

## Tema del Mes

---

### LA LOTERÍA. HISTORIA Y CIFRAS DE LA ILUSIÓN COMPARTIDA

---

César Palazuelos Gonzalo

#### INTRODUCCIÓN

---

El riesgo, y por lo tanto el juego, siempre ha sido un factor consustancial con el ser humano. Frases como “Qué te apuestas” forman parte del lenguaje cotidiano de las personas, dando buena prueba de que por encima de la certidumbre que proporciona el conocimiento racional de las cosas, existe una apetencia por arriesgar el futuro, incluso aunque depare consecuencias no deseadas.

Existe riesgo, no siempre suficientemente calculado, en las decisiones políticas, en las decisiones empresariales y, por supuesto, en la conducta del ser humano, máxime si las consecuencias del riesgo, en el peor de los casos, no causan un efecto negativo y se traducen en que las cosas permanecen como están. Éste es el contexto en el que el juego como tal tiene una explicación.

Lejos de la definición tradicional de que el sujeto económico tiene un comportamiento racional cuando asigna o distribuye sus recursos, existe la certeza, constatada por la evidencia, de que su conducta se aparta a veces de estas premisas, asignando parte de su presupuesto a actividades que racionalmente sabe no le van a deparar beneficio económico, aunque sí otro tipo de “satisfacción”, difícilmente cuantificable.

Porque, aunque en torno al juego siempre se hable de dinero, ¿es el dinero –el premio es-

perado– el único “ouput” que espera recibir el jugador a cambio de una módica inversión? Si eso fuese cierto nos encontraríamos ante un consumidor muy alejado de la definición clásica porque arriesga parte de su presupuesto con una probabilidad muy elevada de no recibir nada a cambio. Luego entonces ¿cuáles son los beneficios, acaso intangibles, que espera recibir por el hecho de jugar? ¿Es, acaso, el comportamiento de las variables macroeconómicas el que determina el volumen de ventas de un juego? ¿Existe otro tipo de variables como valores determinantes del juego? Éste es el verdadero “quid” de la cuestión, la pregunta a la que iremos dando respuesta a lo largo de este artículo, no sin antes hacer una breve reseña de los orígenes del juego en España.

#### NACE LA LOTERÍA

---

Desde el comienzo de los tiempos las palabras sorteo y suerte aparecen muy relacionadas con el ser humano, tal como nos dice José Altabella en su magnífico trabajo sobre “La Lotería Nacional en España”. Es más, se hallan referencias en el Antiguo Testamento a esta curiosa forma de resolver las cosas, utilizando el sorteo como método para dar solución a problemas ante los cuales el ser humano, acaso por impotencia, pretende trasladar al azar las consecuencias de la decisión que procuró evitar.

Sin embargo, tuvieron que pasar muchos siglos hasta que la palabra suerte se vinculase a

un juego de azar, entendido como un medio para que unos pocos pudiesen conseguir grandes beneficios a costa de una módica inversión propia y la de los demás. Fue en Brujas cuando en 1445 tuvo lugar un sorteo de lotería para, posteriormente, extenderse por Italia la costumbre de realizar esta clase de sorteos.

La introducción de la lotería en España se debió a la iniciativa del Marqués de Esquilache, cuando en los primeros días del año 1763 decidió instalarla como una medida inmersa dentro de un proceso renovador. El primer sorteo se celebró públicamente el 10 de diciembre en la Plazuela de San Ildefonso, en Madrid, con intervención de los Ministros nombrados al efecto; los beneficios se dedicaron a Hospitales y otras Obras Pías. Esta lotería fue conocida como "Lotería de Números", el equivalente actual de "La Primitiva". Pero fue el 4 de marzo de 1812 cuando se celebró en Cádiz el primer sorteo de la entonces conocida como "Lotería Moderna", hoy "Lotería Nacional" o "de billetes", coexistiendo ambas hasta que en 1892 desapareció la "Lotería de Números". Desde entonces y, siguiendo los avatares de nuestra Historia, se han venido celebrando sorteos de "Lotería Nacional" hasta el extremo de que, tal como algunos dicen, no se puede concebir la cotidianeidad sin lotería, según se desprende de las cifras de venta y participación de los ciudadanos que analizaremos.

En 1946 irrumpió en el mercado del juego la popular "Quiniela" o "Apuesta Deportiva", vinculada a los pronósticos del fútbol, compitiendo en el mercado del azar con la Lotería Nacional. Fue en octubre de 1985 cuando reapareció la antigua "Lotería de Números" –actualmente conocida por "La Primitiva"– y en años posteriores otras variantes de ésta última.

Ésta es la descripción, a grandes rasgos, de los diferentes juegos de titularidad estatal que han nacido y que en la actualidad permanecen formando parte de la idiosincrasia de la sociedad española.

## MICRO VERSUS MACRO

Cuando se trata de encontrar las variables explicativas del comportamiento de la "Lotería Nacional" o de cualquier juego, existe la tendencia de recurrir a las grandes cifras macroeconómicas, pensando que las variaciones de éstas últimas son factores únicos y determi-

nantes del comportamiento del jugador o consumidor frente al juego en cuestión. Es evidente que el buen o mal funcionamiento de la economía, el nivel de renta, la inflación o los estados de opinión generalizada sobre la situación económica, son variables que influyen sobre el consumo general de bienes, pero no es menos cierto que los agentes económicos que intervienen en el sector del juego, como cualquier empresa, tienden a contrarrestar las influencias negativas de las variables macroeconómicas mediante planes estratégicos o de actuación en los que se contemplan otras variables que pueden ser manejadas por ellos; de lo contrario, las diferentes políticas empresariales y de marketing no tendrían sentido: bastaría esperar un ciclo de expansión económica para recoger beneficios o, alternatively, tener paciencia en momentos de recesión económica. Pero aún hay más: es importante conocer las motivaciones que incitan al consumidor a adquirir un determinado bien de consumo (en este caso la lotería) porque, sorprendentemente, se puede descubrir que no siempre son de tipo racional sino emotivo. También tienen una notable influencia las decisiones de otros agentes que actúan en el sector del juego e incluso el comportamiento de otros juegos de titularidad estatal. Por estas razones no se puede concluir que solamente son las variables de tipo macroeconómico las que tienen influencia en la decisión de compra y, por lo tanto, en los volúmenes de venta.

Cuando se analizan los cuadros comparativos, referidos a los años 1995, 1996, 1997 y 1998, de la *renta interior bruta por habitante, comparada con el gasto por habitante de Lotería Nacional*, en ambos casos en pesetas corrientes y por Comunidades Autónomas (cuadro 1), se observa que, en términos generales, las Comunidades con menor nivel de renta son las que menor parte de la misma dedican al juego de la lotería porque, al fin y al cabo, una limitación de la renta también restringe el consumo. Sin embargo, si se efectúa un análisis más pormenorizado por años se descubre que se dan casos atípicos. Así, con datos de 1995, se comprueba que cinco comunidades autónomas están por encima de la media en cuanto a renta por habitante, mientras que sólo tres de ellas superan la media de gasto por habitante; merece especial consideración Baleares, con la renta por habitante más alta, cuando está

CUADRO 1

1995		1996			
<i>Renta interior bruta en Ptas. Ctes. (Miles)</i>	<i>Gasto/habitante en Ptas. ctes.</i>	<i>Renta interior bruta en Ptas. Ctes. (Miles)</i>	<i>Gasto /habitante en Ptas. Ctes.</i>		
BALEARES .....	2.621	11.336	BALEARES.....	2.734	12.911
MADRID .....	2.546	19.639	MADRID .....	2.680	19.509
CATALUÑA.....	2.290	13.134	CATALUÑA.....	2.409	13.801
PAÍS VASCO.....	2.169	16.064	NAVARRA.....	2.296	11.564
NAVARRA.....	2.165	11.289	PAÍS VASCO.....	2.277	16.171
LA RIOJA.....	1.994	12.476	LA RIOJA.....	2.108	12.876
ARAGÓN.....	1.985	15.428	ARAGÓN.....	2.096	16.337
CANTABRIA.....	1.808	12.365	CANTABRIA.....	1.890	12.631
C. VALENCIANA.....	1.787	19.022	C. VALENCIANA.....	1.875	19.363
CANARIAS.....	1.686	11.871	CANARIAS.....	1.780	12.024
ASTURIAS.....	1.673	12.970	CASTILLA Y LEÓN.....	1.739	14.282
CASTILLA Y LEÓN.....	1.632	14.032	ASTURIAS.....	1.730	13.544
CEUTA.....	1.543	5.225	CEUTA.....	1.609	4.853
GALICIA.....	1.501	8.952	GALICIA.....	1.571	9.159
MELILLA.....	1.415	4.770	CASTILLA-LA MANCHA.....	1.485	14.275
MURCIA.....	1.399	16.109	MURCIA.....	1.464	16.505
CASTILLA-LA MANCHA.....	1.388	14.233	MELILLA.....	1.485	4.679
ANDALUCÍA.....	1.246	9.378	ANDALUCÍA.....	1.333	9.394
EXTREMADURA.....	1.216	6.893	EXTREMADURA.....	1.324	6.949
<b>MEDIA.....</b>	<b>1.830</b>	<b>13.664</b>	<b>MEDIA.....</b>	<b>1.930</b>	<b>13.926</b>
1997		1998			
BALEARES .....	2.907	13.584	BALEARES.....	3.026	15.608
MADRID .....	2.831	20.087	MADRID .....	3.003	20.985
CATALUÑA.....	2.553	14.292	CATALUÑA.....	2.712	15.194
NAVARRA.....	2.425	12.038	PAÍS VASCO.....	2.600	18.117
PAÍS VASCO.....	2.417	16.692	NAVARRA.....	2.573	13.206
ARAGÓN.....	2.223	17.168	ARAGÓN.....	2.397	18.147
LA RIOJA.....	2.215	13.908	LA RIOJA.....	2.374	15.573
CANTABRIA.....	1.982	12.701	CANTABRIA.....	2.172	13.555
C. VALENCIANA.....	1.973	20.662	C. VALENCIANA.....	2.106	21.980
CANARIAS.....	1.877	12.486	CANARIAS.....	1.987	13.226
CASTILLA Y LEÓN.....	1.831	15.050	CASTILLA Y LEÓN.....	1.969	16.373
ASTURIAS.....	1.816	13.955	ASTURIAS.....	1.896	14.558
CEUTA.....	1.683	4.945	GALICIA.....	1.778	10.127
GALICIA.....	1.663	9.386	CEUTA.....	1.707	5.136
CASTILLA-LA MANCHA.....	1.546	14.815	CASTILLA-LA MANCHA.....	1.639	16.036
MURCIA.....	1.536	17.434	MELILLA.....	1.609	5.812
MELILLA.....	1.521	5.501	MURCIA.....	1.575	19.048
EXTREMADURA.....	1.405	8.021	ANDALUCÍA.....	1.492	10.577
ANDALUCÍA.....	1.399	9.734	EXTREMADURA.....	1.489	8.460
<b>MEDIA.....</b>	<b>2.036</b>	<b>14.520</b>	<b>MEDIA.....</b>	<b>2.170</b>	<b>15.531</b>

por debajo de la media en cuanto a gasto en juego. Contrariamente, también se da la circunstancia de que comunidades como la de Valencia, Castilla y León, Murcia, y Castilla la Mancha, cuyos niveles de renta están por debajo de la media, tienen, sin embargo, unos niveles de consumo de juego por encima de la media, especialmente en la Comunidad Valenciana. Esta tendencia general es la que se manifiesta en la serie de tres años, referida a estos datos comparativos.

La causa de la alta afinidad que se da en estas últimas comunidades en relación con el juego de la lotería, hay que encontrarla en factores que están muy alejados de datos puramente racionales o variables macroeconómicas; la razón no es otra que el marcado carácter tradicional que la Lotería Nacional mantiene frente a otros juegos en relación con la idiosincrasia de la sociedad de éstas comunidades. Las comunidades de Valencia y Murcia tienen otra explicación que más adelante se dará.

CUADRO 2

AÑO	VENTAS (Millones)	Porcentaje Incr. sobre año anterior (a)	IPC (b)	(a)-(b)
1980 .....	197.586	-	-	-
1981 .....	217.298	9,98	14,40	-4,42
1982 .....	234.158	7,76	14,00	-6,24
1983 .....	257.122	9,81	12,20	-2,39
1984 .....	274.975	6,94	9,00	-2,06
1985 .....	321.757	17,01	8,20	8,81
1986 .....	345.547	7,39	8,30	-0,91
1987 .....	364.517	5,49	4,60	0,89
1988 .....	348.406	-4,42	5,80	-10,22
1989 .....	389.760	11,87	6,90	4,97
1990 .....	423.487	8,65	6,50	2,15
1991 .....	481.406	13,68	5,50	8,18
1992 .....	508.303	5,59	5,40	0,19
1993 .....	513.842	1,09	4,90	-3,81
1994 .....	534.283	3,98	4,30	-0,32
1995 .....	552.867	3,48	4,30	-0,82
1996 .....	563.468	1,92	3,20	-1,28
1997 .....	587.488	4,26	2,00	2,26
1998 .....	628.396	6,96	1,40	5,56

Cuando se analiza una serie estadística más larga y se retrocede en el tiempo (cuadro 2), se observa que, en términos absolutos, se produjo un descenso en el año 1988 sin que disminuyera la renta por habitante; en ese año la inflación se situó en el 5,8 por 100. La explicación a este descenso de ventas no tiene que ver con el comportamiento de las variables macroeconómicas (se llegaría a la conclusión de que no es posible que con mayor renta por habitante se jugase menos a la Lotería Nacional) sino estudiando las decisiones tomadas dentro del ámbito del poder de decisión del Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado.

En efecto, durante 1988 se produjeron modificaciones en otro juego –La Primitiva– que provocaron una reasignación del presupuesto de cada jugador. El precio de la apuesta de La Primitiva pasó de 50 pesetas a 100 pesetas y salió al mercado otra variante de este juego –El Bonoloto– circunstancias, ambas, que provocaron que sus ventas en 1988 alcanzaran más de 197.000 millones frente a los casi 147.000 del año anterior. Con la decisión adoptada, el incremento logrado por este juego se situó en un 34,47 por 100, incremento que se consiguió, en parte, a costa de las ventas de la Lotería Nacional, hecho que demostró que en aquellas fechas existía una alta elasticidad cruzada entre ambos juegos. No obstante, las

ventas totales del Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado aumentaron.

Del análisis de las ventas de Lotería Nacional en términos absolutos no se desprende otro comentario digno de mención. Si embargo, si se observan los *incrementos de ventas en términos relativos, descontando el IPC*, nos deparan unos datos sorprendentes. Los más significativos son, a saber:

En el año 1985 se produjo un incremento relativo real de un 8,81 por 100, cuando en los años anteriores este indicador tenía un comportamiento negativo. Una vez más debemos recurrir para dar una explicación a un cambio de estrategia del Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado, porque modificó los programas de premios de la Lotería Nacional, en el sentido de que este juego, por primera vez en su historia, pasó a ofrecer al jugador la posibilidad de obtener como premio 500 millones de pesetas por un solo décimo; es decir, creó la oportunidad de que un jugador consiguiera 500.000 pesetas de premio por cada peseta jugada, relación premio/precio totalmente espectacular y desconocida hasta entonces.

La *ratio* ya comentada, pero referida al año 1991, arroja un resultado sorprendente en cuanto a su tendencia ya que se sitúa en el 8,18 por 100, frente al 2,15 por 100 del año anterior. La explicación no es otra que se introdujo una nueva variante de la Lotería Nacional, porque comenzaron a celebrarse sorteos los jueves de cada semana; apareció la Lotería del Zodíaco. Con este nuevo juego se pretendió recuperar el segmento de jugadores de menor poder adquisitivo puesto que el precio del décimo se fijó en 250 pesetas. También en este caso hay que añadir que una modificación del juego arrojó unos resultados positivos en ventas, circunstancia que hay que enmarcar dentro de un cambio de política comercial.

Absorbidos por el mercado los efectos de esta medida, la *ratio* comentada comenzó a tener signo negativo en años posteriores hasta que, especialmente en el año 1998, alcanzó no solo valor positivo sino que también se situó en un 5,56 por 100. Este resultado se debió a una modificación del programa de premios de la Lotería Nacional de los jueves y a una unificación al alza del precio del décimo en el sorteo de los sábados.

## MOTIVACIONES “IRRACIONALES” FRENTE A “RACIONALES”

Si se analizan las *ventas por habitante y tasas de incremento* (cuadro 3) se encuentran datos curiosos que permiten afirmar que, en el conjunto de variables que inciden en la venta de Lotería Nacional, existen unas de difícil cuantificación que guardan mucha relación con factores de tipo emotivo o impulsos, aparentemente irracionales, pero que constituyen en algunos casos un verdadero motor de las ventas.

Desde hace años, en el Levante español, especialmente en Valencia, el gasto por habitante ha alcanzado cifras notables.

Es tradicional que las Fallas de Valencia se financien, en parte, con participaciones de lotería que se venden durante todo el año. Esta actividad, de importancia nada despreciable, ha contribuido desde hace años a que la provincia de Valencia esté entre aquellas en las que el gasto por habitante es mayor. Otro tanto se puede decir de Murcia, donde la lotería constituye un medio de financiación de actividades como las fiestas de Moros y Cristianos con la venta de participaciones. He aquí una variable de tipo emotivo relacionada con la conducta del jugador que tiene una notable influencia en las ventas.

Sin embargo, resulta curioso observar cómo otras provincias se han movido en la tabla (cuadro 3) por razones aparentemente sin sentido, máxime si se tiene en cuenta que el incremento porcentual de su renta por habitante no ha sufrido grandes modificaciones. Este es el caso de la provincia de Lleida que en el año 1996 experimentó un crecimiento de un 28,62 por 100. La explicación no es otra que en dicha provincia recayó el premio “gordo” en el sorteo de El Niño de ese año, circunstancia que tradicionalmente constituye un verdadero estímulo para la compra de lotería a partir de ese momento, unido, como es lógico, a una correcta explotación de ese suceso por parte de la Administración de Loterías que lo distribuyó.

Esta situación es la misma que la que se produjo en Soria en 1997 y en Granada en 1998, poblaciones que se vieron agraciadas con “gordos” de lotería y en las que su repercusión popular tuvo un mayor calado que en las

grandes capitales, como Madrid o Barcelona. También hay que pensar que, dadas las grandes sumas de premios a repartir, la capacidad de que la lotería enriquezca proporcionalmente a más gente aumenta en las localidades de menos habitantes, creándose una euforia favorecedora de la venta siguiente.

El círculo virtuoso así creado motiva que las ventas provinciales crezcan muy por encima de la media, aumentando la probabilidad de que premios importantes vuelvan a recaer en esas provincias. Sin embargo, y puesto que las ventas provinciales así generadas no tienen una cuota de participación relativamente alta respecto de las totales, los premios de la lotería recaen donde el azar designa frustrando las expectativas, a pesar de lo cual, la creencia continúa. Esta creencia, asociada más a mitos o conjeturas, también es una variable determinante del aumento de las ventas.

Siguiendo con el análisis del cuadro 3, se observa en el año 1997 un gran crecimiento en Badajoz y Melilla, cuando los niveles de renta por habitante no eran precisamente altos y cuando, además, tampoco se habían visto agraciadas con un premio “gordo” en el año anterior. Entonces, ¿qué sucedió? ¿A qué se debió el aumento tan espectacular del gasto por habitante? Una vez más la explicación se encuentra asociada a creencias, mitos, al comportamiento “irracional” del consumidor, en definitiva, puesto que desde siempre se piensa que allí donde ha sucedido una catástrofe recaen los premios más importantes de la lotería. Y, desgraciadamente, Badajoz y Melilla se habían vistos sacudidos por catástrofes naturales. Pero también en estos casos y, una vez más, la realidad tendió a desmitificar la creencia, puesto que el azar privó a estas provincias del esperado premio. No obstante, y puesto que el ser humano necesita creer en algo cuando comprueba que no puede dominar su entorno —en este caso el azar— el mito continúa.

Otro tipo de “variables” que adquieren una gran relevancia es el que provoca las cifras de ventas del Sorteo de Navidad. Si se observa el cuadro 4 se comprueba cómo año tras años las ventas de este sorteo han crecido, sobre todo en los últimos años.

El Sorteo de Navidad, como cualquier otro, asigna a premios el 70 por 100 del valor de la

CUADRO 3

1996

Gasto por hab.  
Provincias

Nº de orden TOTAL 13.926,53 de orden

Porcentaje Incremento 96/95  
Provincias

Nº de orden TOTAL 1,92 de orden

Gasto por hab.  
Provincias

Nº de orden TOTAL 14.520,21 de orden

Porcentaje Incremento 97/96  
Provincias

Nº de orden TOTAL 4,26 de orden

Gasto por hab.  
Provincias

Nº de orden TOTAL 15.531,28 de orden

Porcentaje Incremento 98/97  
Provincias

TOTAL 6,96

1	ALICANTE	20.227,30	28,62	1	SORIA	22.556,96	22,21	1	SORIA	27.450,99	1	GRANADA	21,92
2	SEGOVIA	19.946,47	13,90	2	VALENCIA	21.449,09	19,16	2	SORIA	23.234,15	2	SORIA	21,70
3	VALENCIA	19.899,67	9,40	3	ALICANTE	21.301,72	17,56	3	MELILLA	22.405,46	3	ILLES BALEARS	14,91
4	MADRID	19.509,92	5,74	4	SEGOVIA	20.805,99	13,10	4	PALENCIA	22.356,46	4	PALENCIA	13,55
5	LLEIDA	19.455,55	5,67	5	LLEIDA	20.747,77	8,29	5	TARRAGONA	22.286,34	5	ÁVILA	13,18
6	BURGOS	19.254,76	5,03	6	BURGOS	20.258,46	8,01	6	LARIOJA	22.251,56	6	JAÉN	12,50
7	SORIA	18.930,09	4,43	7	MADRID	20.087,44	7,79	7	VALENCIA	20.985,31	7	CÁCERES	12,24
8	VIZCAYA	18.454,58	3,82	8	VIZCAYA	19.096,51	7,76	8	CÁCERES	20.691,59	8	LA RIOJA	11,97
9	HUESCA	17.382,91	3,63	9	PALENCIA	18.120,59	6,64	9	LLEIDA	20.576,74	9	ALMERÍA	11,67
10	ZARAGOZA	17.020,21	3,52	10	HUESCA	18.033,26	6,31	10	ZARAGOZA	19.083,63	10	TARRAGONA	11,06
11	CUENCA	16.804,04	3,50	11	ZARAGOZA	17.954,52	6,22	11	MURCIA	19.048,12	11	CIUDAD REAL	10,30
12	MURCIA	16.505,32	3,21	12	MURCIA	17.434,64	6,14	12	HUESCA	18.800,78	12	BURGOS	10,01
13	PALENCIA	16.022,29	3,16	13	CIUDAD REAL	16.373,54	5,99	13	CIUDAD REAL	18.059,70	13	CASTELLÓN	9,71
14	CIUDAD REAL	15.548,76	2,84	14	CUENCA	16.288,00	5,63	14	CUENCA	17.650,18	14	NAVARRA	9,70
15	ALBACETE	15.153,97	2,79	15	ALBACETE	15.856,35	5,49	15	ALBACETE	17.016,94	15	MURCIA	9,25
16	CASTELLÓN	14.292,48	2,63	16	CASTELLÓN	15.060,41	5,37	16	CASTELLÓN	16.522,50	16	ALICANTE	9,07
17	LEÓN	14.251,84	2,60	17	BARCELONA	14.561,52	5,32	17	ILLES BALEARS	15.608,96	17	ÁLAVA	8,89
18	BARCELONA	14.169,44	2,50	18	LEÓN	14.514,17	5,31	18	LARIOJA	15.573,87	18	GUIPÚZCOA	8,81
19	GUIPÚZCOA	13.702,80	2,46	19	ASTURIAS	13.955,83	5,30	19	BARCELONA	15.386,47	19	SALAMANCA	8,50
20	ASTURIAS	13.544,25	2,44	20	LARIOJA	13.908,47	5,21	20	ALMERÍA	15.354,70	20	CUENCA	8,39
21	ÁVILA	13.067,60	2,33	21	GUIPÚZCOA	13.906,04	5,21	21	ÁVILA	15.332,38	21	VIZCAYA	8,35
22	ALMERÍA	13.055,65	2,25	22	ALMERÍA	13.750,09	4,82	22	LEÓN	15.193,37	22	LA CORUÑA	8,33
23	BALEARES	12.911,80	2,15	23	ILLES BALEARS	13.584,18	4,80	23	GUIPÚZCOA	15.131,46	23	GIRONA	8,07
24	VALLADOLID	12.897,27	2,07	24	ÁVILA	13.547,17	4,80	24	ÁLAVA	14.747,12	24	TOLEDO	7,96
25	LARIOJA	12.876,72	2,06	25	ÁLAVA	13.542,91	4,77	25	ASTURIAS	14.558,23	25	OURENSE	7,86
26	ÁLAVA	12.749,85	1,98	26	VALLADOLID	13.519,44	4,64	26	MÁLAGA	14.326,26	26	SEGOVIA	7,69
27	CANTABRIA	12.631,17	1,86	27	MÁLAGA	13.342,62	4,49	27	VALLADOLID	14.245,74	27	PONTEVEDRA	7,66

(Continúa)

CUADRO 3 (Continuación)

1996			1997			1998		
Nº de orden	Gasto por hab. Provincias	Porcentaje Incremento 96/95 Provincias	Nº de orden	Gasto por hab. Provincias	Porcentaje Incremento 97/96 Provincias	Nº de orden	Gasto por hab. Provincias	Porcentaje Incremento 98/97 Provincias
TOTAL	13.926,53	1,92	TOTAL	14.520,21	4,26	TOTAL	15.531,28	TOTAL
28	STA. CRUZ TFE.....	1,82	28	STA. CRUZ TFE.....	4,31	28	STA. CRUZ TFE.....	7,38
29	MÁLAGA.....	1,71	29	TOLEDO.....	13.071,81	29	TOLEDO.....	7,37
30	GIRONA.....	1,63	30	GIRONA.....	12.986,49	30	GIRONA.....	7,32
31	TOLEDO.....	1,60	31	CANTABRIA.....	12.701,00	31	CANTABRIA.....	7,25
32	NAVARRA.....	1,46	32	NAVARRA.....	12.038,64	32	NAVARRA.....	7,24
33	LAS PALMAS.....	1,34	33	LAS PALMAS.....	11.794,20	33	LASPALMAS.....	7,07
34	GUADALAJARA.....	1,34	34	GUADALAJARA.....	11.307,98	34	GRANADA.....	6,98
35	TERUEL.....	0,87	35	TERUEL.....	11.213,34	35	ZAMORA.....	6,73
36	ZAMORA.....	0,79	36	ZAMORA.....	11.029,28	36	TERUEL.....	6,29
37	LACORUÑA.....	0,70	37	CÓRDOBA.....	10.457,10	37	MADRID.....	5,67
38	CÓRDOBA.....	0,64	38	LA CORUÑA.....	10.424,98	38	LAS PALMAS.....	5,64
39	SALAMANCA.....	0,35	39	SALAMANCA.....	10.029,40	39	CÓRDOBA.....	5,38
40	GRANADA.....	0,21	40	JAÉN.....	9.963,31	40	BARCELONA.....	5,37
41	JAÉN.....	-0,21	41	GRANADA.....	9.906,20	41	PONTEVEDRA.....	4,82
42	LUGO.....	-0,02	42	LUGO.....	9.557,79	42	TARRAGONA.....	4,68
43	PONTEVEDRA.....	-0,45	43	TARRAGONA.....	9.265,73	43	LACORUÑA.....	4,47
44	TARRAGONA.....	-0,63	44	CÁCERES.....	9.115,57	44	SEVILLA.....	4,32
45	SEVILLA.....	-0,66	45	PONTEVEDRA.....	9.106,68	45	CEUTA.....	4,26
46	CÁCERES.....	-0,99	46	SEVILLA.....	8.743,01	46	LEÓN.....	4,23
47	CÁDIZ.....	-1,02	47	BADAJUZ.....	7.333,49	47	CÁDIZ.....	4,06
48	ORENSE.....	-1,20	48	CÁDIZ.....	6.760,97	48	GUIPÚZCOA.....	3,98
49	BADAJUZ.....	-1,48	49	ORENSE.....	6.689,88	49	ORENSE.....	3,85
50	CEUTA.....	-1,89	50	MELILLA.....	5.501,75	50	CANTABRIA.....	3,55
51	MELILLA.....	-7,12	51	CEUTA.....	4.945,77	51	GUADALAJARA.....	2,63
52	HUELVA.....	-8,96	52	HUELVA.....	4.938,82	52	CUENCA.....	0,18

CUADRO 4  
VENTAS DE NAVIDAD  
(En millones de pesetas)

1996.....	213.538
1997.....	230.022
1998.....	250.395
1999.....	272.291

emisión. Sin embargo, el gasto por habitante supera con creces la misma *ratio* referida al resto de los sorteos. ¿Qué es lo que sucede entonces? Aquí las motivaciones racionales de los jugadores quedan en último plano, cobrando una importancia primordial otras causas de tipo emotivo. Porque, ¿qué valor se le puede asignar al hecho de recibir una participación y corresponder enviando otra? ¿Por qué el jugador no rechaza una participación o un décimo de lotería cuando es consciente de que ya no quiere más? ¿Qué importancia tiene en el acto de compra que el Sorteo de Navidad tenga un fuerte carácter tradicional? ¿Y que se celebre en fechas navideñas?

Todas estas motivaciones constituyen un conjunto de "razones" totalmente alejadas de la esperanza racional de obtener premio. Es aquí donde el jugador de lotería se aleja de la definición clásica de sujeto económico, porque el jugador, en definitiva, es racionalmente consciente de que es muy improbable que obtenga el máximo premio y sin embargo juega; por algo al día 23 de diciembre se le ha calificado popularmente como el "día de la salud", acaso para justificar esa parte del beneficio esperado que no se ha recibido, para igualar coste a beneficio.

En conclusión, cuando se habla de lotería hay que tener presente que se trata de un producto alejado de la racionalidad del consumo ya que no asegura ni tan siquiera parte del beneficio esperado, razón por la que se puede

afirmar que existe un conjunto de motivaciones vinculadas a la conducta "injustificada" del ser humano que hacen posible los niveles de venta alcanzados.

## BENEFICIOS POR LA VENTA DE LOTERÍA

Queda por comentar los resultados de esa ilusión colectiva que es la lotería, esos resultados que revierten tanto en los que juegan como en los que no; son los beneficios obtenidos una vez distribuido en premios el 70 por 100 del valor de la emisión y deducidos los gastos de administración.

La contribución del Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado al Presupuesto de Ingresos es una cantidad nada despreciable, según se aprecia en el cuadro 5. Estas cantidades son posibles aún cuando la Lotería Nacional distribuye en premios un porcentaje no superado por ninguna lotería del mundo, merced a que los gastos de Administración son los más bajos entre los países del entorno español.

Otra parte de los resultados son distribuidos con carácter finalista entre las instituciones o asociaciones que vienen determinadas por Ley.

Todos estos beneficios forman parte del que también puede esperar cualquier jugador, aunque la percepción que se tiene de esta contribución no está siempre correctamente valorada por la sociedad, acaso porque los beneficios colectivos no son tan apreciados como los individuales. Es, sencillamente una problema de traslación de la información, primero, y de convicción, después, como habitualmente sucede con el grado de aprecio de los bienes y servicios públicos, circunstancia que contrasta con los beneficios que, a título particular, proporciona la lotería; no en vano goza de una excelente salud.

CUADRO 5  
BENEFICIOS POR LA VENTA DE LOTERÍA  
(En millones de pesetas)

	1995	1996	1997	1998
ESTADO.....	127.516	126.079	125.100	141.500
CRUZ ROJA.....	3.355	2.869	2.677	2.592
SIERRA NEVADA 95 (Sogefinsa).....	1.389	870		
ASOCIACIÓN CONTRA EL CÁNCER.....	1.687	1.071	983	
UNIVERSIADA P. DE MALLORCA.....			632	756
VÍCTIMAS DEL TERRORISMO.....			689	463
<b>TOTAL.....</b>	<b>133.947</b>	<b>130.889</b>	<b>130.081</b>	<b>145.311</b>