

Una reflexión más sobre la Lotería Nacional

El año 2015 se ha cerrado con un resultado de las ventas totales, con un incremento del +3%. Primer crecimiento positivo desde el año 2011

Este crecimiento se debe fundamentalmente a la **Lotería Nacional** que este año ha crecido **+4,03**

LOTERÍA NACIONAL		HASTA SEMANA 52		
	AÑO 2015	AÑO 2014	diferencia	%variación
Jueves	282,9	265	17,9	6,75
Sábado	1.327,2	1.309,9	17,3	1,32
Niño	645,1	604,7	40,4	6,7
Navidad	2.583,7	2.471,9	111,8	4,5
TOTAL L. N.	4.838,9	4.651,5	187,4	+4,03
Millones de euros				

Los Juegos activos por su parte han crecido el +1,73

Quiere decir que la Lotería Nacional aporta una buena parte de ese 3% global, del conjunto de los Juegos. También implica que el peso relativo de la Lotería Nacional se incrementa en relación al peso relativo de los Juegos Activos.

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PESO LN	54,2	54,2	54,8	55,0	55,6

Cabe pensar que algo se ha hecho en 2015 que no se hizo en 2014 ni en años anteriores. A nuestro entender y **concretamente, eliminar la fracción especial de los sorteos de Lotería Nacional**. Primero en el Niño 2015 y después en los sorteos de jueves, por último en septiembre, en la de sábados. La de Navidad afortunadamente nunca tuvo fracción especial.

Lotería Nacional Jueves + Sábado

AÑO	VENTAS	Incremento
2008	2.079	-3,0
2009	1.964	-5,5
2010	1.919	-2,3
2011	1.821	-5,1
2012	1.812	-0,5
2013	1.673	-7,7
2014	1.576	-5,8
2015	1.610	+2,2

Analizando por separado Jueves y sábado

Año	jueves		sábado	
2009	272,8		1.691,2	
2010	273,9	0,4	1.645,1	-2,7
2011	282,4	3,1	1.538,6	-6,5
2012	278,3	-1,5	1.533,7	-0,3
2013	265,5	-4,6	1.406,5	-8,3
2014	265,0	-0,2	1.319,9	-6,9
2015	282,9	6,4	1.327,2	1,3

Ventas anuales en millones de euros

Considerando los descensos que acumulaba la lotería de sábados hasta 2014, **-24,7%** en sólo cinco años, deberemos concluir que el crecimiento en 2015 ha sido anómalo en relación con el resto del periodo. El primer respiro en seis años.

La modificación que hemos hecho en 2015, tanto en jueves como en sábados, es la supresión de la fracción especial. Que no significa otra cosa que multiplicar los premios pequeños de fidelización. Para modificar la tendencia al abandono de jugadores, que ha caracterizado a la lotería de sábados los últimos treinta años, porque:

-La lotería Nacional no es un juego de bote.

-La lotería Nacional es un juego de reparto horizontal.

-La Lotería nacional fideliza en base a su 70% en premios en la calle y muy repartidos.

Por ejemplo, el sorteo del 16 de enero de 2016

Nos han vuelto a colocar la fracción especial, un solo décimo se lleve o acapara el 14% del total destinado a premios, con un programa de 34.851 premios (incluyendo reintegros) por serie, en 10 series: 3.485.100 fracciones premiadas sobre un total de 10 millones de fracciones emitidas.

Si se vendiera el total de la emisión (lamentablemente no es así), 34,8% de fracciones que volverían a ventanilla.

Pero si quitamos la fracción especial, que sólo le toca a uno y que no podemos pagar en ventanilla...

Nos encontramos con cuatro premios de 2 cifras más y 3 premios de tres cifras más 4.300 premios más por serie → 430.000 fracciones o décimos premiados más, que sí podemos pagar en ventanilla, 3.915.000 décimos. El 39,1% de las fracciones emitidas.

Un incremento del 9,99 sobre fracciones "premiadas" incluyendo reintegros.

La fracción especial implica reducir los retornos a ventanilla para nosotros y para nuestros clientes en un 10%. Y un 10% menos de arrastre para el sorteo siguiente.

Sobre premios reales (pedreas) -excluyendo los reintegros-, 4.851 premios por serie con la fracción especial, 9.151 premios por serie sin la fracción especial, lo que representa **un 89% más**, en este supuesto.

¿Qué sentido tiene despistar a los jugadores volviendo a colocar la fracción especial en los sorteos de 15 euros? Es un premio insolidario, en ocasiones conflictivo, que no encaja en la filosofía de la Lotería, de compartir...ilusión y premios.

Un premio que el que más probabilidades tiene de llevarse, es el organizador...

Recordemos que en 2014, en este sorteo se vendieron 74 millones de 150 emitidos (50%) y en 2015, 69 millones (46%). Este año hemos tenido más días de venta pero ¿basta?

Como Red Comercial, nuestra obligación es defender la calidad de nuestros productos a medio y largo plazo. Lo primero es saber diferenciar las características de cada juego. Los juegos de bote como gran incentivo, de los juegos donde el gran incentivo es la recuperación del 70% en premios, con equilibrio en el reparto.

Dirección de Estudios de Anapal
Madrid 14 de enero de 2016