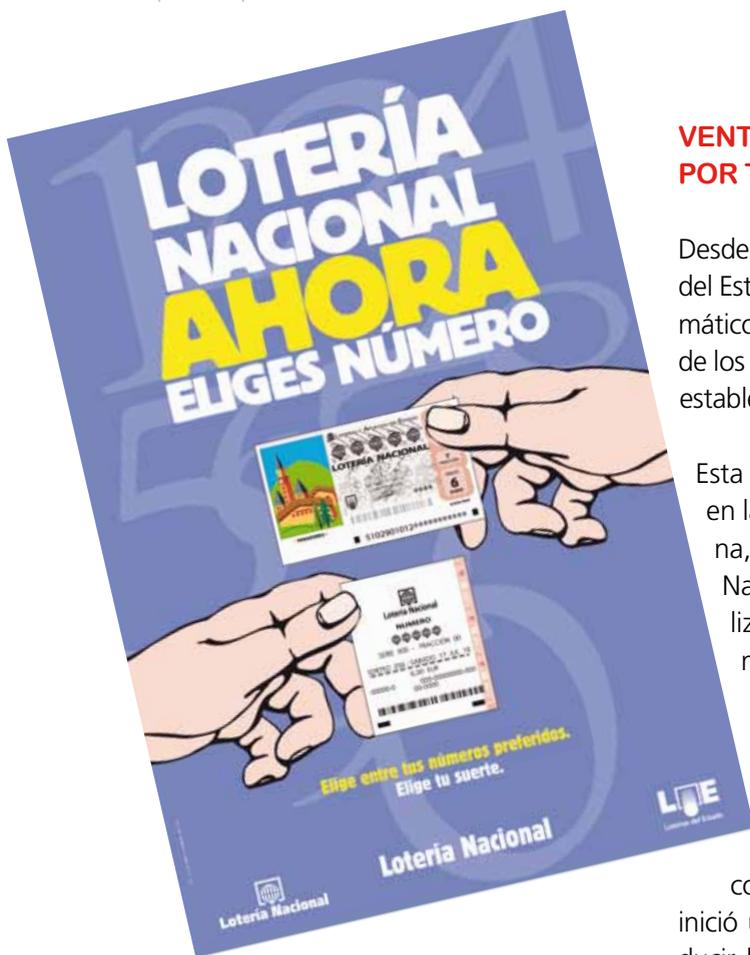
RECURSOS TECNOLÓGICOS Y ESTRATEGIA COMERCIAL DE LAE

En 2009 se ha continuado con el proceso de innovación y desarrollo tecnológico emprendido hace varios años, que ha hecho que los puntos de venta de Loterías y Apuestas del Estado sean un modelo de referencia en el uso de la tecnología para la estrategia comercial y de marketing.

En este sentido, se han incrementado el número de pantallas informativas del Canal LAE como instrumento de Marketing Dinámico. A finales de 2009, el número de pantallas ascendía a 6.500. También se puso en marcha el proyecto Onda LAE, con el que se ha dotado de sonido a las pantallas, y que consiste en la difusión de una base musical, específicamente seleccionada para este tipo de locales, mezclada con cuñas promocionales de los juegos de LAE.

A efectos de que haya una inmediatez en la información a los puntos de venta, se han implementado nuevas funcionalidades en el Portal eSTILA (www.estila.es), canal de





VENTA DE LOTERÍA NACIONAL POR TERMINAL

Desde el año 1990, Loterías y Apuestas del Estado ha adoptado el sistema informático de admisión de apuestas a través de los terminales instalados en todos los establecimientos de su Red Comercial.

Esta modalidad estaba implantada en la totalidad de juegos que gestiona, salvo en los sorteos de Lotería Nacional, en los que la comercialización se realizaba únicamente mediante billetes preimpresos.

En el año 2007, con el fin de ofrecer a su público y a los ciudadanos en general una mejor distribución de este juego, así como de optimizar las ventas, LAE inició un proyecto encaminado a introducir la venta de la Lotería Nacional a través de los terminales informáticos de los puntos de venta.

Ha sido en el año 2009, tras diversos estudios que aconsejaban su implantación, cuando la Dirección Comercial estableció como objetivo para 2010 la puesta en marcha de este sistema de venta.

Una vez realizados todos los desarrollos informáticos por parte de STL y diseñados los procesos necesarios, así como los resguardos que se utilizarían, etc., se estableció como fecha de inicio de este tipo de venta el lunes 5 de julio de 2010.

Con el fin de informar al público de esta modalidad de venta, se han editado unos carteles publicitarios para su exposición en los puntos de venta de la Red Comercial.

comunicación de LAE con su Red, al que todos los puntos de venta pueden tener acceso. En el portal disponen de todos los datos necesarios para su gestión (ventas, premios, facturas, liquidaciones, etc.), y además pueden ver en tiempo real la información de resultados, botes, programas, etc. Esto ha permitido incrementar el número de usuarios y accesos al portal en este año.

En 2009 también se han realizado pruebas-test de los Puntos Autónomos de Información (PAI) como instrumentos de información al público, que próximamente y dados los resultados obtenidos, se instalarán de forma progresiva en aquellos puntos de venta en los que puedan resultar más útiles.

LA COMUNICACIÓN DEL LIDERAZGO

Ésta es una pieza importante dentro de las fortalezas de nuestra actividad, y consiste en saber comunicar al público tanto la información sobre la excelencia de nuestros juegos y la importancia de sus premios, sin igual en el mercado español, como los fines sociales, deportivos o culturales a los que va dirigida gran parte de nuestra gestión.

IMAGEN INSTITUCIONAL

Si bien la comunicación publicitaria específica de los juegos no ha entrañado grandes cambios, en el año 2009 se ha trabajado especialmente para dar a conocer una realidad, quizá no suficientemente conocida, aunque sí fundamental para LAE: su imagen institucional y de marca, poniendo de relieve la continua colaboración que lleva a cabo con instituciones e iniciativas sociales, y que revierte directamente en beneficio de la sociedad, la cultura y el deporte.

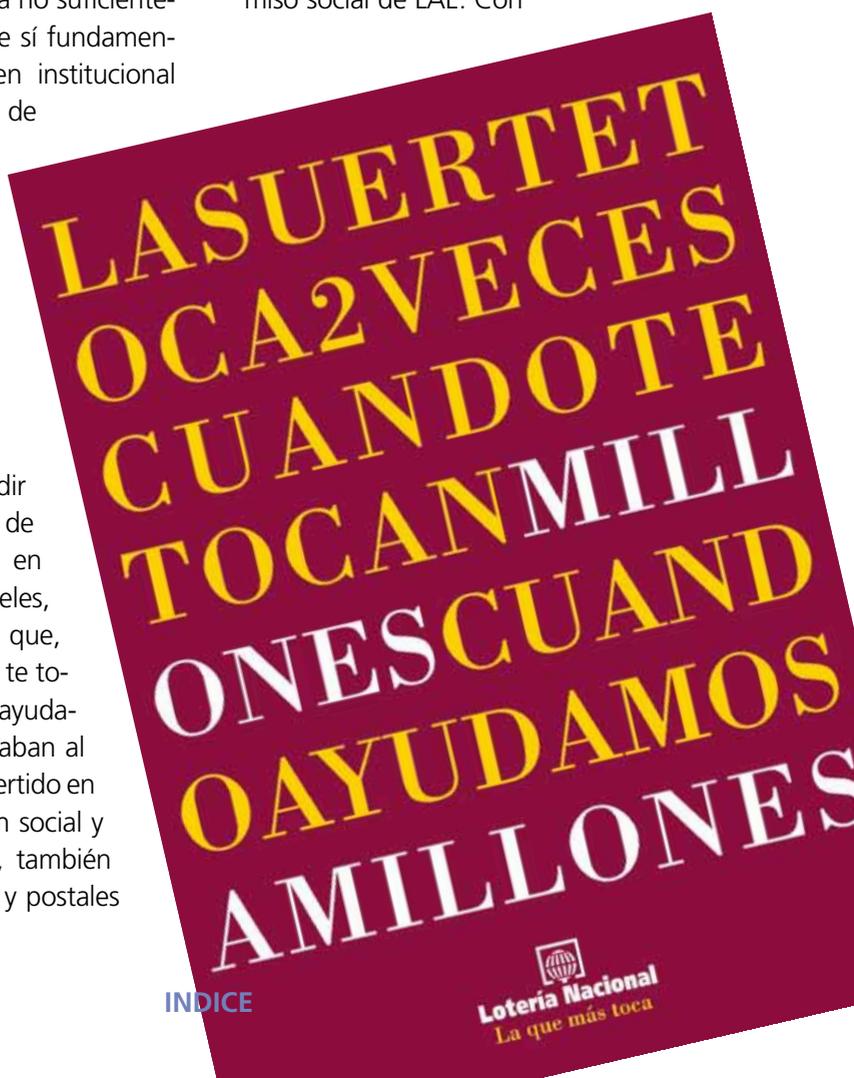
Para comenzar a difundir este mensaje, en el mes de marzo se pudieron ver en los puntos de venta carteles, marcapáginas y postales que, con el eslogan "Cuando te tocan millones y cuando ayudamos a millones", recordaban al público que el dinero invertido en sus apuestas tiene un fin social y solidario. Paralelamente, también se pudieron ver carteles y postales

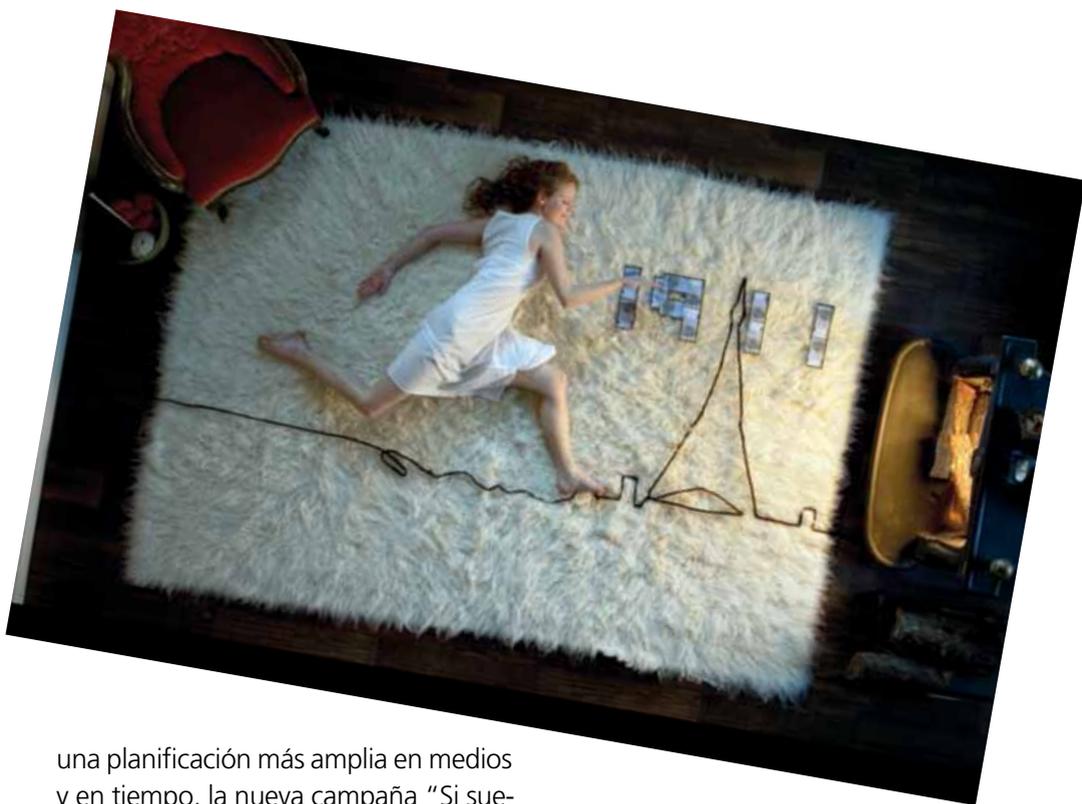
en los que se anunciaba de forma gráfica que, cuando se participa en estos juegos, además de grandes premios y la posibilidad de hacer realidad cualquier aspiración, también cabe el apoyo a la sociedad.

Después de estas acciones dirigidas al punto de venta, se amplió el público objetivo con una serie de publinreportajes informativos, de duración cercana a un minuto.

SI SUEÑAS... LOTERÍAS

Durante el último trimestre del año y con continuidad en 2010, una nueva creatividad toma el relevo a las ya empleadas para dar a conocer el compromiso social de LAE. Con





una planificación más amplia en medios y en tiempo, la nueva campaña “Si sueñas... Loterías” tiene lugar en televisión, radio, prensa y carteles para los puntos de venta.

En este caso, los sueños de una joven que duerme van a representar los de todos aquellos que participan en los juegos de LAE, tanto si obtienen un premio como si no, porque nuevamente el mensaje que se transmite es el apoyo social que presta Loterías y Apuestas del Estado.

LOTERÍA NACIONAL

Durante el año 2009, se ha utilizado la campaña producida en julio de 2008 por Ricardo Pérez Asociados. Bajo el eslogan “Cuidado que toca” y en tono de humor, se pone de relieve la facilidad de obtener un premio de la Lotería Nacional. Con tres desarrollos diferentes, ante la promesa de distintos personajes que prometen algo si les toca la Lotería, otros advierten: “Cuidado que toca”.

SORTEO EXTRAORDINARIO DE NAVIDAD

Como es habitual desde hace años, la comunicación para el Sorteo de Navidad comenzó en el mes de julio, con la precampaña de verano, coincidiendo con el comienzo de la venta de los décimos para este sorteo. La tradicional pregunta “¿Y si cae aquí?” anuncia, un año más, que la suerte ya está a la venta y que puede encontrarse en cualquier lugar de vacaciones.

Como en años anteriores, a mediados de noviembre llegó la popular y siempre esperada campaña del Sorteo de Navidad, creada por Ricardo Pérez Asociados. Este año el spot mostraba, frente a la Navidad clásica, distintas alternativas de vivirla: la Navidad moderna, la viajera, etc., que, si bien diferentes, todas ellas tenían como elemento común la Lotería de Navidad.

La campaña se completó con carteles para los puntos de venta y con cuñas de radio, en las que imitadores de famosos explicaban en tono de humor que hay muchas Navidades, pero que en todas estaba presente la Lotería de Navidad.

SORTEO EXTRAORDINARIO DE EL NIÑO

Este sorteo también contó en 2009 con nueva campaña y nueva producción. El eslogan "Juega con El Niño", utilizado en los dos años anteriores, evolucionó hasta "No te olvides, juega con El Niño". El eje de la comunicación volvió a ser el juego de palabras que asociaba inevitablemente a niños reales con el sorteo del mismo nombre.

La campaña se exhibió en televisión, spots de publicidad exterior y carteles para puntos de venta. También se emitieron cuñas de radio.

LA PRIMITIVA

La comunicación publicitaria de La Primitiva en el año 2009 fue continuación de la utilizada en el año anterior. En septiembre de 2008 se puso en marcha una nueva campaña, en la que se narraban más aventuras del perro Pancho y su envidioso dueño, Ramiro Benítez. Esta historia se ha podido ver en televisión, con ocasión de los botes de este juego, en spots de 45 y 20 segundos.

Todos los botes se han publicitado también con carteles en los puntos de venta, mediante la prensa y con cuñas de radio, en las que Ramiro cuenta sus intenciones a la vez que informa de los premios en juego. Asimismo, se mantiene la página web www.loquepanchosellevo.com, en la que los seguidores del perro millonario interactúan con él mediante juegos, concursos y chats.

EL GORDO DE LA PRIMITIVA Y BONOLOTO

En el caso de estos dos juegos, únicamente se han utilizado como soporte publicitario los carteles para los puntos de venta, mediante los que se ha informado de los botes. Sólo excepcionalmente se ha utilizado la prensa.

EUROMILLONES

Este juego también se ha servido de la campaña creada en 2008, fecha en la que se realizó una importante producción que, bajo la idea "Todo cabe", alertaba de las oportunidades que se abren ante la posibilidad de conseguir uno de los grandes premios que ofrece EuroMillones.





racterísticas de estos productos, que son más especializados y dedicados a un público más restringido, la publicidad se ha insertado en publicaciones dedicadas al mundo del turf.

Las acciones publicitarias de este producto se planificaron coincidiendo con botes especiales, grandes botes y otras circunstancias que, de forma genérica, han servido para comunicar el fondo mínimo que ofrece el sorteo de EuroMillones.

LA QUINIELA

La comunicación publicitaria de La Quiniela coincidió con la vigencia del Campeonato Nacional de Liga. Así, hasta junio de 2009 se siguió emitiendo la campaña de 2008, con su conocido eslogan "Gana sin tocar un balón".

Coincidiendo con el inicio de la nueva temporada, que comenzó en agosto de 2009, se estrenó nueva campaña de la agencia Tactics Europe, con una mayor presencia del punto de venta.

En el año 2009 se han emitido spots durante las retransmisiones de partidos de la Liga de Fútbol Profesional española y en programas deportivos.

LOTOTURF Y QUÍNTUPLE PLUS

La Apuesta Hípica ha mantenido la comunicación de 2008. Dadas las ca-

PROGRAMAS ESPECÍFICOS EN TELEVISIÓN

Además de la comunicación estrictamente publicitaria y con el fin de mantener y reforzar la imagen de LAE basada en la transparencia, cercanía y confianza con el público, se han retransmitido los sorteos de BonoLoto, La Primitiva, Lotería Nacional y Lototurf. Junto con la retransmisión de los sorteos, se ha ofrecido información de los botes y premios más importantes, así como de cualquier novedad que haya tenido que ver con los juegos.

Los viernes se ha seguido emitiendo, en La 2 de TVE, el programa "La suerte en tus manos". En este espacio, de 15 minutos de duración, se han presentado el sorteo de EuroMillones, retransmitido desde París, y los resultados de BonoLoto, de manera más amplia que en el caso de los sorteos diarios.

Asimismo, y con motivo de la celebración de los Sorteos Viajeros de Lotería Nacional, también se ha emitido un pequeño espacio en el que, además del resumen del sorteo, se han dedicado unos minutos a la localidad anfitriona de cada uno de ellos.

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

6. Nuestros juegos

6. La mayor y mejor oferta

En 2009, la venta del conjunto de los juegos de LAE ascendió a 9.844.566.070 euros, lo que supuso un descenso del 2,02% en relación al año anterior. Si tenemos en cuenta el contexto de crisis generalizada, el resultado se puede considerar muy satisfactorio comparado con cualquier otro sector de la economía española.

Es de destacar que, en la citada coyuntura negativa para todos los sectores económicos, se haya producido un incremento del 0,38% en las ventas de los juegos activos de LAE, alcanzándose la cifra de 4.419.305.625 euros. El aumento más significativo en términos absolutos corresponde, sin duda, a Euro-

Millones, que facturó 1.046.549.254 euros, con un incremento del 8,98% respecto a 2008, aunque fue Lototurf el que experimentó una mayor subida porcentual, un 21,14%, llegando a los 12.066.689 euros de recaudación. También BonoLoto aumentó su facturación, que, con 623.147.292,50 euros, tuvo un aumento del 1,56% respecto al año pasado.

Por su parte, la Lotería Nacional de los jueves tuvo un pequeño incremento del 0,61%.

El resto de los juegos mantuvieron estables sus niveles de ventas, con bajadas poco significativas.

Conjunto de juegos. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO 2009/2008
	2008	2009	
ANDALUCÍA	1.401.210.525,50	1.366.875.596,00	-2,45
ARAGÓN	289.454.293,00	283.952.083,50	-1,90
ASTURIAS	279.777.155,00	282.220.400,50	0,87
CANARIAS	413.604.933,00	396.784.186,00	-4,07
CANTABRIA	126.063.913,50	127.076.878,50	0,80
CASTILLA Y LEÓN	703.633.139,00	709.617.521,50	0,85
CASTILLA-LA MANCHA	440.905.148,00	434.355.261,00	-1,49
CATALUÑA	1.498.157.366,00	1.466.738.192,50	-2,10
COM. VALENCIANA	1.278.034.159,50	1.217.312.076,00	-4,75
EXTREMADURA	192.360.249,50	193.485.494,50	0,58
GALICIA	567.399.280,00	567.959.967,00	0,10
ILLES BALEARS	200.535.804,50	194.444.999,50	-3,04
MADRID	1.566.982.244,50	1.515.142.149,00	-3,31
MURCIA	332.693.412,00	320.287.725,00	-3,73
NAVARRA	114.536.737,00	112.872.836,50	-1,45
PAÍS VASCO	529.545.565,50	526.845.725,00	-0,51
RIOJA, LA	77.461.855,00	77.758.578,50	0,38
CEUTA	11.216.087,50	11.571.747,00	3,17
MELILLA	9.233.275,50	9.673.102,00	4,76

En este ejercicio se acentuó el comportamiento de los jugadores iniciado en el último trimestre de 2008, que consiste en el aumento del número de participantes, pero con una reducción de la inversión, más centrada en la búsqueda de los grandes premios millonarios, y también motivada por la situación de la economía. De ello se ha

beneficiado de una forma muy significativa el juego que ofrece los premios más importantes, EuroMillones.

Por Comunidades Autónomas, Madrid sigue siendo líder en ventas, con 1.515.142.149 euros, seguida de Cataluña, Andalucía, la Comunidad Valenciana y Castilla y León.



Conjunto de juegos. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO 2009/2008
	2008	2009	
ÁLAVA	64.882.769,50	63.081.322,50	-2,78
ALBACETE	92.006.000,00	89.851.734,00	-2,34
ALICANTE	494.124.778,50	463.695.955,00	-6,16
ALMERÍA	141.807.061,00	132.478.690,50	-6,58
ASTURIAS	279.777.155,00	282.220.400,50	0,87
ÁVILA	45.210.045,50	44.616.053,00	-1,31
BADAJOS	104.350.696,00	104.575.362,00	0,22
BARCELONA	1.059.495.358,00	1.049.497.509,00	-0,94
BURGOS	125.644.191,50	126.223.495,00	0,46
CÁCERES	88.009.553,50	88.910.132,50	1,02
CÁDIZ	195.416.136,00	193.137.784,00	-1,17
CANTABRIA	126.063.913,50	127.076.878,50	0,80
CASTELLÓN	136.418.739,50	130.392.560,00	-4,42
CIUDAD REAL	120.025.711,00	118.697.637,00	-1,11
CÓRDOBA	134.670.497,50	133.779.967,00	-0,66
CORUÑA, A	245.112.261,50	244.517.236,50	-0,24
CUENCA	53.171.986,00	52.391.946,00	-1,47
GIRONA	129.770.609,50	124.779.966,00	-3,85
GRANADA	171.280.482,50	166.087.265,00	-3,03
GUADALAJARA	40.293.695,50	41.185.741,50	2,21
GUIPÚZCOA	156.833.814,50	154.799.505,00	-1,30
HUELVA	69.694.281,50	70.858.837,00	1,67
HUESCA	56.978.370,00	56.377.897,50	-1,05
ILLES BALEARS	200.535.804,50	194.444.999,50	-3,04
JAÉN	121.672.760,00	120.944.799,00	-0,60
LEÓN	131.287.025,00	131.286.949,50	0,00
LUGO	68.070.625,50	68.696.054,00	0,92
LLEIDA	173.921.245,00	160.660.675,00	-7,62
MADRID	1.566.982.244,50	1.515.142.149,00	-3,31
MÁLAGA	293.505.099,00	282.248.565,50	-3,84
MURCIA	332.693.412,00	320.287.725,00	-3,73
NAVARRA	114.536.737,00	112.872.836,50	-1,45
OURENSE	61.995.256,00	63.706.829,00	2,76
PALENCIA	53.169.922,50	53.371.750,00	0,38
PALMAS, LAS	207.684.831,50	197.566.575,50	-4,87
PONTEVEDRA	192.221.137,00	191.039.847,50	-0,61
RIOJA, LA	77.461.855,00	77.758.578,50	0,38
SALAMANCA	78.460.259,50	79.204.907,50	0,95
STA. CRUZ DE TENERIFE	205.920.101,50	199.217.610,50	-3,25
SEGOVIA	60.867.685,50	60.091.033,50	-1,28
SEVILLA	273.164.208,00	267.339.688,00	-2,13
SORIA	38.085.429,50	44.824.094,00	17,69
TARRAGONA	134.970.153,50	131.800.042,50	-2,35
TERUEL	27.311.250,00	27.203.035,00	-0,40
TOLEDO	135.407.755,50	132.228.202,50	-2,35
VALENCIA	647.490.641,50	623.223.561,00	-3,75
VALLADOLID	121.278.746,00	120.151.298,50	-0,93
VIZCAYA	307.828.981,50	308.964.897,50	0,37
ZAMORA	49.629.834,00	49.847.940,50	0,44
ZARAGOZA	205.164.673,00	200.371.151,00	-2,34
CEUTA	11.216.087,50	11.571.747,00	3,17
MELILLA	9.233.275,50	9.673.102,00	4,76

LOTERÍA NACIONAL

La Lotería Nacional es un juego con una larga trayectoria. El más emblemático de todos sus sorteos es, sin duda alguna, el de Navidad, que constituye una tradición fuertemente arraigada en las costumbres y una forma de compartir ilusiones y sueños con la familia, los amigos o los compañeros de trabajo.

Durante 2009, las ventas de la Lotería Nacional se vieron afectadas por el contexto económico general y reflejaron un descenso del 3,89%, con unas ventas totales de 5.425.260.445 euros.

Las Comunidades Autónomas de Asturias, Castilla y León y La Rioja, así como la Ciudad Autónoma de Ceuta, incrementaron sus ventas.

En cuanto a cifras absolutas de ventas, la Comunidad de Madrid se co-

loca un año más en primer lugar, con 852.256.899 euros, seguida de Cataluña, con 810.853.704, y la Comunidad Valenciana, con 733.839.432.



Sorteos viajeros celebrados en 2009

FECHA	LOCALIDAD	PROVINCIA	SORTEO
07/03/09	Almería	Almería	Sorteo Especial "Cruz Roja"
18/04/09	Cáceres	Cáceres	Sorteo de Lotería Nacional "A.E.C.C."
23/05/09	Chinchón	Madrid	Sorteo de Lotería Nacional
13/06/09	Arévalo	Ávila	Sorteo de Lotería Nacional
11/07/09	Cangas de Onís	Asturias	Sorteo Especial de "Verano"
12/09/09	L'Escala	Girona	Sorteo de Lotería Nacional
03/10/09	Lugo	Lugo	Sorteo de Lotería Nacional
05/12/09	Murcia	Murcia	Sorteo de Lotería Nacional

SORTEOS DE NAVIDAD Y EL NIÑO

El Sorteo de Navidad es el más importante de cuantos celebra la Lotería Nacional, tanto por volumen de ventas como por tradición, circunstancia que lo convierte en un verdadero acontecimiento de carácter nacional e incluso internacional. Un año más, la campaña de venta de décimos empezó en julio, cinco meses antes de la celebración del sorteo.

El año 2009 vio cómo Cataluña superaba a la Comunidad de Madrid en ventas, llegando la primera a los 442.502.060 euros, mientras que la segunda se quedaba en 441.885.160.

Tras ellas aparece la Comunidad Valenciana, con 329.315.580 euros, y Andalucía, con 328.165.760.

El Sorteo de El Niño es el otro gran sorteo de la Lotería Nacional que aún tradición y grandes ventas. En 2009 ha sufrido un retroceso en su recaudación, el 2,11%. Las ventas totales ascendieron a 762.116.400 euros, situándose la Comunidad de Madrid a la cabeza, con 109.788.060 euros. Tras ella figuran la Comunidad Valenciana, con 106.066.000, Cataluña, con 103.659.660, y Andalucía, con 100.652.780. Las autonomías que más incrementan sus ventas son Ceuta, Melilla, Castilla y León y Extremadura.

Conjunto de Lotería Nacional. Venta por Comunidades.

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ANDALUCÍA	738.324.671,00	703.278.071,00	-4,75
ARAGÓN	179.228.260,00	174.077.583,00	-2,87
ASTURIAS	161.912.879,00	162.833.287,00	0,57
CANARIAS	181.147.189,00	167.896.267,00	-7,32
CANTABRIA	69.878.646,00	68.660.022,00	-1,74
CASTILLA Y LEÓN	422.151.773,00	423.933.142,00	0,42
CASTILLA-LA MANCHA	266.432.662,00	257.607.976,00	-3,31
CATALUÑA	841.593.516,00	810.853.704,00	-3,65
COM. VALENCIANA	785.873.148,00	733.839.432,00	-6,62
EXTREMADURA	94.814.597,00	94.007.120,00	-0,85
GALICIA	278.373.779,00	272.879.762,00	-1,97
ILLES BALEARS	90.370.094,00	85.363.486,00	-5,54
MADRID	899.494.500,00	852.256.899,00	-5,25
MURCIA	216.513.141,00	204.532.191,00	-5,53
NAVARRA	63.233.573,00	61.502.627,00	-2,74
PAÍS VASCO	304.294.809,00	300.605.705,00	-1,21
RIOJA, LA	46.304.426,00	46.418.015,00	0,25
CEUTA	2.330.611,00	2.451.079,00	5,17
MELILLA	2.291.354,00	2.264.077,00	-1,19

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

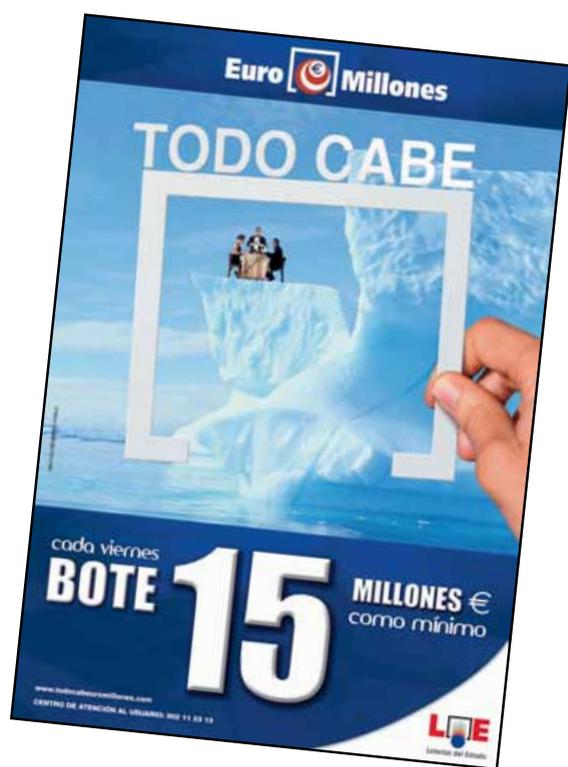
Lotería Nacional. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ÁLAVA	33.685.901,00	32.478.122,00	-3,59
ALBACETE	56.332.872,00	53.498.800,00	-5,03
ALICANTE	305.880.316,00	280.819.146,00	-8,19
ALMERÍA	81.764.836,00	76.053.345,00	-6,99
ASTURIAS	161.912.879,00	162.833.287,00	0,57
ÁVILA	25.345.217,00	24.748.169,00	-2,36
BADAJOS	48.193.076,00	47.438.001,00	-1,57
BARCELONA	579.901.085,00	568.447.013,00	-1,98
BURGOS	83.597.622,00	83.606.666,00	0,01
CÁCERES	46.621.521,00	46.569.119,00	-0,11
CÁDIZ	78.789.878,00	75.647.425,00	-3,99
CANTABRIA	69.878.646,00	68.660.022,00	-1,74
CASTELLÓN	74.057.791,00	71.136.953,00	-3,94
CIUDAD REAL	78.179.943,00	76.588.355,00	-2,04
CÓRDOBA	78.401.185,00	76.348.831,00	-2,62
CORUÑA, A	128.425.822,00	125.074.303,00	-2,61
CUENCA	34.471.804,00	33.459.686,00	-2,94
GIRONA	66.576.219,00	63.639.400,00	-4,41
GRANADA	102.554.711,00	97.818.361,00	-4,62
GUADALAJARA	21.751.007,00	22.152.409,00	1,85
GUIPÚZCOA	81.494.537,00	79.146.082,00	-2,88
HUELVA	23.120.293,00	22.148.844,00	-4,20
HUESCA	37.698.261,00	36.913.492,00	-2,08
ILLES BALEARS	90.370.094,00	85.363.486,00	-5,54
JAÉN	77.250.637,00	75.606.403,00	-2,13
LEÓN	75.101.534,00	73.384.513,00	-2,29
LUGO	37.758.885,00	37.740.899,00	-0,05
LLEIDA	132.835.763,00	117.374.052,00	-11,64
MADRID	899.494.500,00	852.256.899,00	-5,25
MÁLAGA	154.477.105,00	144.474.017,00	-6,48
MURCIA	216.513.141,00	204.532.191,00	-5,53
NAVARRA	63.233.573,00	61.502.627,00	-2,74
OURENSE	23.272.668,00	23.975.393,00	3,02
PALENCIA	35.711.246,00	35.684.282,00	-0,08
PALMAS, LAS	81.852.098,00	74.043.669,00	-9,54
PONTEVEDRA	88.916.404,00	86.089.167,00	-3,18
RIOJA, LA	46.304.426,00	46.418.015,00	0,25
SALAMANCA	38.490.409,00	38.821.632,00	0,86
STA. CRUZ DE TENERIFE	99.295.091,00	93.852.598,00	-5,48
SEGOVIA	42.226.465,00	41.315.398,00	-2,16
SEVILLA	141.966.026,00	135.180.845,00	-4,78
SORIA	27.673.957,00	33.595.814,00	21,40
TARRAGONA	62.280.449,00	61.393.239,00	-1,42
TERUEL	17.493.382,00	17.312.429,00	-1,03
TOLEDO	75.697.036,00	71.908.726,00	-5,00
VALENCIA	405.935.041,00	381.883.333,00	-5,93
VALLADOLID	67.073.957,00	66.133.541,00	-1,40
VIZCAYA	189.114.371,00	188.981.501,00	-0,07
ZAMORA	26.931.366,00	26.643.127,00	-1,07
ZARAGOZA	124.036.617,00	119.851.662,00	-3,37
CEUTA	2.330.611,00	2.451.079,00	5,17
MELILLA	2.291.354,00	2.264.077,00	-1,19

LOTERÍA PRIMITIVA Y SUS MODALIDADES

La familia de los juegos de fórmula Loto ha tenido un comportamiento muy positivo, al lograr incrementar sus ventas y también su participación sobre el total de los juegos de Loterías y Apuestas del Estado. En términos absolutos, las ventas han alcanzado un importe de 3.859.515.554,50 euros.

El conjunto de Lotería Primitiva está integrado por cuatro modalidades: La Primitiva, El Gordo de la Primitiva, BonoLoto y EuroMillones. Los cuatro productos tienen características similares en sus fórmulas de juego, pero el perfil de los jugadores y el comportamiento de cada uno de ellos en las ventas poseen rasgos propios muy definidos, que hacen que se complementen de una forma muy efectiva. La



expectativa de premios que generan los botes marca la mayor diferencia en las ventas, no sólo entre los distintos juegos sino también entre los sorteos de un mismo producto.

38

Conjunto de Lotería Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO 2009/2008
	2008	2009	
ANDALUCÍA	582.404.502,50	586.633.681,50	0,73
ARAGÓN	95.039.787,00	94.757.734,50	-0,30
ASTURIAS	107.162.846,50	108.325.106,50	1,08
CANARIAS	204.864.059,50	201.310.538,00	-1,73
CANTABRIA	49.491.771,50	51.854.723,50	4,77
CASTILLA Y LEÓN	247.920.559,00	252.860.648,50	1,99
CASTILLA-LA MANCHA	152.552.771,50	154.795.747,00	1,47
CATALUÑA	544.456.856,00	545.328.321,00	0,16
COM. VALENCIANA	432.473.599,50	428.157.315,50	-1,00
EXTREMADURA	86.271.476,00	88.028.991,00	2,04
GALICIA	260.774.992,50	266.048.730,00	2,02
ILLES BALEARS	96.049.109,50	95.825.961,00	-0,23
MADRID	561.812.310,00	573.351.644,00	2,05
MURCIA	101.036.695,00	100.536.559,50	-0,50
NAVARRA	44.141.590,00	44.089.722,00	-0,12
PAÍS VASCO	201.018.405,50	201.875.108,00	0,43
RIOJA, LA	27.833.225,50	27.946.107,50	0,41
CEUTA	6.267.440,00	6.597.965,50	5,27
MELILLA	5.546.300,00	5.814.611,00	4,84

Conjunto de Lotería Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO 2009/2008
	2008	2009	
ÁLAVA	27.445.208,50	27.138.521,50	-1,12
ALBACETE	31.471.937,00	32.083.353,50	1,94
ALICANTE	162.808.993,00	160.705.285,50	-1,29
ALMERÍA	48.994.772,00	47.875.184,50	-2,29
ASTURIAS	107.162.846,50	108.325.106,50	1,08
ÁVILA	17.245.565,50	17.277.088,50	0,18
BADAJOS	50.271.320,00	51.103.701,50	1,66
BARCELONA	399.233.468,50	398.650.930,50	-0,15
BURGOS	37.676.587,00	38.115.564,50	1,17
CÁCERES	36.000.156,00	36.925.289,50	2,57
CÁDIZ	105.020.240,50	106.040.061,00	0,97
CANTABRIA	49.491.771,50	51.854.723,50	4,77
CASTELLÓN	54.290.841,50	51.501.341,00	-5,14
CIUDAD REAL	36.961.285,00	37.232.562,00	0,73
CÓRDOBA	49.950.738,50	51.151.074,50	2,40
CORUÑA, A	105.665.193,00	108.099.218,50	2,30
CUENCA	16.307.108,00	16.536.233,50	1,41
GIRONA	53.363.105,50	52.463.499,00	-1,69
GRANADA	61.501.007,00	61.256.359,00	-0,40
GUADALAJARA	15.933.627,50	16.424.703,00	3,08
GUIPÚZCOA	66.833.532,00	66.519.331,00	-0,47
HUELVA	40.655.691,50	43.103.054,50	6,02
HUESCA	16.909.486,50	16.951.442,50	0,25
ILLES BALEARS	96.049.109,50	95.825.961,00	-0,23
JAÉN	38.576.758,50	39.363.506,00	2,04
LEÓN	50.444.402,50	51.902.494,00	2,89
LUGO	26.871.501,00	27.531.452,00	2,46
LLEIDA	35.646.724,00	38.042.553,00	6,72
MADRID	561.812.310,00	573.351.644,00	2,05
MÁLAGA	123.102.410,50	121.886.455,00	-0,99
MURCIA	101.036.695,00	100.536.559,50	-0,50
NAVARRA	44.141.590,00	44.089.722,00	-0,12
OURENSE	34.920.706,00	35.898.425,00	2,80
PALENCIA	15.803.653,50	16.039.355,50	1,49
PALMAS, LAS	110.147.398,50	108.173.641,50	-1,79
PONTEVEDRA	93.317.592,50	94.519.634,50	1,29
RIOJA, LA	27.833.225,50	27.946.107,50	0,41
SALAMANCA	33.532.851,00	34.508.736,00	2,91
STA. CRUZ DE TENERIFE	94.716.661,00	93.136.896,50	-1,67
SEGOVIA	16.657.088,50	16.822.136,50	0,99
SEVILLA	114.602.884,00	115.957.987,00	1,18
SORIA	9.088.992,50	9.800.075,00	7,82
TARRAGONA	56.213.558,00	56.171.338,50	-0,08
TERUEL	8.440.795,50	8.487.183,00	0,55
TOLEDO	51.878.814,00	52.518.895,00	1,23
VALENCIA	215.373.765,00	215.950.689,00	0,27
VALLADOLID	47.886.509,00	48.287.527,50	0,84
VIZCAYA	106.739.665,00	108.217.255,50	1,38
ZAMORA	19.584.909,50	20.107.671,00	2,67
ZARAGOZA	69.689.505,00	69.319.109,00	-0,53
CEUTA	6.267.440,00	6.597.965,50	5,27
MELILLA	5.546.300,00	5.814.611,00	4,84

Las ventas acumuladas de todos los juegos de la Lotería Primitiva han alcanzado, en el ejercicio de 2009, la cantidad de 3.859.515.554,50 euros, logrando un incremento del 1,05% respecto al año anterior, un comportamiento que se debe calificar como muy positivo. Los juegos que han contribuido decisivamente a este aumento han sido BonoLoto, con una subida del 1,56% y unas ventas de 623.147.292,50 euros, y especialmente EuroMillones, que ha incrementado significativamente sus ventas hasta llegar a los 1.046.549.254 euros, un 8,98% más que en 2008, aunque se debe tener en cuenta que en este ejercicio se ha celebrado un sorteo más que en el pasado.

Por su parte, La Primitiva de jueves y sábado sufrió un descenso en sus ingresos del 1,83%, alcanzando unas ventas de 1.823.474.071 euros, mientras que El Gordo de la Primitiva tuvo un recorte del 5,61 % en sus ingresos, hasta los 366.344.937 euros.

Por autonomías, Andalucía, la Comunidad de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que más ventas registran, y todas ellas menos la última han tenido incrementos positivos respecto al ejercicio anterior, destacando especialmente Madrid con un 2,05%. Aparte de Ceuta y Melilla, la que más ha aumentado sus ventas ha sido Cantabria, con un 4,77%.

40



Sònia Guitart, dueña de la administración 1 de Puig-reig, celebra el premio con algunos agradecidos

SUJÍ SÁEZ / EFE



LA PRIMITIVA

Con la conocida fórmula 6/49, La Primitiva es el juego del Conjunto de Lotería Primitiva que más ventas tiene. Celebra dos sorteos semanales, el jueves y el sábado, y en el año 2009 alcanzó unas ventas totales de 1.823.474.071 euros, divididos casi a partes iguales entre ambos sorteos, ya que la práctica más extendida entre los jugadores es la de hacer apuestas para los dos días a la vez. Respecto al año anterior,

ha sufrido una caída del 1,83%, un resultado satisfactorio en el contexto general.

El premio más importante del año alcanzó la cifra de 10.782.001,78 euros y se registró en Paradas (Córdoba), mientras que el segundo fue a Madrid, con un montante de 9.590.594,66 euros. En total se repartieron 216.514.214 premios, que en conjunto alcanzaron un importe superior a los 994 millones de euros.

La Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ANDALUCÍA	277.206.780,00	271.497.736,00	-2,06
ARAGÓN	48.100.831,00	47.148.377,00	-1,98
ASTURIAS	52.507.680,00	52.156.908,00	-0,67
CANARIAS	83.185.912,00	78.809.764,00	-5,26
CANTABRIA	25.003.727,00	25.648.733,00	2,58
CASTILLA Y LEÓN	129.847.977,00	129.882.665,00	0,03
CASTILLA-LA MANCHA	78.407.983,00	77.836.627,00	-0,73
CATALUÑA	291.645.606,00	284.322.655,00	-2,51
COM. VALENCIANA	200.735.251,00	191.503.197,00	-4,60
EXTREMADURA	43.392.453,00	43.755.891,00	0,84
GALICIA	129.886.954,00	130.352.809,00	0,36
ILLES BALEARS	41.715.973,00	40.384.920,00	-3,19
MADRID	263.119.739,00	256.904.533,00	-2,36
MURCIA	46.137.629,00	44.474.601,00	-3,60
NAVARRA	21.298.262,00	20.844.821,00	-2,13
PAÍS VASCO	102.646.223,00	100.953.954,00	-1,65
RIOJA, LA	12.697.180,00	12.486.531,00	-1,66
CEUTA	2.873.164,00	2.916.312,00	1,50
MELILLA	2.561.468,00	2.566.177,00	0,18

La Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ÁLAVA	14.023.659,00	13.623.227,00	-2,86
ALBACETE	15.549.230,00	15.428.128,00	-0,78
ALICANTE	72.960.770,00	68.781.210,00	-5,73
ALMERÍA	23.094.594,00	22.187.342,00	-3,93
ASTURIAS	52.507.680,00	52.156.908,00	-0,67
ÁVILA	8.985.345,00	8.867.022,00	-1,32
BADAJOS	25.237.896,00	25.440.984,00	0,80
BARCELONA	215.111.665,00	209.601.139,00	-2,56
BURGOS	20.951.403,00	20.739.577,00	-1,01
CÁCERES	18.154.557,00	18.314.907,00	0,88
CÁDIZ	49.910.860,00	49.201.382,00	-1,42
CANTABRIA	25.003.727,00	25.648.733,00	2,58
CASTELLÓN	27.165.055,00	25.332.039,00	-6,75
CIUDAD REAL	19.156.871,00	18.947.644,00	-1,09
CÓRDOBA	25.115.829,00	24.991.229,00	-0,50
CORUÑA, A	51.300.535,00	51.599.418,00	0,58
CUENCA	8.528.851,00	8.550.372,00	0,25
GIRONA	27.858.580,00	26.837.220,00	-3,67
GRANADA	30.126.063,00	29.302.146,00	-2,73
GUADALAJARA	8.000.656,00	8.039.983,00	0,49
GUIPÚZCOA	33.580.806,00	32.713.336,00	-2,58
HUELVA	19.574.063,00	19.414.315,00	-0,82
HUESCA	8.726.726,00	8.631.241,00	-1,09
ILLES BALEARS	41.715.973,00	40.384.920,00	-3,19
JAÉN	20.106.330,00	20.068.006,00	-0,19
LEÓN	25.930.800,00	26.091.186,00	0,62
LUGO	14.109.257,00	14.339.684,00	1,63
LLEIDA	17.459.987,00	17.376.276,00	-0,48
MADRID	263.119.739,00	256.904.533,00	-2,36
MÁLAGA	55.705.935,00	53.546.367,00	-3,88
MURCIA	46.137.629,00	44.474.601,00	-3,60
NAVARRA	21.298.262,00	20.844.821,00	-2,13
OURENSE	17.276.161,00	17.306.319,00	0,17
PALENCIA	8.671.466,00	8.663.429,00	-0,09
PALMAS, LAS	43.862.750,00	41.532.465,00	-5,31
PONTEVEDRA	47.201.001,00	47.107.388,00	-0,20
RIOJA, LA	12.697.180,00	12.486.531,00	-1,66
SALAMANCA	16.922.859,00	16.995.010,00	0,43
STA. CRUZ DE TENERIFE	39.323.162,00	37.277.299,00	-5,20
SEGOVIA	9.131.759,00	9.039.125,00	-1,01
SEVILLA	53.573.106,00	52.786.949,00	-1,47
SORIA	4.934.313,00	5.142.016,00	4,21
TARRAGONA	31.215.374,00	30.508.020,00	-2,27
TERUEL	4.440.249,00	4.378.612,00	-1,39
TOLEDO	27.172.375,00	26.870.500,00	-1,11
VALENCIA	100.609.426,00	97.389.948,00	-3,20
VALLADOLID	24.381.595,00	24.274.466,00	-0,44
VIZCAYA	55.041.758,00	54.617.391,00	-0,77
ZAMORA	9.938.437,00	10.070.834,00	1,33
ZARAGOZA	34.933.856,00	34.138.524,00	-2,28
CEUTA	2.873.164,00	2.916.312,00	1,50
MELILLA	2.561.468,00	2.566.177,00	0,18



BONOLOTO

Con la misma fórmula 6/49 que La Primitiva, BonoLoto es el juego de menor precio por apuesta (0,50 euros). Se celebran cuatro sorteos semanales, alcanzándose en 2009 los 212 sorteos. El atractivo de su bajo precio y el hecho de que se celebraran cuatro sorteos

más que el año anterior permitieron que en este ejercicio se incrementasen las ventas en un 1,56%, hasta llegar a los 623.147.292,50 euros. La venta media por semana fue de 11.757.496,08 euros, y se repartió un total de 342.386.790,20 euros, divididos en 148.110.664 premios.

BonoLoto. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ANDALUCÍA	105.369.681,50	106.492.561,50	1,07
ARAGÓN	14.837.135,50	14.941.645,50	0,70
ASTURIAS	20.087.603,00	20.508.540,50	2,10
CANARIAS	42.318.816,50	42.798.140,50	1,13
CANTABRIA	7.887.931,00	8.277.095,00	4,93
CASTILLA Y LEÓN	38.688.527,50	39.850.725,50	3,00
CASTILLA-LA MANCHA	23.544.045,00	23.770.339,00	0,96
CATALUÑA	62.914.732,00	63.314.007,00	0,63
COM. VALENCIANA	70.968.122,00	70.469.963,50	-0,70
EXTREMADURA	14.535.923,50	14.927.578,50	2,69
GALICIA	46.790.931,50	48.289.270,00	3,20
ILLES BALEARS	14.455.798,50	14.202.580,50	-1,75
MADRID	87.786.203,00	89.134.542,00	1,54
MURCIA	17.832.178,00	17.684.443,50	-0,83
NAVARRA	6.920.876,50	6.863.066,00	-0,84
PAÍS VASCO	29.678.859,00	29.967.609,50	0,97
RIOJA, LA	4.018.383,50	4.095.788,50	1,93
CEUTA	1.232.421,50	1.286.290,50	4,37
MELILLA	1.235.781,50	1.333.631,00	7,92

BonoLoto. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO 2009 / 2008
	2008	2009	
ÁLAVA	3.989.792,50	3.961.936,50	-0,70
ALBACETE	5.149.481,50	5.266.187,50	2,27
ALICANTE	27.091.581,50	26.725.889,50	-1,35
ALMERÍA	8.133.835,50	7.857.096,50	-3,40
ASTURIAS	20.087.603,00	20.508.540,50	2,10
ÁVILA	2.724.295,00	2.768.644,50	1,63
BADAJOS	8.508.577,50	8.671.472,50	1,91
BARCELONA	46.689.795,50	46.854.446,00	0,35
BURGOS	5.167.122,50	5.236.406,50	1,34
CÁCERES	6.027.346,00	6.256.106,00	3,80
CÁDIZ	21.395.557,00	21.978.110,50	2,72
CANTABRIA	7.887.931,00	8.277.095,00	4,93
CASTELLÓN	8.329.888,50	8.126.499,00	-2,44
CIUDAD REAL	6.277.483,00	6.363.993,50	1,38
CÓRDOBA	8.930.075,00	9.162.105,50	2,60
CORUÑA, A	18.758.999,00	19.389.062,50	3,36
CUENCA	2.300.464,50	2.338.695,00	1,66
GIRONA	5.935.851,00	5.833.766,50	-1,72
GRANADA	9.904.840,00	9.995.668,50	0,92
GUADALAJARA	2.289.636,50	2.342.701,50	2,32
GUIPÚZCOA	10.546.611,00	10.612.183,50	0,62
HUELVA	7.417.897,50	7.507.289,00	1,21
HUESCA	2.700.895,50	2.702.607,50	0,06
ILLES BALEARS	14.455.798,50	14.202.580,50	-1,75
JAÉN	6.468.084,00	6.708.462,50	3,72
LEÓN	8.167.092,50	8.429.770,00	3,22
LUGO	5.011.611,50	5.120.287,50	2,17
LLEIDA	3.997.822,00	4.083.217,50	2,14
MADRID	87.786.203,00	89.134.542,00	1,54
MÁLAGA	21.300.848,50	21.310.023,00	0,04
MURCIA	17.832.178,00	17.684.443,50	-0,83
NAVARRA	6.920.876,50	6.863.066,00	-0,84
OURENSE	6.589.881,50	6.830.929,00	3,66
PALENCIA	2.261.484,00	2.295.872,50	1,52
PALMAS, LAS	22.281.604,00	22.436.746,50	0,70
PONTEVEDRA	16.430.439,50	16.948.991,00	3,16
RIOJA, LA	4.018.383,50	4.095.788,50	1,93
SALAMANCA	5.307.165,50	5.690.428,00	7,22
STA. CRUZ DE TENERIFE	20.037.212,50	20.361.394,00	1,62
SEGOVIA	2.389.929,00	2.471.005,50	3,39
SEVILLA	21.818.544,00	21.973.806,00	0,71
SORIA	1.276.325,50	1.352.853,50	6,00
TARRAGONA	6.291.263,50	6.542.577,00	3,99
TERUEL	1.081.205,00	1.101.260,50	1,85
TOLEDO	7.526.979,50	7.458.761,50	-0,91
VALENCIA	35.546.652,00	35.617.575,00	0,20
VALLADOLID	7.975.626,00	8.024.752,50	0,62
VIZCAYA	15.142.455,50	15.393.489,50	1,66
ZAMORA	3.419.487,50	3.580.992,50	4,72
ZARAGOZA	11.055.035,00	11.137.777,50	0,75
CEUTA	1.232.421,50	1.286.290,50	4,37
MELILLA	1.235.781,50	1.333.631,00	7,92



EL GORDO DE LA PRIMITIVA

La fórmula de este juego es diferente a la de los anteriores, y consiste en dos matrices de 5/54 x 1/10. Su principal atractivo es que garantiza un premio mínimo en la primera categoría de cinco millones de euros. Con un precio por apuesta de 1,50 euros, en 2009 ha sufrido un descenso en las ventas del 5,61% respecto al año 2008, para un total de 366.344.937 euros.

Se celebra un sorteo semanal, cuya venta media en 2009 ha sido de 6.912.168,62 euros. Se han repartido 210.797.141,34 euros, divididos en 37.924.549 premios. Este año el premio más importante ha ascendido a 24.948.829,06 euros y se registró en Torrelavega (Cantabria).

Por Comunidades, fue Madrid la que más ventas obtuvo, con 57.449.055 euros (un 6,52% menos que en 2008), seguida de cerca por Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana. A más distancia se situaron Galicia y Castilla y León.

El Gordo de la Primitiva. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ANDALUCÍA	58.942.131,00	55.387.050,00	-6,03
ARAGÓN	9.248.626,50	8.693.940,00	-6,00
ASTURIAS	11.984.869,50	11.580.840,00	-3,37
CANARIAS	21.629.115,00	19.979.287,50	-7,63
CANTABRIA	5.329.597,50	5.318.599,50	-0,21
CASTILLA Y LEÓN	24.500.566,50	23.543.520,00	-3,91
CASTILLA-LA MANCHA	14.950.903,50	14.340.969,00	-4,08
CATALUÑA	49.558.992,00	45.780.693,00	-7,62
COM. VALENCIANA	45.293.818,50	41.557.743,00	-8,25
EXTREMADURA	9.115.849,50	8.639.809,50	-5,22
GALICIA	25.690.623,00	25.022.661,00	-2,60
ILLES BALEARS	9.850.122,00	9.225.964,50	-6,34
MADRID	61.453.560,00	57.449.055,00	-6,52
MURCIA	10.706.034,00	9.974.787,00	-6,83
NAVARRA	4.403.197,50	4.202.427,00	-4,56
PAÍS VASCO	19.883.083,50	18.796.492,50	-5,46
RIOJA, LA	2.872.512,00	2.664.534,00	-7,24
CEUTA	592.000,50	597.747,00	0,97
MELILLA	437.746,50	408.669,00	-6,64

El Gordo de la Primitiva. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO 2009 / 2008
	2008	2009	
ÁLAVA	2.706.957,00	2.561.730,00	-5,36
ALBACETE	2.929.321,50	2.782.152,00	-5,02
ALICANTE	17.049.829,50	15.539.154,00	-8,86
ALMERÍA	5.217.358,50	4.666.494,00	-10,56
ASTURIAS	11.984.869,50	11.580.840,00	-3,37
ÁVILA	1.738.585,50	1.602.822,00	-7,81
BADAJOS	5.336.098,50	5.024.697,00	-5,84
BARCELONA	35.540.406,00	32.657.071,50	-8,11
BURGOS	3.504.631,50	3.377.487,00	-3,63
CÁCERES	3.779.751,00	3.615.112,50	-4,36
CÁDIZ	10.754.857,50	10.392.388,50	-3,37
CANTABRIA	5.329.597,50	5.318.599,50	-0,21
CASTELLÓN	5.559.540,00	5.063.193,00	-8,93
CIUDAD REAL	3.924.039,00	3.749.320,50	-4,45
CÓRDOBA	4.983.790,50	4.736.010,00	-4,97
CORUÑA, A	11.704.935,00	11.350.422,00	-3,03
CUENCA	1.845.196,50	1.771.834,50	-3,98
GIRONA	5.347.558,50	5.001.292,50	-6,48
GRANADA	6.528.666,00	6.083.740,50	-6,81
GUADALAJARA	1.717.017,00	1.671.520,50	-2,65
GUIPÚZCOA	7.395.951,00	6.855.619,50	-7,31
HUELVA	3.908.703,00	3.751.270,50	-4,03
HUESCA	1.469.865,00	1.386.924,00	-5,64
ILLES BALEARS	9.850.122,00	9.225.964,50	-6,34
JAÉN	3.469.360,50	3.352.711,50	-3,36
LEÓN	5.240.832,00	5.198.442,00	-0,81
LUGO	2.460.400,50	2.422.126,50	-1,56
LLEIDA	3.566.901,00	3.328.447,50	-6,69
MADRID	61.453.560,00	57.449.055,00	-6,52
MÁLAGA	12.383.175,00	11.305.407,00	-8,70
MURCIA	10.706.034,00	9.974.787,00	-6,83
NAVARRA	4.403.197,50	4.202.427,00	-4,56
OURENSE	2.945.329,50	2.957.871,00	0,43
PALENCIA	1.502.725,50	1.421.208,00	-5,42
PALMAS, LAS	11.416.672,50	10.616.412,00	-7,01
PONTEVEDRA	8.579.958,00	8.292.241,50	-3,35
RIOJA, LA	2.872.512,00	2.664.534,00	-7,24
SALAMANCA	3.312.982,50	3.151.560,00	-4,87
STA. CRUZ DE TENERIFE	10.212.442,50	9.362.875,50	-8,32
SEGOVIA	1.652.866,50	1.593.048,00	-3,62
SEVILLA	11.696.220,00	11.099.028,00	-5,11
SORIA	934.116,00	963.067,50	3,10
TARRAGONA	5.104.126,50	4.793.881,50	-6,08
TERUEL	802.243,50	769.822,50	-4,04
TOLEDO	4.535.329,50	4.366.141,50	-3,73
VALENCIA	22.684.449,00	20.955.396,00	-7,62
VALLADOLID	4.639.092,00	4.365.873,00	-5,89
VIZCAYA	9.780.175,50	9.379.143,00	-4,10
ZAMORA	1.974.735,00	1.870.012,50	-5,30
ZARAGOZA	6.976.518,00	6.537.193,50	-6,30
CEUTA	592.000,50	597.747,00	0,97
MELILLA	437.746,50	408.669,00	-6,64



EUROMILLONES

Diseñado por las Loterías oficiales de Francia, Reino Unido y España, EuroMillones ha ido ganando cada día más y más adeptos gracias a sus premios multimillonarios, que en tiempos de crisis son los que más buscan los jugadores. Su fórmula es dos matrices, 5/50 x 2/9, y su precio es de dos euros por apuesta. En 2009 sus ventas se incrementaron un 8,98%, hasta los 1.046.549.254 euros, convirtiéndose así en el juego del Conjunto de Lotería Primitiva cuyo volumen

de ventas creció más. La venta media por sorteo alcanzó los 19.746.212,34 euros y repartió 587.736.760,97 euros, divididos en 22.462.343 premios.

En este ejercicio se ha entregado el premio récord de juego en España, precisamente en la modalidad de EuroMillones, con 126.231.764 euros para un solo acertante de Madrid. El siguiente premio entregado en España correspondió también a un jugador de Madrid, agraciado con 57.199.762 euros.

EuroMillones. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ANDALUCÍA	140.885.910,00	153.256.334,00	8,78
ARAGÓN	22.853.194,00	23.973.772,00	4,90
ASTURIAS	22.582.694,00	24.078.818,00	6,63
CANARIAS	57.730.216,00	59.723.346,00	3,45
CANTABRIA	11.270.516,00	12.610.296,00	11,89
CASTILLA Y LEÓN	54.883.488,00	59.583.738,00	8,56
CASTILLA LA MANCHA	35.649.840,00	38.847.812,00	8,97
CATALUÑA	140.337.526,00	151.910.966,00	8,25
C. VALENCIANA	115.476.408,00	124.626.412,00	7,92
EXTREMADURA	19.227.250,00	20.705.712,00	7,69
GALICIA	58.406.484,00	62.383.990,00	6,81
ILLES BALEARS	30.027.216,00	32.012.496,00	6,61
MADRID	149.452.808,00	169.863.514,00	13,66
MURCIA	26.360.854,00	28.402.728,00	7,75
NAVARRA	11.519.254,00	12.179.408,00	5,73
PAÍS VASCO	48.810.240,00	52.157.052,00	6,86
RIOJA, LA	8.245.150,00	8.699.254,00	5,51
CEUTA	1.569.854,00	1.797.616,00	14,51
MELILLA	1.311.304,00	1.506.134,00	14,86

EuroMillones. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ÁLAVA	6.724.800,00	6.991.628,00	3,97
ALBACETE	7.843.904,00	8.606.886,00	9,73
ALICANTE	45.706.812,00	49.659.032,00	8,65
ALMERÍA	12.548.984,00	13.164.252,00	4,90
ASTURIAS	22.582.694,00	24.078.818,00	6,63
ÁVILA	3.797.340,00	4.038.600,00	6,35
BADAJOS	11.188.748,00	11.966.548,00	6,95
BARCELONA	101.891.602,00	109.538.274,00	7,50
BURGOS	8.053.430,00	8.762.094,00	8,80
CÁCERES	8.038.502,00	8.739.164,00	8,72
CÁDIZ	22.958.966,00	24.468.180,00	6,57
CANTABRIA	11.270.516,00	12.610.296,00	11,89
CASTELLÓN	13.236.358,00	12.979.610,00	-1,94
CIUDAD REAL	7.602.892,00	8.171.604,00	7,48
CÓRDOBA	10.921.044,00	12.261.730,00	12,28
CORUÑA, A	23.900.724,00	25.760.316,00	7,78
CUENCA	3.632.596,00	3.875.332,00	6,68
GIRONA	14.221.116,00	14.791.220,00	4,01
GRANADA	14.941.438,00	15.874.804,00	6,25
GUADALAJARA	3.926.318,00	4.370.498,00	11,31
GUIPÚZCOA	15.310.164,00	16.338.192,00	6,71
HUELVA	9.755.028,00	12.430.180,00	27,42
HUESCA	4.012.000,00	4.230.670,00	5,45
ILLES BALEARS	30.027.216,00	32.012.496,00	6,61
JAÉN	8.532.984,00	9.234.326,00	8,22
LEÓN	11.105.678,00	12.183.096,00	9,70
LUGO	5.290.232,00	5.649.354,00	6,79
LLEIDA	10.622.014,00	13.254.612,00	24,78
MADRID	149.452.808,00	169.863.514,00	13,66
MÁLAGA	33.712.452,00	35.724.658,00	5,97
MURCIA	26.360.854,00	28.402.728,00	7,75
NAVARRA	11.519.254,00	12.179.408,00	5,73
OURENSE	8.109.334,00	8.803.306,00	8,56
PALENCIA	3.367.978,00	3.658.846,00	8,64
PALMAS, LAS	32.586.372,00	33.588.018,00	3,07
PONTEVEDRA	21.106.194,00	22.171.014,00	5,05
RIOJA, LA	8.245.150,00	8.699.254,00	5,51
SALAMANCA	7.989.844,00	8.671.738,00	8,53
STA. CRUZ DE TENERIFE	25.143.844,00	26.135.328,00	3,94
SEGOVIA	3.482.534,00	3.718.958,00	6,79
SEVILLA	27.515.014,00	30.098.204,00	9,39
SORIA	1.944.238,00	2.342.138,00	20,47
TARRAGONA	13.602.794,00	14.326.860,00	5,32
TERUEL	2.117.098,00	2.237.488,00	5,69
TOLEDO	12.644.130,00	13.823.492,00	9,33
VALENCIA	56.533.238,00	61.987.770,00	9,65
VALLADOLID	10.890.196,00	11.622.436,00	6,72
VIZCAYA	26.775.276,00	28.827.232,00	7,66
ZAMORA	4.252.250,00	4.585.832,00	7,84
ZARAGOZA	16.724.096,00	17.505.614,00	4,67
CEUTA	1.569.854,00	1.797.616,00	14,51
MELILLA	1.311.304,00	1.506.134,00	14,86

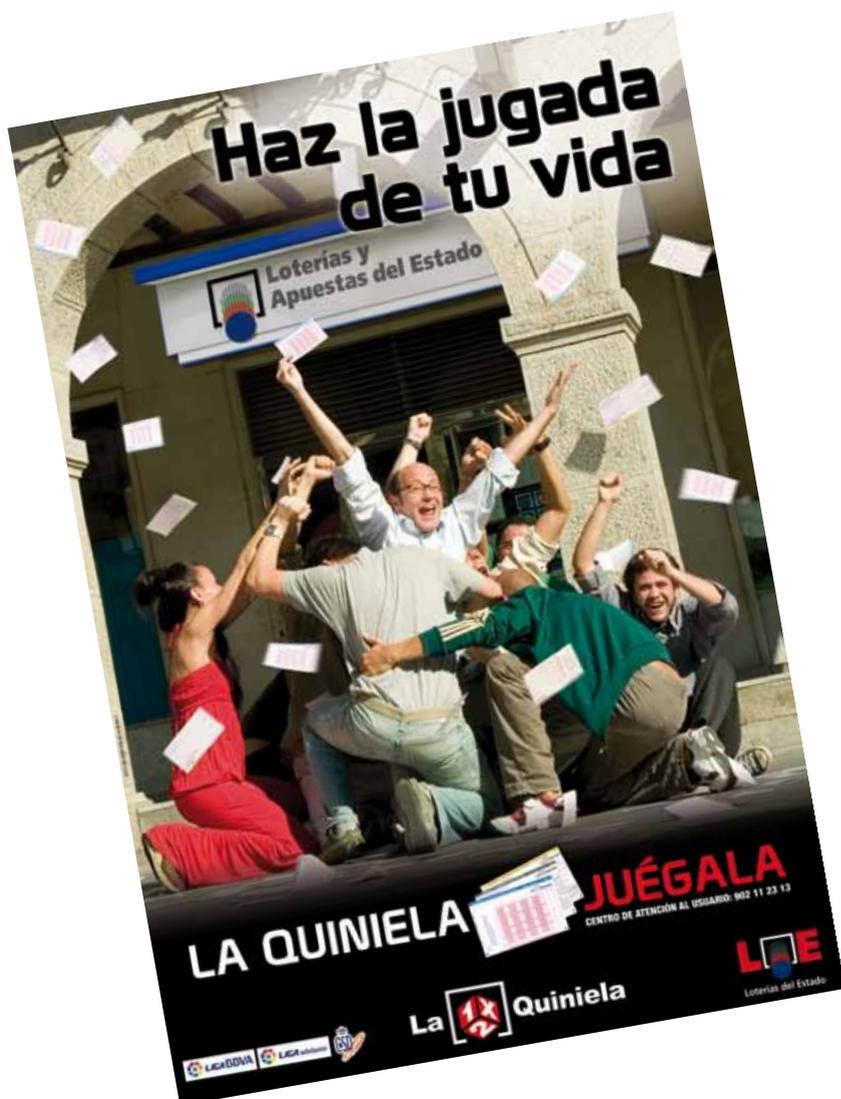
APUESTAS DEPORTIVAS

LAE ofreció a los aficionados, un año más, cuatro modalidades de Apuestas Deportivas: La Quiniela, El Quinigol, Lototurf y Quíntuple Plus. Las dos primeras, basadas en el deporte con más seguidores del país, como es el fútbol, y las dos últimas en la hípica, un deporte más minoritario.

La Quiniela cuenta con más de 60 años de historia, y durante todo este tiempo ha sido un juego muy popular entre los apostantes. El Quinigol se lanzó al mercado en 2005, para ampliar la oferta de juegos futbolísticos. Por su

parte, Lototurf es una apuesta similar a la Primitiva, mientras que Quíntuple Plus está enfocada a los amantes de los caballos y la hípica.

El balance del año 2009 para el conjunto de juegos deportivos ha seguido la tendencia general de la economía, produciéndose un descenso respecto al ejercicio de 2008, excepto en la modalidad de Lototurf, que ha experimentado un importante aumento de ventas en términos relativos, anotándose una subida de más del 20%.





LA QUINIELA

La Quiniela es, sin duda, el juego deportivo con más tradición de todos los que conforman las Apuestas Deportivas, y durante muchos años fue el gran entretenimiento de los domingos. Esa costumbre sigue viva en muchos hogares semana a semana, y también sigue aumentando la cantidad de gente que se convierte en millonaria gracias a este juego.

El año 2009 fue, no obstante, un ejercicio en el que, a pesar de que el número de jornadas jugadas aumentó de 54 a 58, los ingresos sufrieron un

descenso del 4,36%, llegando a los 533.070.257,50 euros, con una venta media por jornada de 9.190.866,51 euros, un 10,96% menos que en 2008. Se repartieron 293.404.337 euros, para un total de 23.918.077 premios, con una relación apuesta/boleto de 11,73.

El mayor premio de 2009 fue de 2.165.289,71 euros, entregado en El Carpio de Tajo (Toledo), mientras que el segundo ascendió a 1.731.566,27 euros, y el ganador validó el boleto en Rianxo (A Coruña).

La Quiniela. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO 2009/2008
	2008	2009	
ANDALUCÍA	76.683.209,00	73.127.349,50	-4,64
ARAGÓN	14.543.746,00	14.499.828,00	-0,30
ASTURIAS	10.134.077,50	10.397.206,00	2,60
CANARIAS	25.846.174,50	25.796.944,00	-0,19
CANTABRIA	6.303.443,00	6.164.341,00	-2,21
CASTILLA Y LEÓN	32.020.497,00	31.122.463,00	-2,80
CASTILLA-LA MANCHA	20.872.971,50	20.841.337,00	-0,15
CATALUÑA	109.544.987,00	107.830.729,50	-1,56
COM. VALENCIANA	56.982.403,00	52.481.112,50	-7,90
EXTREMADURA	10.623.409,50	10.730.780,50	1,01
GALICIA	26.706.303,50	27.231.472,00	1,97
ILLES BALEARS	13.665.991,00	12.782.053,50	-6,47
MADRID	99.716.128,50	84.294.259,00	-15,47
MURCIA	14.504.871,00	14.515.120,50	0,07
NAVARRA	6.900.190,00	6.996.855,50	1,40
PAÍS VASCO	23.331.408,00	23.439.470,00	0,46
RIOJA, LA	3.151.195,50	3.190.561,00	1,25
CEUTA	2.585.593,50	2.481.909,50	-4,01
MELILLA	1.361.771,50	1.546.846,00	13,59

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

La Quiniela. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009/2008
ÁLAVA	3.647.770,00	3.345.528,00	-8,29
ALBACETE	4.026.304,00	4.062.927,50	0,91
ALICANTE	24.501.262,50	21.188.630,50	-13,52
ALMERÍA	10.679.531,00	8.236.292,00	-22,88
ASTURIAS	10.134.077,50	10.397.206,00	2,60
ÁVILA	2.452.316,00	2.412.688,50	-1,62
BADAJOS	5.508.998,00	5.610.940,50	1,85
BARCELONA	78.566.193,50	80.431.522,50	2,37
BURGOS	4.200.336,50	4.327.639,50	3,03
CÁCERES	5.114.411,50	5.119.840,00	0,11
CÁDIZ	10.960.192,50	10.786.537,00	-1,58
CANTABRIA	6.303.443,00	6.164.341,00	-2,21
CASTELLÓN	7.770.878,00	7.448.546,00	-4,15
CIUDAD REAL	4.646.271,00	4.624.541,00	-0,47
CÓRDOBA	6.050.069,00	5.991.034,50	-0,98
CORUÑA, A	10.416.693,50	10.623.258,00	1,98
CUENCA	2.184.980,00	2.205.660,50	0,95
GIRONA	9.468.434,00	8.375.668,00	-11,54
GRANADA	6.896.488,50	6.684.465,00	-3,07
GUADALAJARA	2.480.377,00	2.472.016,50	-0,34
GUIPÚZCOA	8.107.153,50	8.742.202,00	7,83
HUELVA	5.519.533,00	5.240.787,50	-5,05
HUESCA	2.222.806,50	2.379.461,00	7,05
ILLES BALEARS	13.665.991,00	12.782.053,50	-6,47
JAÉN	5.640.523,50	5.766.867,00	2,24
LEÓN	5.487.056,50	5.667.120,50	3,28
LUGO	3.280.264,50	3.224.215,00	-1,71
LLEIDA	5.244.567,00	5.040.723,00	-3,89
MADRID	99.716.128,50	84.294.259,00	-15,47
MÁLAGA	15.159.494,50	15.085.912,50	-0,49
MURCIA	14.504.871,00	14.515.120,50	0,07
NAVARRA	6.900.190,00	6.996.855,50	1,40
OURENSE	3.517.613,00	3.522.030,00	0,13
PALENCIA	1.589.085,00	1.570.484,50	-1,17
PALMAS, LAS	14.776.946,00	14.445.535,00	-2,24
PONTEVEDRA	9.491.732,50	9.861.969,00	3,90
RIOJA, LA	3.151.195,50	3.190.561,00	1,25
SALAMANCA	6.185.742,50	5.616.798,50	-9,20
STA. CRUZ DE TENERIFE	11.069.228,50	11.351.409,00	2,55
SEGOVIA	1.811.023,00	1.803.168,00	-0,43
SEVILLA	15.777.377,00	15.335.454,00	-2,80
SORIA	1.275.925,00	1.363.573,00	6,87
TARRAGONA	16.265.792,50	13.982.816,00	-14,04
TERUEL	1.329.147,50	1.350.095,00	1,58
TOLEDO	7.535.039,50	7.476.191,50	-0,78
VALENCIA	24.710.262,50	23.843.936,00	-3,51
VALLADOLID	6.054.362,00	5.427.139,00	-10,36
VIZCAYA	11.576.484,50	11.351.740,00	-1,94
ZAMORA	2.964.650,50	2.933.851,50	-1,04
ZARAGOZA	10.991.792,00	10.770.272,00	-2,02
CEUTA	2.585.593,50	2.481.909,50	-4,01
MELILLA	1.361.771,50	1.546.846,00	13,59



EL QUINIGOL

El Quinigol se implantó definitivamente en la temporada 2005/2006, y su fórmula consiste en acertar el número de goles que marca cada equipo en un partido de fútbol. En el ejercicio de 2009 el número de jornadas disputadas fue de 66, siete más que el año anterior. El Quinigol alcanzó unas ventas de

10.496.524 euros, un 1,13% menos que en 2008. Se repartieron un total de 5.661.881,73 euros, en 1.074.907 premios, y la relación apuesta/boleto fue de 2,86. El mayor premio otorgado en 2009 ascendió a 375.383,30 euros. Recayó en Ávila y se convirtió en el segundo más grande de la historia de El Quinigol.

El Quinigol. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ANDALUCÍA	1.939.578,00	1.792.540,00	-7,58
ARAGÓN	317.025,00	274.946,00	-13,27
ASTURIAS	218.810,00	243.819,00	11,43
CANARIAS	585.531,00	592.881,00	1,26
CANTABRIA	119.613,00	131.609,00	10,03
CASTILLA Y LEÓN	700.747,00	729.076,00	4,04
CASTILLA-LA MANCHA	404.564,00	442.700,00	9,43
CATALUÑA	1.537.208,00	1.522.457,00	-0,96
COM. VALENCIANA	1.111.857,00	1.085.605,00	-2,36
EXTREMADURA	318.175,00	320.927,00	0,86
GALICIA	591.783,00	652.096,00	10,19
ILLES BALEARS	229.384,00	229.904,00	0,23
MADRID	1.571.713,00	1.467.454,00	-6,63
MURCIA	286.805,00	298.015,00	3,91
NAVARRA	118.841,00	121.726,00	2,43
PAÍS VASCO	395.855,00	353.705,00	-10,65
RIOJA, LA	67.131,00	81.867,00	21,95
CEUTA	16.934,00	19.003,00	12,22
MELILLA	17.802,00	20.907,00	17,44



El Quinigol. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ÁLAVA	45.242,00	42.655,00	-5,72
ALBACETE	86.012,00	104.109,00	21,04
ALICANTE	373.985,00	347.932,00	-6,97
ALMERÍA	229.975,00	163.038,00	-29,11
ASTURIAS	218.810,00	243.819,00	11,43
ÁVILA	97.422,00	94.219,00	-3,29
BADAJOS	218.845,00	212.397,00	-2,95
BARCELONA	1.071.206,00	1.110.067,00	3,63
BURGOS	80.814,00	83.926,00	3,85
CÁCERES	99.330,00	108.530,00	9,26
CÁDIZ	306.699,00	301.545,00	-1,68
CANTABRIA	119.613,00	131.609,00	10,03
CASTELLÓN	130.644,00	135.816,00	3,96
CIUDAD REAL	99.575,00	99.365,00	-0,21
CÓRDOBA	103.674,00	110.451,00	6,54
CORUÑA, A	248.417,00	268.618,00	8,13
CUENCA	46.958,00	49.564,00	5,55
GIRONA	260.491,00	171.192,00	-34,28
GRANADA	148.029,00	136.351,00	-7,89
GUADALAJARA	42.022,00	44.164,00	5,10
GUIPÚZCOA	128.325,00	114.270,00	-10,95
HUELVA	240.972,00	190.832,00	-20,81
HUESCA	65.042,00	49.666,00	-23,64
ILLES BALEARS	229.384,00	229.904,00	0,23
JAÉN	110.616,00	104.431,00	-5,59
LEÓN	121.915,00	170.629,00	39,96
LUGO	84.010,00	105.297,00	25,34
LLEIDA	91.053,00	95.589,00	4,98
MADRID	1.571.713,00	1.467.454,00	-6,63
MÁLAGA	388.205,00	363.932,00	-6,25
MURCIA	286.805,00	298.015,00	3,91
NAVARRA	118.841,00	121.726,00	2,43
OURENSE	71.523,00	72.222,00	0,98
PALENCIA	31.066,00	31.104,00	0,12
PALMAS, LAS	336.149,00	355.157,00	5,65
PONTEVEDRA	187.833,00	205.959,00	9,65
RIOJA, LA	67.131,00	81.867,00	21,95
SALAMANCA	107.292,00	102.752,00	-4,23
STA. CRUZ DE TENERIFE	249.382,00	237.724,00	-4,67
SEGOVIA	50.872,00	44.148,00	-13,22
SEVILLA	411.408,00	421.960,00	2,56
SORIA	19.990,00	22.246,00	11,29
TARRAGONA	114.458,00	145.609,00	27,22
TERUEL	17.773,00	19.777,00	11,28
TOLEDO	129.997,00	145.498,00	11,92
VALENCIA	607.228,00	601.857,00	-0,88
VALLADOLID	135.118,00	132.431,00	-1,99
VIZCAYA	222.288,00	196.780,00	-11,48
ZAMORA	56.258,00	47.621,00	-15,35
ZARAGOZA	234.210,00	205.503,00	-12,26
CEUTA	16.934,00	19.003,00	12,22
MELILLA	17.802,00	20.907,00	17,44



LOTOTURF

Lototurf es un juego fundamentalmente aleatorio, ya que seis de los siete números de la combinación ganadora se obtienen por sorteo, mientras que el último número coincide con el caballo ganador de la cuarta carrera de la jornada.

Este juego ha tenido un considerable incremento de ventas en el ejercicio de 2009, alcanzando la cifra de 12.066.689 euros, nada menos que

un 21,14% más que en el año anterior, convirtiéndose así en el juego deportivo con mayor subida relativa. Otro dato que invita al optimismo es que este incremento incluso se eleva al 24,70% en el apartado de venta media por sorteo, situándose en una cifra de 177.451,31 euros.

Lototurf repartió 7.113.266,26 euros, en un total de 1.368.322 premios. La relación apuesta/boleto se estableció en 2,24.

54

Lototurf. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ANDALUCÍA	1.496.553,00	1.791.615,00	19,72
ARAGÓN	271.829,00	294.348,00	8,28
ASTURIAS	279.001,00	361.249,00	29,48
CANARIAS	917.022,00	1.002.511,00	9,32
CANTABRIA	126.376,00	163.637,00	29,48
CASTILLA Y LEÓN	653.866,00	826.598,00	26,42
CASTILLA-LA MANCHA	496.791,00	566.254,00	13,98
CATALUÑA	779.003,00	1.012.556,00	29,98
COM. VALENCIANA	1.107.605,00	1.359.624,00	22,75
EXTREMADURA	261.264,00	314.810,00	20,49
GALICIA	750.603,00	965.606,00	28,64
ILLES BALEARS	164.066,00	208.265,00	26,94
MADRID	1.739.332,00	1.817.867,00	4,52
MURCIA	289.455,00	343.430,00	18,65
NAVARRA	116.149,00	135.679,00	16,81
PAÍS VASCO	339.321,00	448.219,00	32,09
RIOJA, LA	80.082,00	98.469,00	22,96
CEUTA	12.929,00	20.273,00	56,80
MELILLA	14.826,00	25.965,00	75,13

Lototurf. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO 2009 / 2008
	2008	2009	
ÁLAVA	42.795,00	61.395,00	43,46
ALBACETE	76.683,00	92.829,00	21,06
ALICANTE	420.336,00	518.236,00	23,29
ALMERÍA	115.429,00	135.757,00	17,61
ASTURIAS	279.001,00	361.249,00	29,48
ÁVILA	45.658,00	63.248,00	38,53
BADAJOS	115.396,00	146.079,00	26,59
BARCELONA	529.054,00	713.033,00	34,78
BURGOS	74.578,00	80.418,00	7,83
CÁCERES	145.868,00	168.731,00	15,67
CÁDIZ	256.553,00	319.608,00	24,58
CANTABRIA	126.376,00	163.637,00	29,48
CASTELLÓN	136.693,00	143.887,00	5,26
CIUDAD REAL	114.781,00	137.248,00	19,57
CÓRDOBA	131.595,00	154.163,00	17,15
CORUÑA, A	249.413,00	354.332,00	42,07
CUENCA	107.599,00	109.466,00	1,74
GIRONA	94.509,00	119.140,00	26,06
GRANADA	158.604,00	175.334,00	10,55
GUADALAJARA	75.521,00	80.899,00	7,12
GUIPÚZCOA	155.010,00	195.013,00	25,81
HUELVA	131.597,00	159.513,00	21,21
HUESCA	71.803,00	72.495,00	0,96
ILLES BALEARS	164.066,00	208.265,00	26,94
JAÉN	80.174,00	93.497,00	16,62
LEÓN	105.683,00	142.353,00	34,70
LUGO	63.115,00	80.260,00	27,16
LLEIDA	75.253,00	85.344,00	13,41
MADRID	1.739.332,00	1.817.867,00	4,52
MÁLAGA	312.401,00	380.898,00	21,93
MURCIA	289.455,00	343.430,00	18,65
NAVARRA	116.149,00	135.679,00	16,81
OURENSE	185.113,00	217.361,00	17,42
PALENCIA	28.024,00	40.885,00	45,89
PALMAS, LAS	459.853,00	463.961,00	0,89
PONTEVEDRA	252.962,00	313.653,00	23,99
RIOJA, LA	80.082,00	98.469,00	22,96
SALAMANCA	110.622,00	130.310,00	17,80
STA. CRUZ DE TENERIFE	457.169,00	538.550,00	17,80
SEGOVIA	84.066,00	77.266,00	-8,09
SEVILLA	310.200,00	372.845,00	20,20
SORIA	19.002,00	36.523,00	92,21
TARRAGONA	80.187,00	95.039,00	18,52
TERUEL	25.963,00	30.833,00	18,76
TOLEDO	122.207,00	145.812,00	19,32
VALENCIA	550.576,00	697.501,00	26,69
VALLADOLID	110.501,00	152.695,00	38,18
VIZCAYA	141.516,00	191.811,00	35,54
ZAMORA	75.732,00	102.900,00	35,87
ZARAGOZA	174.063,00	191.020,00	9,74
CEUTA	12.929,00	20.273,00	56,80
MELILLA	14.826,00	25.965,00	75,13



QUÍNTUPLE PLUS

Quíntuple Plus es una modalidad hípica especializada y dirigida fundamentalmente a los aficionados al turf. En 2009 se celebraron 68 sorteos, que lograron unos ingresos de 4.156.600 euros, lo que supuso un descenso del 21,01%. Se entregaron 2.302.760,58 euros, en un total de

31.866 premios. La relación apuesta/ boleto se estableció en 6,03. Por Comunidades Autónomas, Madrid fue con gran diferencia la que obtuvo un mayor número de ventas, alcanzando 1.954.026 euros, seguida a distancia por la Comunidad Valenciana, con 388.987 euros, y Andalucía, que obtuvo 252.339.

Quíntuple Plus. Venta por Comunidades

COMUNIDADES	VENTA		INCREMENTO 2009 / 2008
	2008	2009	
ANDALUCÍA	362.012,00	252.339,00	-30,30
ARAGÓN	53.646,00	47.644,00	-11,19
ASTURIAS	69.541,00	59.733,00	-14,10
CANARIAS	244.957,00	185.045,00	-24,46
CANTABRIA	144.064,00	102.546,00	-28,82
CASTILLA Y LEÓN	185.697,00	145.594,00	-21,60
CASTILLA-LA MANCHA	145.388,00	101.247,00	-30,36
CATALUÑA	245.796,00	190.425,00	-22,53
COM. VALENCIANA	485.547,00	388.987,00	-19,89
EXTREMADURA	71.328,00	82.866,00	16,18
GALICIA	201.819,00	182.301,00	-9,67
ILLES BALEARS	57.160,00	35.330,00	-38,19
MADRID	2.648.261,00	1.954.026,00	-26,21
MURCIA	62.445,00	62.409,00	-0,06
NAVARRA	26.394,00	26.227,00	-0,63
PAÍS VASCO	165.767,00	123.518,00	-25,49
RIOJA, LA	25.795,00	23.559,00	-8,67
CEUTA	2.580,00	1.517,00	-41,20
MELILLA	1.222,00	696,00	-43,04

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

Quíntuple Plus. Venta por provincias

PROVINCIAS	VENTA		INCREMENTO
	2008	2009	2009 / 2008
ÁLAVA	15.853,00	15.101,00	-4,74
ALBACETE	12.192,00	9.715,00	-20,32
ALICANTE	139.886,00	116.725,00	-16,56
ALMERÍA	22.518,00	15.074,00	-33,06
ASTURIAS	69.541,00	59.733,00	-14,10
ÁVILA	23.867,00	20.640,00	-13,52
BADAJOS	43.061,00	64.243,00	49,19
BARCELONA	194.351,00	144.943,00	-25,42
BURGOS	14.254,00	9.281,00	-34,89
CÁCERES	28.267,00	18.623,00	-34,12
CÁDIZ	82.573,00	42.608,00	-48,40
CANTABRIA	144.064,00	102.546,00	-28,82
CASTELLÓN	31.892,00	26.017,00	-18,42
CIUDAD REAL	23.856,00	15.566,00	-34,75
CÓRDOBA	33.236,00	24.413,00	-26,55
CORUÑA, A	106.723,00	97.507,00	-8,64
CUENCA	53.537,00	31.336,00	-41,47
GIRONA	7.851,00	11.067,00	40,96
GRANADA	21.643,00	16.395,00	-24,25
GUADALAJARA	11.141,00	11.550,00	3,67
GUIPÚZCOA	115.257,00	82.607,00	-28,33
HUELVA	26.195,00	15.806,00	-39,66
HUESCA	10.971,00	11.341,00	3,37
ILLES BALEARS	57.160,00	35.330,00	-38,19
JAÉN	14.051,00	10.095,00	-28,15
LEÓN	26.434,00	19.840,00	-24,95
LUGO	12.850,00	13.931,00	8,41
LLEIDA	27.885,00	22.414,00	-19,62
MADRID	2.648.261,00	1.954.026,00	-26,21
MÁLAGA	65.483,00	57.351,00	-12,42
MURCIA	62.445,00	62.409,00	-0,06
NAVARRA	26.394,00	26.227,00	-0,63
OURENSE	27.633,00	21.398,00	-22,56
PALENCIA	6.848,00	5.639,00	-17,65
PALMAS, LAS	112.387,00	84.612,00	-24,71
PONTEVEDRA	54.613,00	49.465,00	-9,43
RIOJA, LA	25.795,00	23.559,00	-8,67
SALAMANCA	33.343,00	24.679,00	-25,98
STA. CRUZ DE TENERIFE	132.570,00	100.433,00	-24,24
SEGOVIA	38.171,00	28.917,00	-24,24
SEVILLA	96.313,00	70.597,00	-26,70
SORIA	7.563,00	5.863,00	-22,48
TARRAGONA	15.709,00	12.001,00	-23,60
TERUEL	4.189,00	2.718,00	-35,12
TOLEDO	44.662,00	33.080,00	-25,93
VALENCIA	313.769,00	246.245,00	-21,52
VALLADOLID	18.299,00	17.965,00	-1,83
VIZCAYA	34.657,00	25.810,00	-25,53
ZAMORA	16.918,00	12.770,00	-24,52
ZARAGOZA	38.486,00	33.585,00	-12,73
CEUTA	2.580,00	1.517,00	-41,20
MELILLA	1.222,00	696,00	-43,04

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

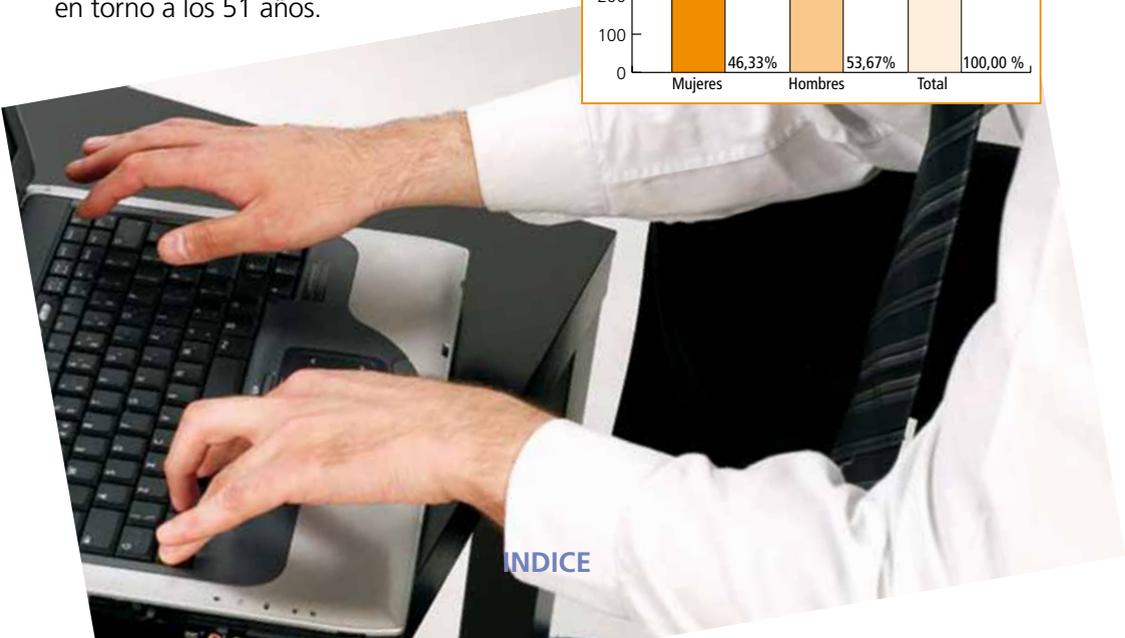
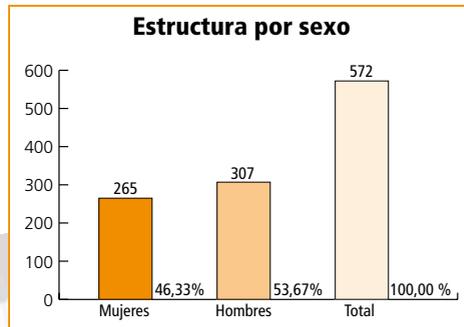
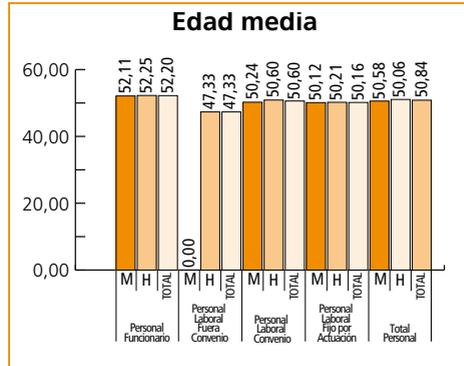
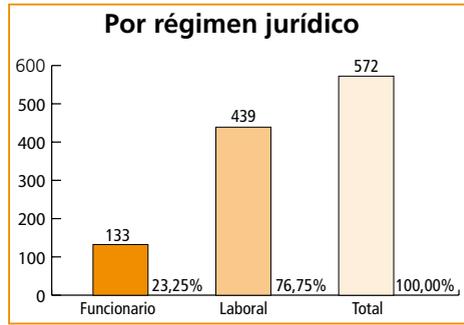
7. Gestión de Recursos Humanos

7. Gestión de Recursos Humanos

ESTRUCTURA DE PERSONAL

La estructura actual de los Recursos Humanos de LAE presenta una heterogénea composición, si se atiende a los diferentes regímenes jurídicos que regulan sus relaciones laborales y que son los habituales en el ámbito de la función pública.

Una parte del personal se encuentra vinculado por una relación de carácter laboral y otra parte por una relación de carácter funcionarial. El primer colectivo, el laboral, es el más numeroso y supone el 76,75% del total, mientras que el personal funcionario representa el 23,25%. Si atendemos a su composición por sexo, del total de empleados, un 53,67% son hombres y un 46,33% mujeres. Por último, también resulta interesante indicar que la edad media de los empleados de la Entidad es similar a la del resto de la Administración General del Estado y se sitúa, en el año 2009, en torno a los 51 años.





FORMACIÓN

Una de las estrategias más destacadas en materia de personal es la de lograr una relevante mejora en la formación de los Recursos Humanos, ya que la implantación de nuevos procesos y los adelantos tecnológicos en su desarrollo, así como la aceleración de los cambios generados por el conjunto de avances de la Entidad, imponen el continuo reciclaje y la mejora en la cualificación.

El Plan de Formación de LAE diseñó para el año 2009 un programa de actividades formativas, cuyo objetivo fue iniciar un proceso que progresivamente permitiera responder a las nuevas necesidades de los puestos de trabajo de los empleados de la Entidad.

Así, se ofertaron cursos de carácter general y para áreas específicas de actividad, y se puso especial énfasis en actividades formativas relacionadas con las nuevas tecnologías y los idiomas, con el fin de que todo el personal de la Entidad que estuviera interesado pudiera participar en ellos.

La Dirección de LAE, en colaboración con la Comisión de Formación, seleccionó las acciones formativas teniendo en cuenta las peticiones recibidas de las distintas unidades, las propuestas de los representantes sindicales y las acciones impartidas en años anteriores.

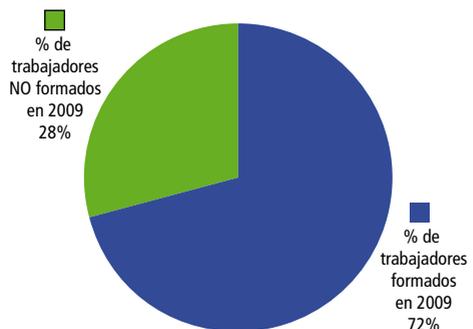
El total de cursos organizados ascendió a 28, mientras que las personas que recibieron formación fueron un total de 412. El porcentaje de asistencia de los empleados convocados fue del 100%, y el número de horas impartidas ascendió a 9.133.



Se programó una formación de carácter general para todos los empleados que voluntariamente quisieran participar en la misma, basada en:

- a) Cursos de ofimática.
- b) Cursos de inglés on-line.
- c) Formación de carácter específico en función de las áreas de actividad de los puestos de trabajo.
- d) Formación destinada al apoyo de la promoción del empleado.
- e) Formación solicitada y realizada por el personal de LAE en otras entidades colaboradoras.

Empleados formados año 2009	
Nº de empleados 2009	572
Nº de empleados que han realizado cursos en el 2009	412
% De empleados formados en 2009	72%
Nº de empleados que no han realizado cursos en el 2009	160
% De empleados no formados en 2009	28%



PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

En el año 2008 se produjo la aprobación del Plan de Prevención de Riesgos Laborales, y desde la satisfacción por su consecución, durante 2009 se ha trabajado en fortalecer y desarrollar la actitud y conducta preventiva desde todos los estamentos, integrándola en cada uno de los niveles de LAE.

En este ejercicio se han desarrollado diferentes actuaciones para mejorar el conocimiento del Plan de Prevención en toda la organización, así como para extender el compromiso con el mismo a través de la implicación de todos los niveles laborales de la Entidad.

De otra parte, merece una mención destacada la elaboración del Plan de

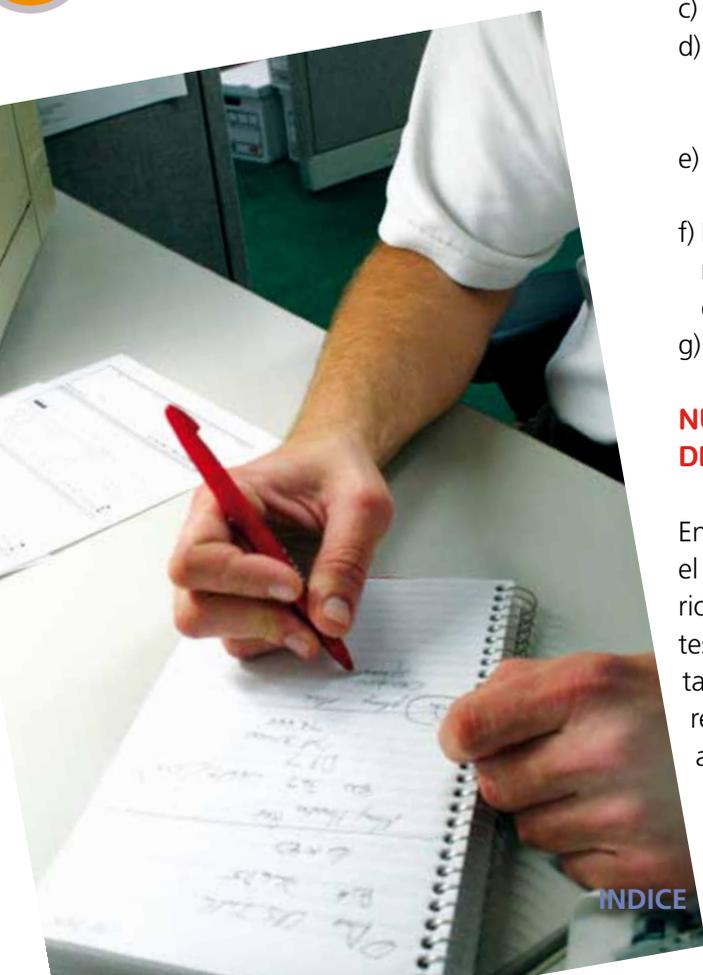
Actuación ante la Pandemia de la Gripe A y su aprobación por la dirección de LAE, en octubre de 2009. El Servicio de Prevención Propio (SPP) participó en la creación del Plan y en su desarrollo, a través de la gestión de las reuniones del equipo de coordinación del Plan de Actuación ante la Pandemia de la Gripe A y de la elaboración y presentación de los procedimientos de actuación.

ACCIONES MÁS DESTACADAS DEL SERVICIO DE PREVENCIÓN

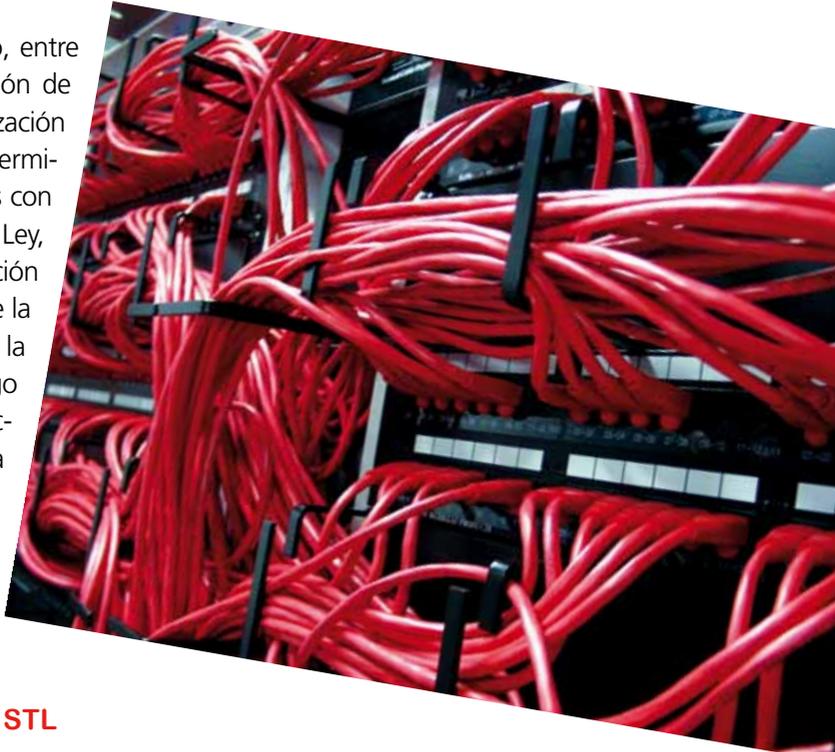
- a) Planificar la acción preventiva y asesorar en la adopción de las medidas preventivas o protectoras más convenientes, para eliminar el riesgo detectado o reducirlo hasta límites admisibles.
- b) Planificar las medidas de emergencia. Planificar e informar sobre los simulacros de los centros de trabajo.
- c) Revisar las evaluaciones de riesgos.
- d) Investigar los accidentes y daños a la salud, así como elaborar periódicamente la estadística de siniestralidad.
- e) Realizar la coordinación de actividades empresariales.
- f) Realizar la vigilancia de la salud programada para el año, así como la campaña de vacunación ante la gripe común.
- g) Formar e informar a los trabajadores.

NUEVO CONVENIO COLECTIVO DEL PERSONAL LABORAL

En lo que respecta al personal laboral, el nuevo convenio colectivo para el periodo 2009-2011 presenta importantes novedades, entre las que cabe destacar la modificación de la estructura retributiva del personal por actuación, así como una nueva regulación de los traslados puntuales de sus fechas de trabajo y de los festivos especiales.



También se han adoptado, entre otras medidas, la regulación de un mecanismo de actualización anual automática de determinados conceptos salariales con los límites que impone la Ley, la adecuación y simplificación de las áreas funcionales de la clasificación profesional, la incorporación del Código de Conducta de LAE y la actualización de la normativa de permisos retribuidos y del régimen disciplinario.

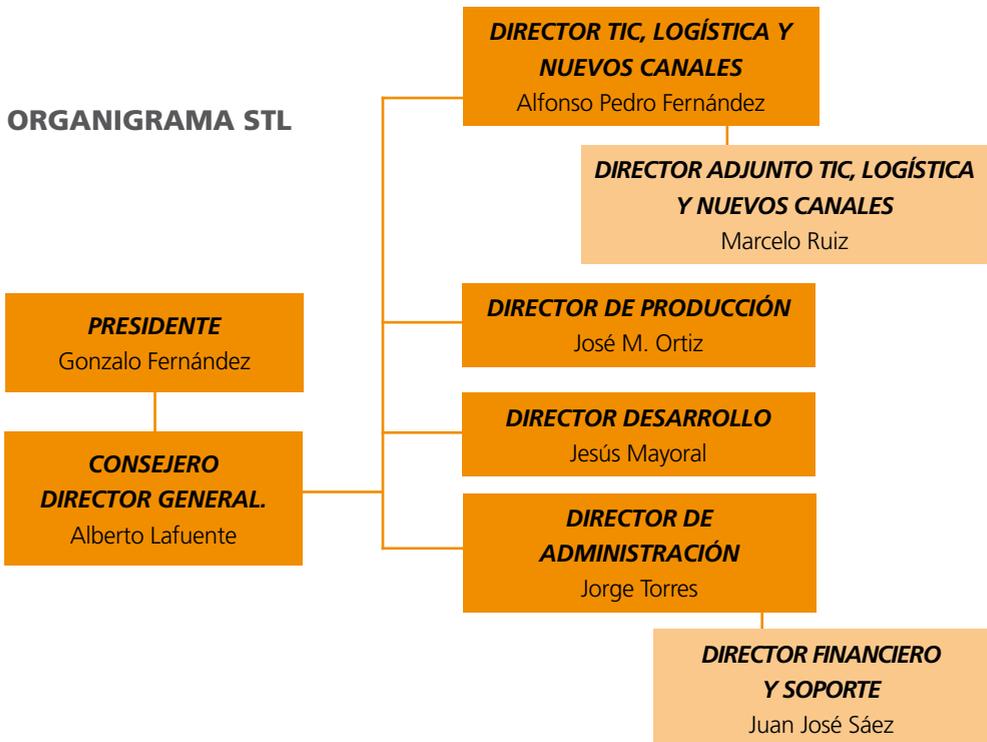


EL APOYO IMPRESCINDIBLE DE STL

Sistemas Técnicos de Loterías (STL) es una empresa propiedad de LAE, que tiene como objetivo prestar servicios de tecnología de la información y telecomunicaciones a Loterías y Apuestas del Estado.

La empresa tiene en plantilla a más de 200 personas, y apostó por la promoción interna y la formación permanente de su personal.

ORGANIGRAMA STL



(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

8. Los recursos tecnológicos como fortaleza

8. Los recursos tecnológicos como fortaleza

La Dirección de Regulación tiene asumidas las competencias respecto al desarrollo e implantación de los recursos tecnológicos en Loterías y Apuestas del Estado, un sector prioritario y estratégico dentro de la Entidad y con respecto a la Red Comercial y a los propios clientes finales.

Durante el año 2009 la Dirección de Regulación ha realizado un gran número de actividades en los diversos niveles que aborda un departamento tan complejo como es éste. Las acciones desarrolladas han tenido que ver con asuntos tan variados como el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), los abonos por terminación, las autorizaciones administrati-

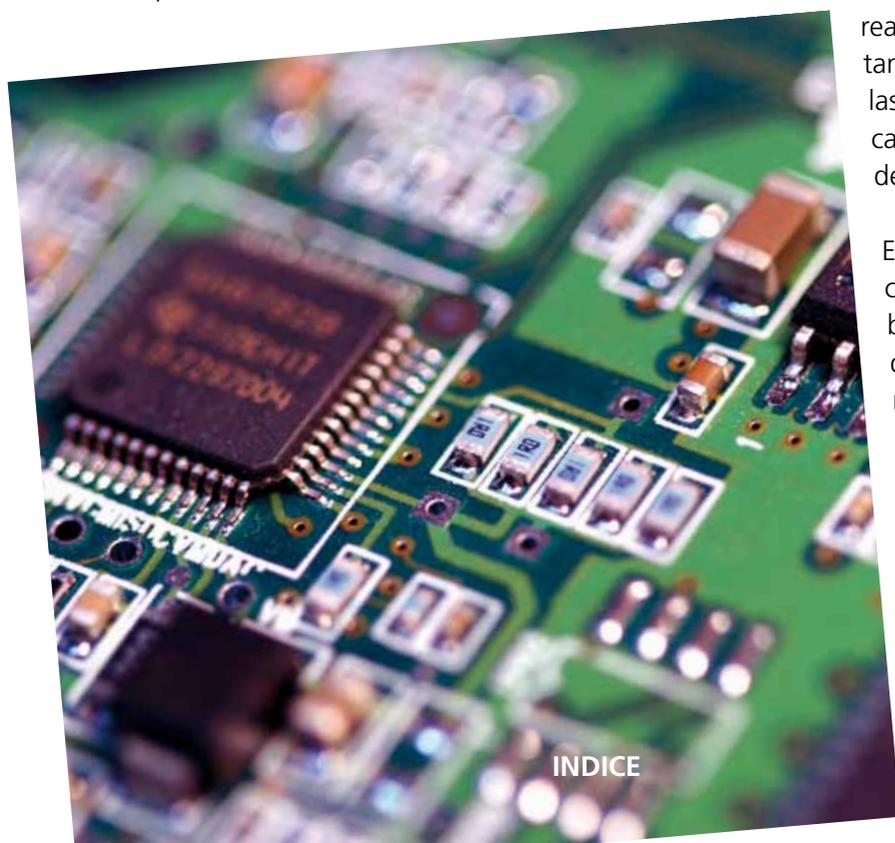
vas, la gestión de incidencias, el nuevo servidor de dominio o el desarrollo del portal www.onlae.es. A continuación se señalan algunas de las principales acciones llevadas a cabo.

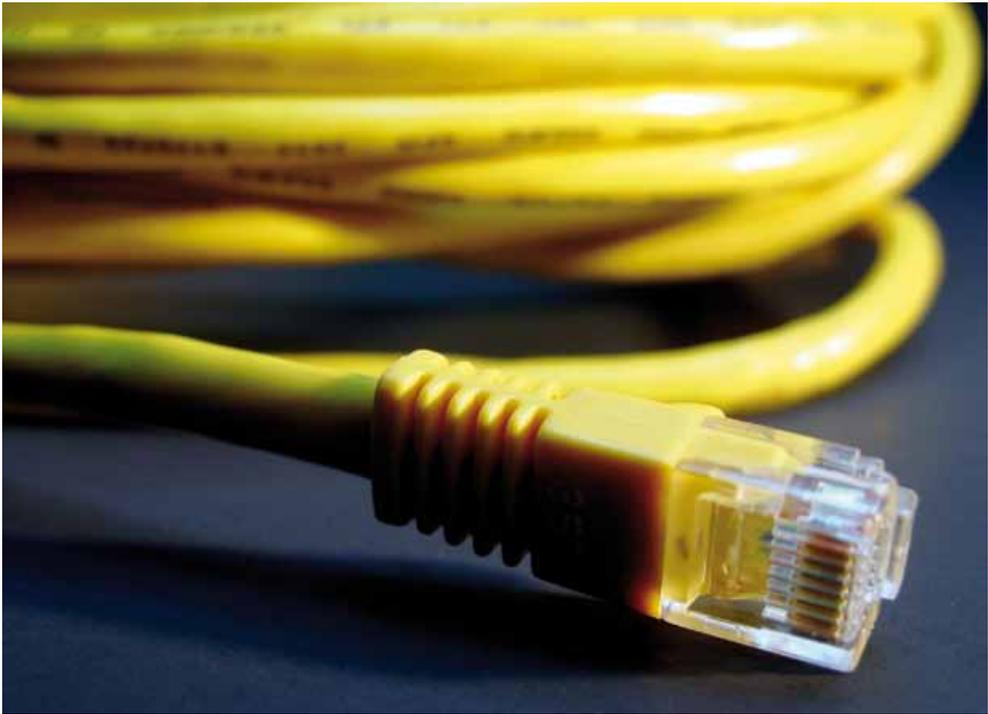
DESARROLLO

En primer lugar, se han realizado las pruebas de integración y puesta en producción de la versión 2.0 del Sistema Informático de Gestión Integrada de Loterías (SIGILO), con la adaptación de la venta por terminal. Las pruebas de integración y documentación finalizaron en enero de 2009, y la puesta en funcionamiento está prevista para mayo de 2010, una vez finalizadas con

éxito las pruebas realizadas conjuntamente con STL y las entidades bancarias para el pago de los premios.

Especial importancia ha tenido también la adaptación de la funcionalidad de SIGILO a toda la red, permitiendo de este modo operar con los establecimientos de la red complementaria.





No hay que olvidar, por su importancia, el proyecto para integrar en una sola aplicación las diferentes funcionalidades que permiten la consolidación de un modelo único (el modelo 190 de la Agencia Tributaria) desde las distintas aplicaciones que lo generan. Se ha utilizado en producción por primera vez en enero de 2010, con la declaración anual correspondiente al ejercicio 2009.

Otro de los proyectos puestos en práctica, en este caso relacionado con los Recursos Humanos de Loterías y Apuestas del Estado, está destinado a la implantación de los módulos de gestión de personal, formación y del Portal del Empleado en la aplicación de nóminas TAO-GEDAS de la empresa T-Systems.

Además, se ha completado la última funcionalidad que quedó pendiente de desarrollar en el proyecto SIGILO, ya mencionado, que consiste en la adap-

tación de la aplicación de abonos para facilitar los abonos por terminación.

Entre las novedades encaminadas a mejorar la gestión, destaca también el proyecto de documentación de la aplicación de gestión de premios mayores de juegos activos.

Por lo que respecta a las autorizaciones administrativas, existe una nueva aplicación integrada en portal_lae para la gestión de las mismas, al objeto de sustituir la antigua aplicación en Access que daba servicio a esta funcionalidad.

Por último, cabe recordar el proyecto que ha tenido como finalidad dotar al Centro de Proceso de Datos (CPD) de Lotería Nacional de un centro de respaldo, mediante la réplica del servidor de aplicaciones en modo activo-activo y del servidor de base de datos en modo activo-pasivo. El centro quedó operativo en el mes de abril.

EXPLOTACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCCIÓN

En cuanto a las novedades referidas a la explotación y gestión de producción, hay que mencionar el centro de alternancia y respaldo para los juegos on-line, los nuevos procedimientos de explotación, la gestión de incidencias y el servidor de dominio.

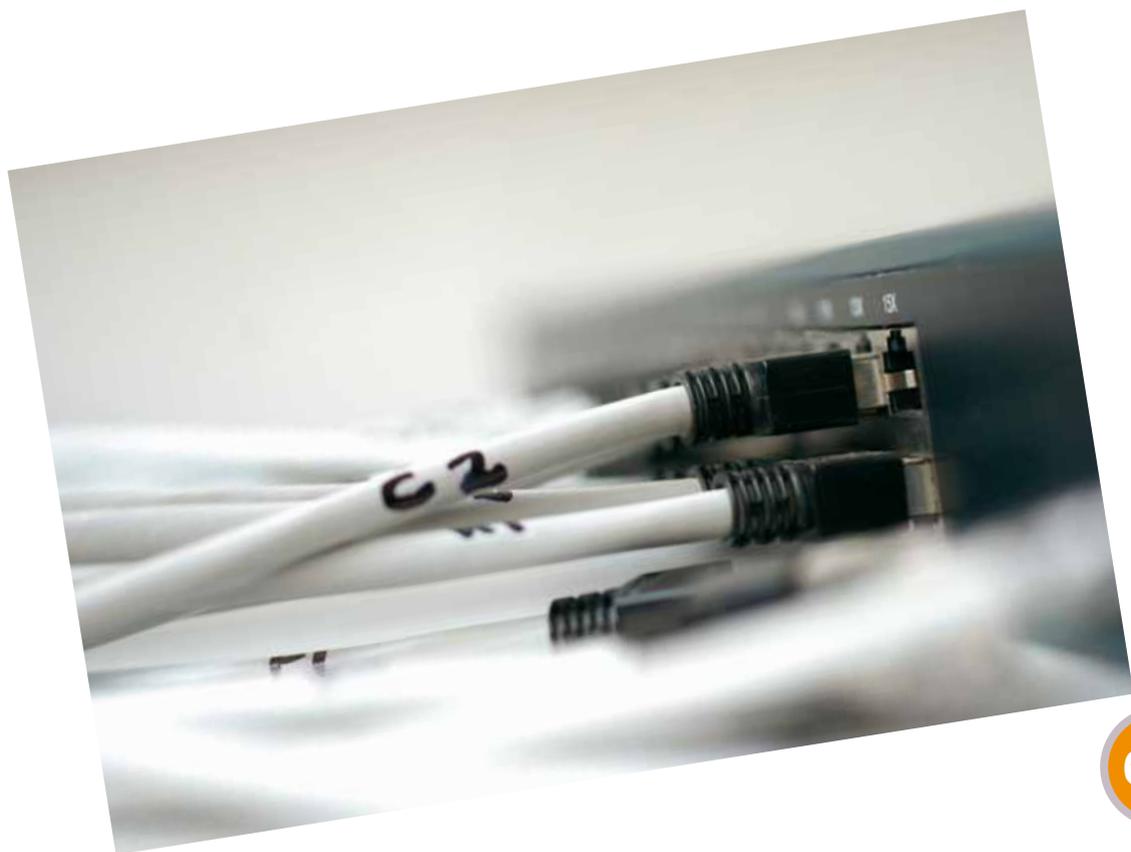
En marzo de 2009 comenzó a funcionar un nuevo esquema de los Centros de Control de Datos, con especial atención a la explotación de los juegos activos en su faceta on-line. Además, se han elaborado nuevos procedi-

mientos para mejorar los sistemas de explotación y se han mejorado los procedimientos de copias de seguridad. También se ha implantado un nuevo procedimiento para la gestión de incidencias implementado con la empresa STL. Por último, en el Servicio de Control de Premios e Invendidos se ha montado un nuevo servidor de dominio junto al que ya existía, con el objetivo de reforzar la operatividad.

MICROINFORMÁTICA Y WEB

En el apartado de microinformática y web, se ha consolidado la implantación y uso de la gestión de trabajos e incidencias a través de la herramienta MANTIS. El número de incidencias resueltas en 2009 ha sido de 2.624.





Asimismo, se ha llevado a cabo la sustitución de la web comercial onlae.terra.es por el nuevo portal www.onlae.es, con la incorporación de funcionalidades como el registro de usuarios, una nueva presentación de páginas, la integración en el portal de los sitios web independientes de los sorteos de Navidad y El Niño o el cambio de presentación de los contenidos.

Durante el año 2009, se ha desarrollado toda la aplicación necesaria para la implantación del registro electrónico

en Loterías y Apuestas del Estado, se ha comenzado el estudio y diseño de las páginas y funcionalidades que ha de tener la futura sede electrónica de LAE y se ha avanzado en varios apartados en cumplimiento de los estándares de calidad basados en las normas ISO 9001 y 27001.

Por otro lado se ha procedido a la sustitución del Servicio de Control de Premios e Invendidos por otro de mejores características técnicas, que posibilita su ampliación de capacidad y evolución técnica.

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

9. Responsabilidad Social Corporativa: Calidad y seguridad, objetivos prioritarios

9. Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Calidad y seguridad como objetivos prioritarios

La responsabilidad, la transparencia, la integridad y seguridad, el rigor, el compromiso y la orientación al participante en los juegos. Éstos son los valores fundamentales de Loterías y Apuestas del Estado, que identifican toda su actividad como Entidad responsable de la gestión de los juegos de Estado. Éstos son, al mismo tiempo, los principios que LAE ofrece y que también demanda a todos sus grupos de interés.

LA INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA GESTIÓN RESPONSABLE DEL JUEGO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAE

En los dos últimos años, las políticas de Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego se han ido integrando paulatinamente en la gestión empresarial de Loterías y Apuestas del Estado.

PRINCIPIOS

La consideración de las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés en su proceso de toma de decisiones.

Juego Responsable, basado en los principios de Juego Responsable de la Asociación Europea de Loterías y Apuestas de Estado.

La integración de un enfoque estructural, global e independiente para la gestión de riesgos para convertirlos en oportunidades.

La adopción de compromisos compatibles con un correcto desempeño económico, social y medioambiental.

El desarrollo de medidas para alcanzar y cumplir los compromisos adoptados.

La generación de ingresos que benefician a la población española en general y a ONGs, a la cultura y al deporte español en particular.

Promover las mejores prácticas en la gestión, asegurando la transparencia, la ética en los negocios y la adecuada gestión de los riesgos.



FASES DEL MODELO INTEGRADO DE GESTIÓN

PROCESOS DE DIRECCIÓN



PROCESOS DE GESTIÓN



En el año 2009, la Entidad ha establecido un Plan de Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego para los años 2010-2011, con el fin de destinar los recursos y esfuerzos necesarios para conseguir cumplir los objetivos estratégicos propuestos. Este Plan tiene como eje principal el cumplimiento de las directrices de Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego asumidas por Loterías y Apuestas del Estado.

El modelo de gestión de la RSC en la Entidad se fundamenta en el Sistema Integrado de Gestión de LAE, que aglutina los aspectos de Seguridad de la Información, Calidad, Riesgos Corporativos y Responsabilidad Social Corporativa, con la finalidad de maximizar la sostenibilidad estratégica de nuestra Entidad.

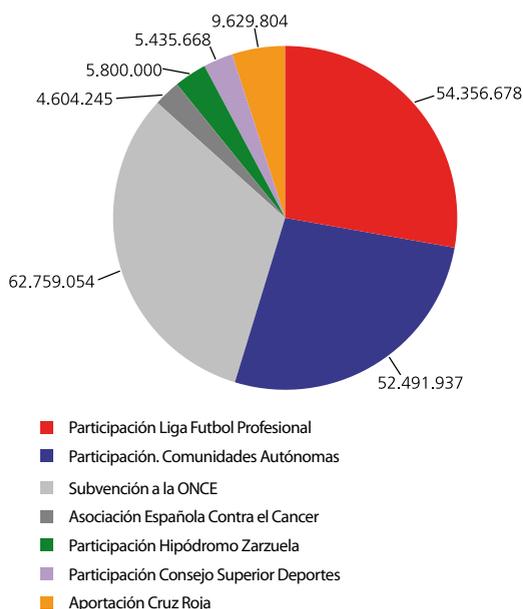
RESPONSABILIDAD ECONÓMICA: GENERANDO VALOR PARA LA CIUDADANÍA

Desde la constitución de la Lotería en España, en el siglo XVIII, el objetivo de los diferentes organismos que han regulado estos juegos ha sido contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, a través de los ingresos obtenidos.

En España se pretende que los beneficios generados por la venta de los jue-



Aportaciones realizadas por LAE en 2009 (en euros)



tánea en los estándares ISO 9001:1008 de Gestión de la Calidad, ISO/IEC 27001:2005 de Gestión de Seguridad de la Información, PAS 99 de Gestión Integrada y WLA-SCS:2006 de Integridad, Seguridad y Gestión de Riesgo de la Asociación Mundial de Loterías (WLA), evolucionó favorablemente a lo largo de 2009, acreditándose tal circunstancia con el mantenimiento de las certificaciones tras la auditoría externa que se realizó en los primeros días de 2010.

Durante 2009, los distintos responsables y equipos han mantenido reuniones periódicas de seguimiento de procesos, comprobando si la redacción y los contenidos de los procedimientos y fichas de procesos eran las adecuadas, a fin de poder hacer las correcciones necesarias, actualizando y codificando los registros utilizados, haciendo el seguimiento y ajustes en los indicadores y en sus objetivos. Igualmente, se han tratado los incidentes y no-conformidades surgidos y se ha seguido el grado de cumplimiento de las mejoras propuestas en cada proceso.

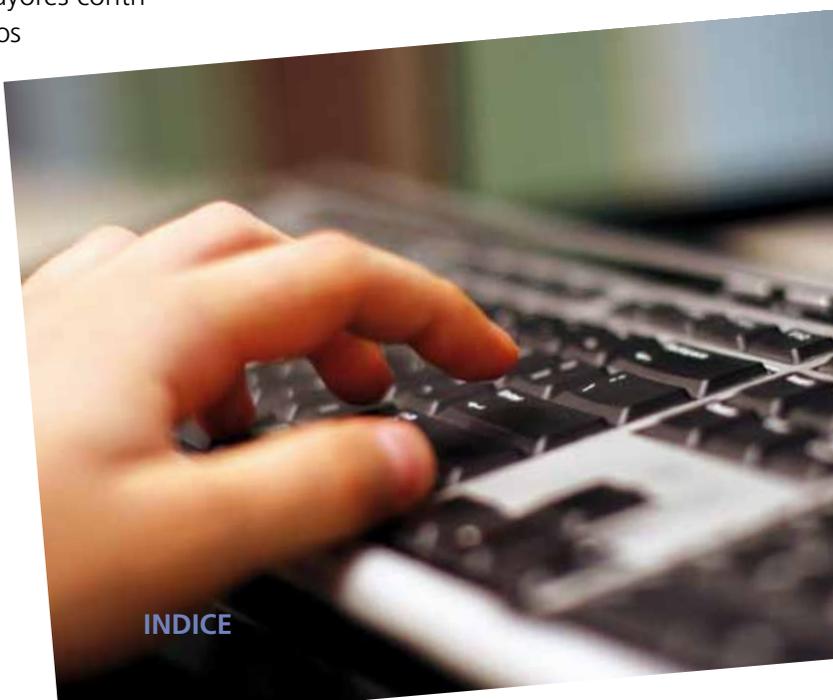
74

gos comercializados por LAE puedan ser disfrutados por toda la sociedad sin excepción, mediante el desarrollo de actividades de interés general.

Loterías y Apuestas del Estado ha ingresado durante 2009 al Tesoro Público y a fines de carácter social 3.116.367.098 euros, lo que convierte a los productos de LAE en unos de los mayores contribuidores a los Presupuestos Generales del Estado (ver información más amplia en las páginas 76 y siguientes).

EL DESARROLLO DEL PROYECTO SIGLAE

El proyecto SIGLAE, iniciado en 2006 y formalizado con éxito en 2008, con la certificación simul-





RESULTADO DE LAS AUDITORÍAS EXTERNAS DE REVISIÓN DEL SIGLAE

Calidad

El objetivo de la auditoría era verificar el mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión implantado en base a los requisitos ISO 9001:2008, certificado que asegura que LAE cumple con un conjunto de reglas que ayudan a garantizar la satisfacción de los participantes en sus juegos.

En esta auditoría de seguimiento se ha percibido una madurez del sistema, desde la formación del personal hasta la participación activa en la mejora de los procesos, auditándose algunos de éstos de forma muestral.

Se considera que la evolución es favorable y la dirección en la mejora está bien enfocada.

Como aspectos más positivos, destacan los siguientes:

- La implicación de todos los responsables de área, jefes de servicio y personal entrevistado en el sistema de calidad implantado y en el desarrollo de la auditoría.
- La transparencia de todos los procesos y el exhaustivo control que se lleva a cabo desde los mismos, incluyendo la predisposición a la mejora.
- La concienciación de todo el per-

sonal entrevistado en la mejora del sistema, el empleo de las herramientas de calidad y la evolución de los procesos.

- La implementación de un sistema informático que asegura la eliminación del riesgo en la difusión de los resultados de juegos activos, evitando errores de manipulación de datos y optimizando el tiempo de respuesta.
- La implantación de la Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego.

Seguridad de la Información

Esta auditoría tuvo como objetivo la revisión del sistema de gestión de Seguridad de la Información, para garantizar que los elementos dentro del alcance de la certificación y los requisitos de la norma ISO/IEC 27001:2005 y WLA-SCS:2006 están cubiertos y mantenidos eficazmente por la Entidad.

Los auditores estimaron que el sistema demuestra estar adecuadamente mantenido, con puntos fuertes en la implicación de la Dirección, el enfoque por procesos, la mejora en la concienciación de la plantilla y el asentamiento del sistema en la organización.

El principal aspecto en el que incidir de cara al futuro, como corresponde al nivel de madurez que va a alcanzar el sistema, corresponde al análisis y seguimiento de las mejoras introducidas



en el mismo (procedentes de distintas fuentes: plan de tratamiento de riesgos, incidentes de seguridad, indicadores, acciones preventivas y correctivas, etc.), alineándolas entre sí y con los objetivos de la Dirección y asegurándose de su correcta implantación y eficacia.

Sistema Integrado de Gestión

Con esta auditoría se buscaba la verificación de la implantación de los requisitos de la norma PAS 99:2006 de Gestión Integrada Calidad-Seguridad de la Información, para el alcance de la certificación y su mejora continua.

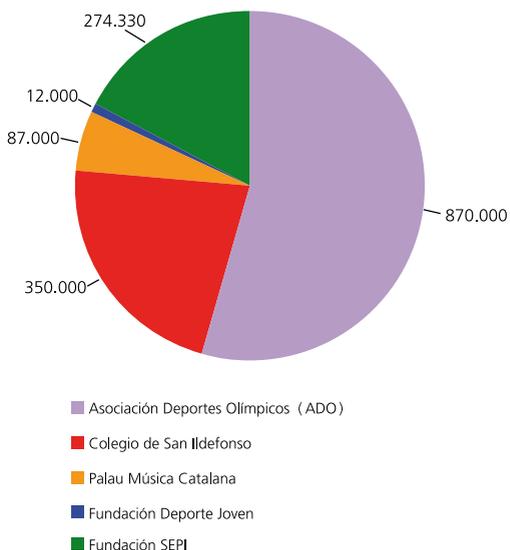
La implantación en las áreas auditadas durante el desarrollo del estudio se comprobó efectiva, confirmándose en consecuencia el cumplimiento de los requisitos de la PAS 99:2006.

IMPULSANDO EL DESARROLLO DE NUESTRO ENTORNO

Loterías y Apuestas del Estado, paralelamente a los ingresos revertidos al Tesoro Público, trabaja para enfocar sus actuaciones de manera que permitan ayudar a diversas iniciativas, tanto públicas como privadas, que tengan como objeto el desarrollo de actividades beneficiosas para la sociedad española.

En el año 2009, LAE ha contribuido al desarrollo de la sociedad con numerosas iniciativas que han beneficiado al deporte español, la cultura, organizaciones no gubernamentales, la educación, las personas discapacitadas, etc., ampliando cada vez más su labor social.

Otras colaboraciones y patrocinios realizados por LAE en 2009 (en euros)



Aportaciones y patrocinios

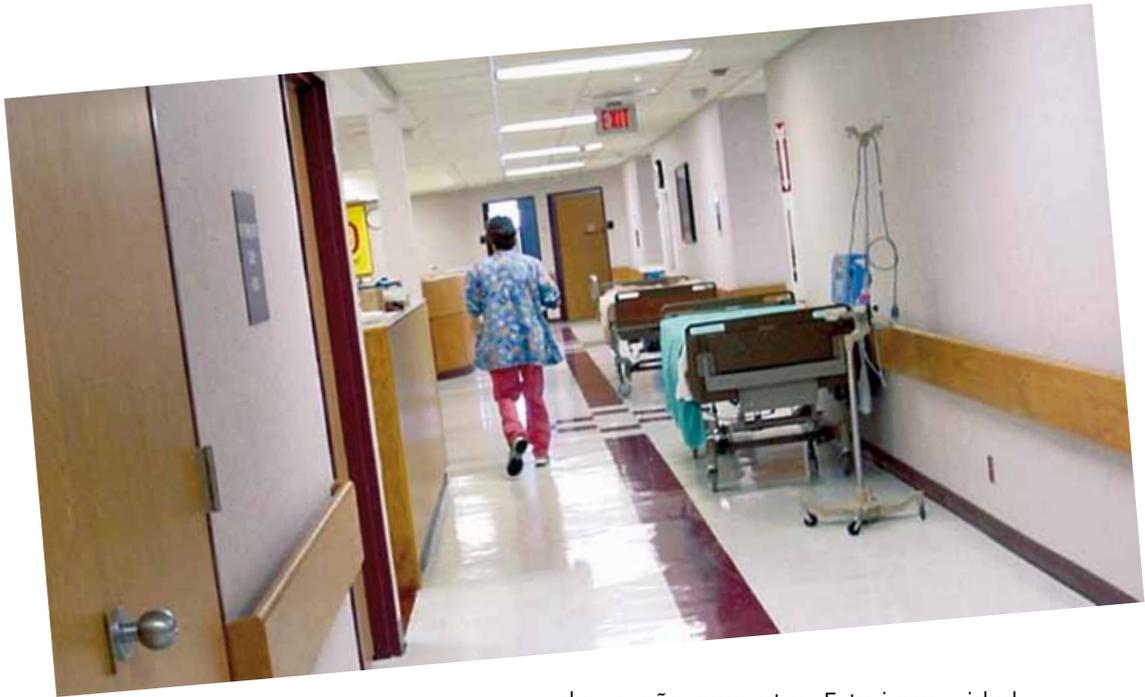
Gran parte de los ingresos generados por LAE revierten directamente a la sociedad española, ya sea a través del Tesoro Público o de las distintas aportaciones y patrocinios que la Entidad realiza a diversos organismos de gran protagonismo social, por sus reconocidas acciones en campos que requieren de una especial protección por parte de la sociedad.

• ONCE

LAE incrementó su aportación a la Organización Nacional de Ciegos Españoles de una forma muy significativa, al pasar de los 33.900.000 euros de 2008 a los 62.759.054 euros de 2009.

• Cruz Roja

Un año más, LAE celebró en 2009 un Sorteo Especial de Lotería Nacional de Cruz Roja, cuyos beneficios netos se



destinan íntegramente a esta organización. La aportación ascendió este año a 9.629.804 euros.

- **Asociación Española Contra el Cáncer**

Al igual que en el caso de Cruz Roja, LAE ha celebrado hasta 2010 un sorteo especial cuyos beneficios fueron destinados a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), pero recientemente, en base a la Ley de Presupuestos Generales del Estado para 2010, se ha modificado la forma de colaboración de LAE con ambas organizaciones, consignándose desde ahora a este fin una cantidad fija. Las aportaciones económicas realizadas tradicionalmente por la Entidad han sido imprescindibles para mantener las actividades y servicios tanto de Cruz Roja como de la AECC en todo el territorio español. El importe de dichos ingresos, como resultado de los sorteos celebrados, ha dependido siempre de varios factores y, entre ellos, el azar, por lo que ha variado significativamente

de un año para otro. Esta inseguridad financiera podía suponer un problema para la programación de ingresos y gastos de esas organizaciones y llegar a repercutir en la planificación de sus actividades, por lo que, de cara a una mayor estabilidad económica, LAE ha considerado oportuna la aplicación de un sistema que aporte un mayor equilibrio financiero a la programación de dichas actividades sobre la base de ingresos previamente determinados.

- **Comunidades Autónomas**

LAE destina el 10,98% de los ingresos de La Quiniela a la financiación de las Comunidades Autónomas, que a su vez dedican esos fondos a actividades e infraestructuras deportivas. Este año, el total distribuido fue de 52.491.937 euros.

- **Liga Nacional de Fútbol Profesional**

El organismo que rige las ligas profesionales de fútbol en España recibe un 10% de la venta total de las

Apuestas Deportivas de LAE, lo que en el año 2009 supuso la cantidad de 54.356.678 euros.

• **Consejo Superior de Deportes**

La Entidad destina al Consejo Superior de Deportes el 1% de las ventas de sus Apuestas Deportivas. En 2009 esto significó para la tesorería del organismo oficial el ingreso de 5.435.668 euros.

• **Plan ADO**

LAE lleva respaldando el programa de apoyo a los deportistas olímpicos, que tan buenos resultados ha dado al deporte español, desde 1993. Este año la aportación de Loterías y Apuestas del Estado ha llegado hasta los 870.000 euros.

• **Fundación Deporte Joven**

Esta Fundación, que tiene como objetivo el fomento del deporte entre los más jóvenes, ha recibido una aportación de 12.000 euros en 2009.

• **Hipódromo de La Zarzuela**

LAE tiene un 4,22% de las acciones de la empresa que gestiona las instalaciones del Hipódromo de La Zarzuela, y este año aportó a ella la cantidad de 5.800.000 euros.

• **Fundación Palau de la Música Catalana**

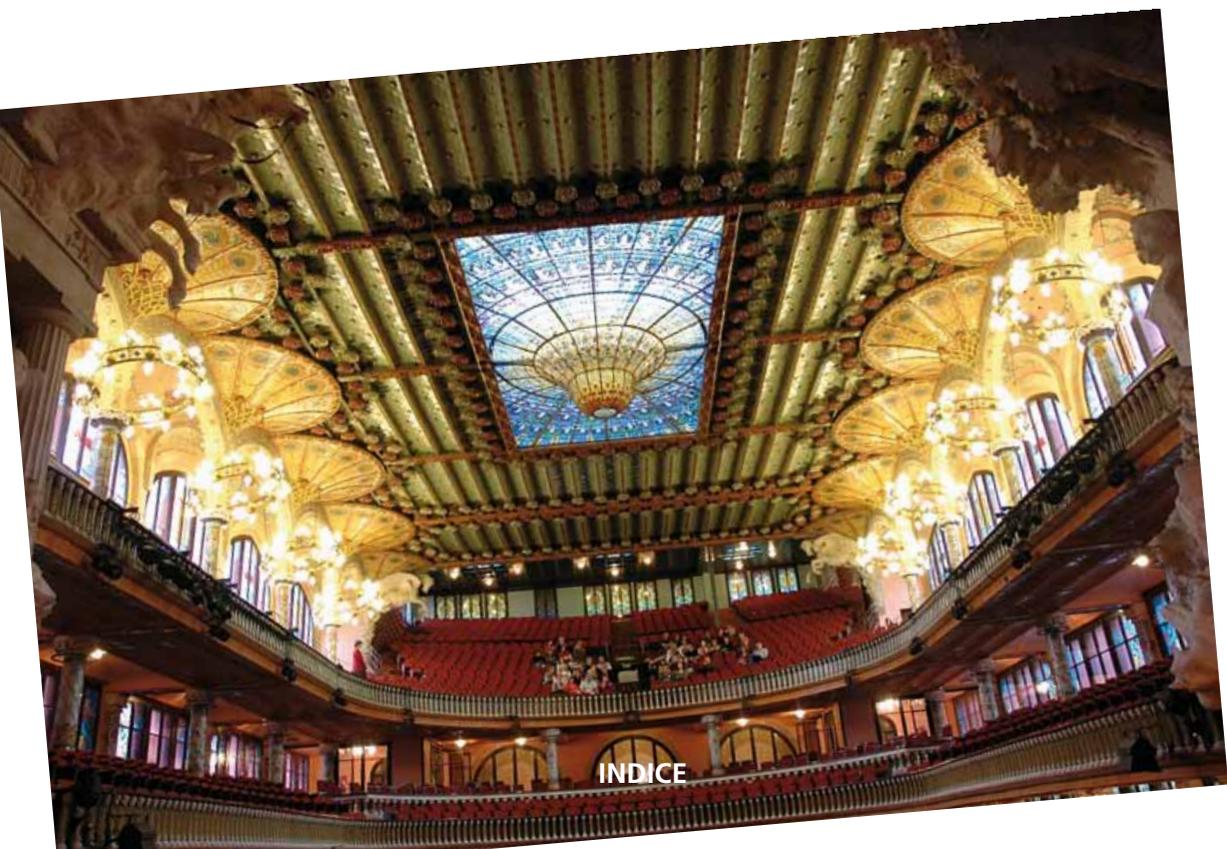
Esta Fundación, de gran tradición en Cataluña, recibió de Loterías y Apuestas del Estado una aportación de 87.000 euros en 2009.

• **Colegio de San Ildefonso**

El Colegio del que provienen los alumnos que cantan los números en todos los sorteos de la Lotería Nacional obtuvo en 2009 una subvención de 350.000 euros.

• **Fundación SEPI**

Desde el año 2008 LAE contribuye, a través de la Fundación SEPI, en un Programa de Iniciación en la Empresa, con el objeto de posibilitar un perio-



do de formación práctica en el ámbito empresarial a jóvenes titulados universitarios sin experiencia profesional, facilitando con ello un complemento de formación práctica desarrollada en el mundo de la empresa.

JUEGO RESPONSABLE

LAE contribuye a que los juegos de azar y pronósticos de sus participantes se desarrollen en un Marco de Juego Responsable, conforme con los principios definidos por la Asociación Mundial de Loterías (WLA) y por la Asociación Europea de Loterías y Totos (AELTE), especialmente en lo referido a grupos vulnerables.

Se entiende por Marco de Juego Responsable o, simplemente, Juego Responsable, al conjunto de reglas de actuación de las Loterías que se establecen con objeto de garantizar que los juegos sean seguros para el público (en sentido amplio) y compatibles con sus grupos de interés en general.

Accesibilidad

Todas las sedes de Loterías y Apuestas del Estado tienen incorporados en su arquitectura y diseño los criterios de accesibilidad para personas con discapacidad física, evitando en todo momento aquellos elementos que dificulten su acceso a las instalaciones de la Entidad.

Además, las páginas web de LAE han sido elaboradas según las recomenda-



ciones marcadas por la Web Accessibility Initiative (WAI).

COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL: INTEGRADOS EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE NUESTRA SOCIEDAD

Loterías y Apuestas del Estado compatibiliza su actividad con la preservación del medio ambiente, a través de la identificación de los impactos derivados de la misma y la puesta en marcha de acciones para reducir, en la medida de lo posible, sus efectos.

En este sentido, LAE ha empezado a trabajar para que todas las personas que forman parte de la Entidad interioricen la necesidad de conseguir una mejora sostenida en todas aquellas áreas que tienen o pueden tener un impacto medioambiental. Para dejar constancia de esto y promover una concienciación con el medio ambiente, se ha diseñado un proyecto de eficiencia energética y medioambiental, como medida de desarrollo sostenible de la organización.

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

INDICE

(pulse ESC para volver a la visualización estándar)

10. Estrategia y presencia internacional

10. Estrategia y presencia internacional

En el ámbito internacional, Loterías y Apuestas del Estado ha seguido apostando durante el año 2009 por una participación activa en el seno de las principales asociaciones de Loterías, a la vez que ha seguido ocupándose de la cooperación recíproca con otras entidades, sin dejar a un lado la relación permanente con las Loterías europeas integradas en el juego EuroMillones, tal y como corresponde a una de las Loterías más prestigiosas del mundo, líder en el desarrollo de productos y gestión de procesos.

Este año ha estado marcado por la celebración conjunta en Santiago de Chile, durante el mes de octubre, de

dos congresos de organismos de Loterías en los que LAE tiene una presencia fundamental: la XII Asamblea de la Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas del Estado (CIBELAE) y el Congreso Anual de la Asociación Mundial de Loterías (WLA), con la asistencia de más de 400 participantes. La Dirección General de LAE y algunos delegados más de la Entidad participaron como ponentes en las sesiones de trabajo que se desarrollaron. Asimismo, se procedió a la elección de la nueva Junta Directiva de CIBELAE, a la que Loterías y Apuestas del Estado pertenece desde su creación, ostentando la Secretaría General con carácter permanente desde el año 2001.



CORPORACIÓN IBEROAMERICANA DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO

Entre las actividades desarrolladas dentro de Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas del Estado, cabe señalar la participación de LAE en sendos seminarios sobre “Gestión por procesos”, celebrado en el mes de marzo en Panamá, y “Procesos: modelo de evaluación”, realizado en Buenos Aires durante el mes de mayo, así como la asistencia a las reuniones presenciales celebradas por la Junta Directiva, la primera en Panamá y la segunda en Calafate (Argentina), ambas coincidiendo con los seminarios.

También hay que destacar el importante papel que están tomando dentro de la organización las Comunidades Virtuales, como es el caso de la de Procesos, liderada por España desde su constitución, en 2008. Su trabajo se materializó con la presentación del libro “Buenas prácticas en la gestión de Loterías; una aproximación al enfoque por procesos”. Durante 2009, también comenzaron su andadura las siguientes Comunidades Virtuales: Jurídica, de Responsabilidad Social Corporativa y Juego Responsable, Tecnológica y de Capacitación.

ASOCIACIÓN EUROPEA DE LOTERÍAS Y TOTOS DEL ESTADO

Con respecto a la Asociación Europea de Loterías y Totos del

Estado (AELTE), la participación de LAE se ha centrado, en primer lugar, en el Seminario sobre Asuntos Jurídicos Europeos, que tuvo lugar en Amsterdam durante el mes de abril, así como en el congreso celebrado en junio en la ciudad de Estambul y en el Seminario sobre Juego Responsable, que se llevó a cabo en el mes de septiembre en Barcelona.

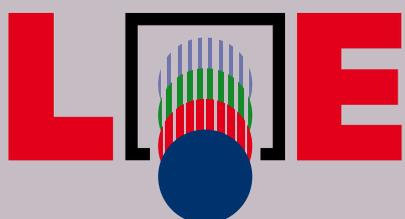
Asimismo, se contó con la colaboración de representantes de LAE en el Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social Corporativa y el Grupo de Trabajo de Seguridad y Gestión de Riesgo. Este último ha sido creado en 2009, celebrándose la primera reunión en París durante el mes de diciembre. En ella Loterías y Apuestas del Estado ejerció la Vicepresidencia y, con la aprobación de la Dirección General de LAE, se acordó que la segunda reunión, en 2010, se realice en Madrid. Igualmente, se estableció el calendario de eventos para dicho año.

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE LOTERÍAS

En relación con la WLA, en el evento conjunto WLA/CIBELAE desarrollado en Santiago de Chile, además de la participación de Loterías y Apuestas del Estado, ya mencionada, personal especializado de la Entidad participó en el Comité de Seguridad y Gestión de Riesgo, así como en el Comité de Responsabilidad Social Corporativa.

En cuanto al ámbito internacional bilateral, cabe señalar que LAE ha recibido durante el año 2009 a representantes de las Loterías de varios países.





Loterías del Estado