

Estudio de Lotería de Navidad por Internet 2015

Ventura24es

**GORDO DE
NAVIDAD
2012**
Repartido aquí



Presentación del Estudio

Un año más y como ya es tradición, en Ventura24 presentamos el Estudio 2015 con los **hábitos de consumo de Lotería de Navidad por Internet durante 2014**.

Desde el año 2005, venimos publicando este Estudio como principales testigos de los cambios que se están produciendo dentro del canal de compra online. Y es que es una realidad que el comercio electrónico va ganando cada vez más la confianza de los consumidores, hecho que no podría ser ajeno a los compradores de productos de Loterías y Apuestas del Estado.

En este Estudio, además de mostrar el perfil del comprador de Lotería de Navidad por Internet por características de edad, sexo o lugar de residencia, también presentamos su inclinación de uso dentro del canal online, donde el volumen de compras realizadas a través de los dispositivos móviles ha crecido en la pasada campaña 2014 un 51%.

Junto a estos datos, también ofrecemos información sobre las localidades que han resultado agraciadas en un mayor número de ocasiones, números populares de los últimos años, otros que han ganado relevancia durante 2015 y hechos curiosos que ayudan a comprender la importancia de la Lotería de Navidad dentro de la tradición española en estas fechas.

Esperamos que la información reflejada sea de interés.

Para más información:

Departamento de comunicación de Ventura24
comunicacion@ventura24.es

Prensa
ventura24@coonic.com

Ventura24, www.ventura24.es, perteneciente a la multinacional europea ZEAL Network SE, gestiona Loterías y Apuestas del Estado bajo el mandato de sus clientes en el mercado español desde 2001, siendo líder de mercado con más de 600.000 clientes, a los que proporciona un servicio de calidad y confianza, así como grandes satisfacciones. Sin ir más lejos, el reparto del Gordo de Navidad en 2012.

Así mismo, Ventura24 ofrece un servicio de gestión para empresas que libera a éstas de la exigente tarea de organizar la Lotería de Navidad para los empleados.

*Más información en:
www.ventura24services.es*



Contenido

El presente Estudio consta de un análisis de los **hábitos de consumo de Lotería de Navidad por Internet en España en 2014**, apoyado por una serie de anexos con información relevante sobre la Lotería de Navidad y Ventura24 (autor del Estudio), así como una serie de infografías resumiendo los datos más significativos.

Haga clic en el título de cada sección para ver el contenido.

Estudio de Lotería de Navidad 2015

- Perfil del comprador
- Compras por comunidades
- Compras por provincias
- Gasto medio de españoles no residentes y extranjeros residentes
- Distribución de compra por meses
- Distribución de compra por días
- Distribución de compra por horas
- Canales de adquisición: dispositivo móvil frente a web
- Números especiales y preferencias
- Terminaciones favoritas
- Números que tientan a la suerte
- Comunidades y provincias con más suerte
- Premiados según la edad del comprador
- Conclusiones

Anexos

- I - Ficha técnica del Estudio 2015
- II - Gestionando la Lotería de Navidad de las empresas
- III - Actitudes y motivaciones hacia la compra
- IV - Curiosidades y anécdotas de la Lotería de Navidad

Infografías

- Premios repartidos en Navidad
- Comunidades autónomas más y menos afortunadas
- Provincias más y menos afortunadas
- Comunidades autónomas que más gastan
- Terminaciones más afortunadas en Navidad
- ¿En qué terminaciones ha acabado más veces el Gordo?
- ¿Qué se tiene en cuenta para comprar un décimo?

Perfil del comprador

El comprador de Lotería de Navidad por Internet es un hombre, de entre 30 y 49 años, que invierte 50 euros de media (2 décimos y alguna participación).

El 66% de los clientes de Ventura24 es hombre (3% menos que en 2013). En cambio, el mismo porcentaje representa el grupo de las mujeres pero en crecimiento, representando el 34% (3% más que en 2013). Aun así, la diferencia sigue siendo significativa.

El 60% de los décimos de Navidad gestionados en 2014 fueron para clientes que estaban entre los 30 y los 49 años.

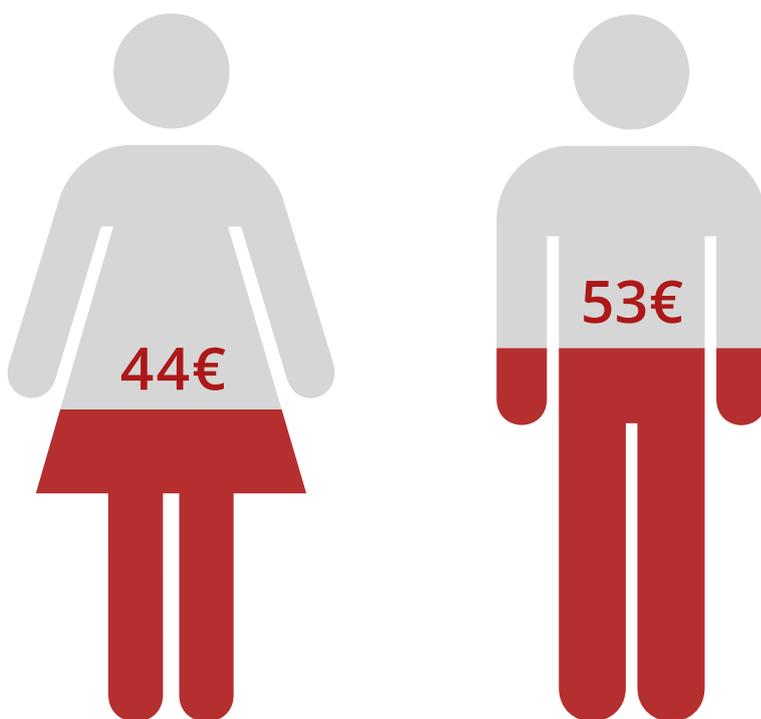
En los últimos diez años, el perfil del comprador de Lotería de Navidad por Internet se ha ido ampliando, siendo el grupo más

significativo el comprendido entre 50 y 75 años que llega a representar el 25%, lo que sigue demostrando que **las nuevas tecnologías no son una barrera para el grupo de mayores.**

En 2014, el cliente de Lotería de Navidad por Internet gastó una media de 50 euros, lo que representa un aumento en la inversión de 2 euros con respecto a 2013. Esto demuestra que, poco a poco, se va recuperando el gasto hasta alcanzar la cantidad invertida en 2012 (54 euros).

Así mismo, el análisis realizado muestra que **el gasto de mujeres, 44 euros, sigue siendo inferior** al de hombres, 53 euros, 11% por debajo del gasto medio del cliente de Ventura24.

De esta manera, y pese a que en los últimos años la diferencia entre jóvenes (de 18 a 29 años) y mayores (más de 60 años) se había ido reduciendo, en 2014 el grupo de mayores ha incrementado su gasto medio hasta 62 euros (5 euros más que en 2013). Por lo tanto, este dato reconfirma que la compra de Lotería de Navidad por Internet sigue siendo un producto adulto.



Gasto medio por sexo

El gasto medio también varía significativamente dependiendo de la edad.

Menores de 29 años

41€

Entre 30 y 49 años

49€

Mayores de 60 años

58€

Compras por comunidades

Madrid sigue siendo la Comunidad Autónoma donde más volumen de compras de Lotería de Navidad por Internet se realizan, representando el 22% del total.

Las Comunidades Autónomas de **Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia representan el 63% del total de compras** realizadas por Internet en Lotería de Navidad. Sin embargo, debemos destacar un descenso del 4% en el volumen total de compras respecto a 2013 (67%).

Comunidades	2014
C. de Madrid	22%
Cataluña	18%
Andalucía	13%
C. Valenciana	10%
Canarias	6%
Galicia	5%
País Vasco	4%

*Ranking de compras por
Comunidades Autónomas*

Aunque Madrid ha sido la comunidad que más compras ha realizado, cabe destacar que también ha sido la comunidad que más ha reducido su volumen de compras llegando a ser de un 11%.

En lo relativo al gasto medio de las compras realizadas en Lotería de Navidad por Internet de las Comunidades Autónomas se muestra un leve ascenso generalizado de la inversión, 50 euros (1 euro más que en 2013), con casos relevantes como:

Ceuta (66 euros), Melilla (57 euros), Navarra (54 euros), Aragón, Canarias y Galicia (52 euros), Madrid y Castilla La Mancha (51 euros) están claramente por encima de la media de gasto.

País Vasco, Baleares, Murcia y Valencia coinciden en el gasto medio de 50 euros. Sin embargo, Extremadura (47 euros), Cataluña (45 euros), Asturias y La Rioja (46 euros), Cantabria, Andalucía y Castilla León (44 euros) están claramente por debajo de la media.

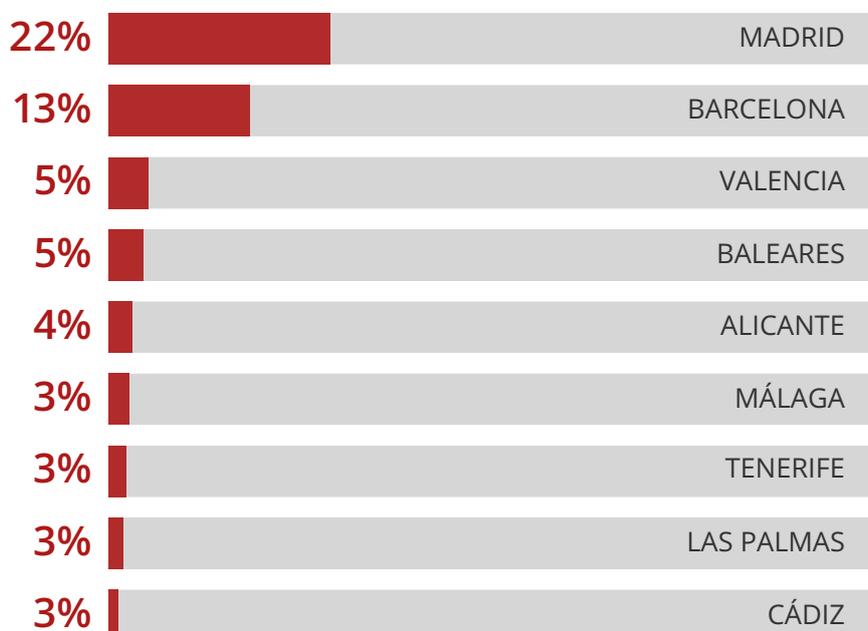
Compras por provincias

Un año más, Madrid sigue liderando el ranking de provincias que más compras de Lotería de Navidad por Internet ha realizado, representando el 22% del total de compras.

Si nos referimos al dato de volumen de compra por provincia, Madrid y Barcelona son las provincias donde más Lotería de Navidad por Internet se compra, representando el 22% y el 13% respectivamente.

Sin embargo, ambas provincias han seguido evoluciones distintas durante 2014. Mientras que Madrid disminuyó un 11% el número de compras con respecto al año anterior, en Barcelona se produjo un crecimiento en la compra de un 1%.

A gran distancia de ambas provincias se encuentran Valencia y Baleares con un 5% y Alicante con un 4% según se muestra en la siguiente tabla:



Volumen de compra por provincia

Sobre el gasto medio generado por provincias, se observa otra realidad: las provincias que mayor gasto medio realizaron en Lotería de Navidad por Internet fueron Soria (70 euros), Ceuta (66 euros) y Huesca (61 euros).

En el caso opuesto se encuentran las provincias que menor gasto medio tuvieron en 2014: Lleida, León y Sevilla con 39 euros cada una, y Ávila con 36 euros (1 euro menos que en 2013).

El gasto medio por provincias queda de la siguiente manera:

Provincia	Gasto medio	Provincia	Gasto medio
Soria	70 €	Ciudad Real	48 €
Ceuta	66 €	Girona	48 €
Huesca	61 €	Cáceres	48 €
Ourense	57 €	Cádiz	48 €
Melilla	57 €	Jaén	48 €
Albacete	57 €	Salamanca	47 €
Palencia	55 €	Badajoz	47 €
Navarra	54 €	Granada	47 €
Castellón	54 €	Barcelona	47 €
Tenerife	54 €	Tarragona	46 €
Toledo	53 €	Asturias	46 €
Lugo	53 €	La Rioja	46 €
Guipúzcoa	52 €	Álava	45 €
Zamora	52 €	Almería	45 €
Zaragoza	52 €	Córdoba	45 €
A Coruña	51 €	Segovia	45 €
Madrid	51 €	Cantabria	44 €
Vizcaya	51 €	Málaga	44 €
Las Palmas	50 €	Valladolid	44 €
Baleares	50 €	Teruel	43 €
Pontevedra	50 €	Huelva	43 €
Alicante	50 €	Cuenca	42 €
Murcia	50 €	Sevilla	39 €
Burgos	49 €	León	39 €
Valencia	49 €	Lleida	39 €
Guadalajara	49 €	Ávila	36 €

Albacete es la provincia de mayor crecimiento en gasto medio de Lotería de Navidad por Internet con un aumento de 13 euros, siguiéndole Palencia, como la segunda provincia en aumento, con 10 euros. No parece haber relación directa para el aumento del gasto medio en Albacete con los premios repartidos en el Sorteo Extraordinario de 2013.

Un dato curioso es el que corresponde al gasto medio de Álava, que en 2013 destacaba por ser una de las provincias con mayor crecimiento en gasto medio de Lotería de Navidad por Internet y en 2014 resultó ser la provincia que más disminuyó su gasto medio (hasta 22 euros menos que en 2013).

Por el contrario, una de las provincias donde mayor gasto hay, Zamora (52 euros) es junto a Ávila, Huelva y Tarragona, una de las cuatro provincias en las que nunca ha tocado el Gordo de la Lotería de Navidad.

En la siguiente tabla se muestra en detalle la comparativa con 2013 del gasto medio de cada provincia:

Provincia	2013	2014	↑↓	Provincia	2013	2014	↑↓	Provincia	2013	2014	↑↓
Albacete	44 €	57 €	13 €	Ceuta	63 €	66 €	3 €	Asturias	46 €	46 €	0 €
Palencia	45 €	55 €	10 €	Jaén	45 €	48 €	3 €	Zamora	52 €	52 €	0 €
Lugo	44 €	53 €	9 €	Soria	67 €	70 €	3 €	Guadalajara	49 €	49 €	0 €
Cádiz	42 €	48 €	6 €	Burgos	47 €	49 €	2 €	Girona	49 €	48 €	-1 €
Castellón	49 €	54 €	5 €	Madrid	49 €	51 €	2 €	Sevilla	40 €	39 €	-1 €
Segovia	40 €	45 €	5 €	Huelva	40 €	43 €	2 €	Málaga	45 €	44 €	-1 €
Zaragoza	47 €	52 €	5 €	Vizcaya	49 €	51 €	2 €	Ávila	37 €	36 €	-1 €
Murcia	45 €	50 €	5 €	Barcelona	44 €	47 €	2 €	Almería	46 €	45 €	-1 €
Badajoz	42 €	47 €	5 €	Toledo	51 €	53 €	2 €	Las Palmas	52 €	50 €	-2 €
Valencia	44 €	49 €	5 €	Granada	45 €	47 €	2 €	Melilla	58 €	57 €	-2 €
Tenerife	49 €	54 €	5 €	Salamanca	45 €	47 €	2 €	Cuenca	45 €	42 €	-3 €
Alicante	46 €	50 €	4 €	León	37 €	39 €	2 €	Cantabria	50 €	44 €	-6 €
Navarra	50 €	54 €	4 €	Teruel	42 €	43 €	2 €	A Coruña	59 €	51 €	-7 €
Huesca	57 €	61 €	4 €	Cáceres	47 €	48 €	1 €	Lleida	46 €	39 €	-8 €
Ciudad Real	45 €	48 €	4 €	Baleares	49 €	50 €	1 €	Ourense	69 €	57 €	-12 €
Córdoba	42 €	45 €	4 €	La Rioja	45 €	46 €	0 €	Álava	67 €	45 €	-22 €
Valladolid	41 €	44 €	3 €	Guipúzcoa	52 €	52 €	0 €				
Tarragona	43 €	46 €	3 €	Pontevedra	50 €	50 €	0 €				

Gasto medio españoles no residentes y extranjeros residentes

Ventura24 posibilita a sus clientes españoles que viven en otros países, con acceso limitado a la Lotería de Navidad, poder seguir con esta tradición.

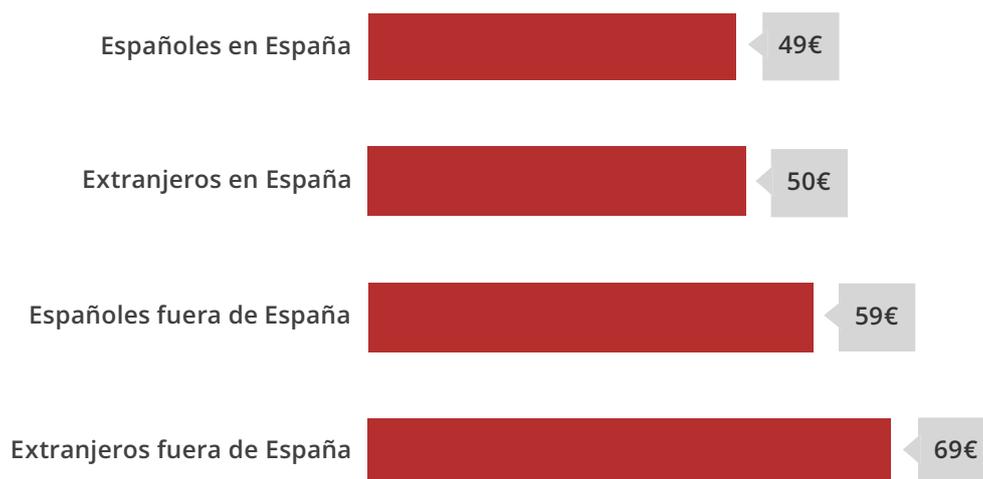
Durante 2014, **los españoles no residentes** destinaron a la Lotería de Navidad por Internet **un gasto medio de 59 euros**, lo cual supone un

16% más del gasto medio de los españoles residentes en España.

A pesar de que el gasto medio de los españoles no residentes ha bajado un 18% con respecto a 2013, el número de clientes españoles que viven fuera de nuestras fronteras ha seguido creciendo hasta

alcanzar un 11% más de clientes que en 2013.

Así mismo, el grupo de **extranjeros no residentes en España** también merece una mención especial dentro del Estudio, dado que su gasto medio fue el más elevado de todos, con **una media de 69 euros** en Lotería de Navidad por Internet.



Gasto medio españoles/extranjeros

En 2014 se ha percibido un importante **descenso del 42% en el gasto medio de los clientes extranjeros que viven en España.**

Por el contrario, el gasto medio de los españoles que viven dentro de nuestras fronteras ha aumentado un 2%.



País	Gasto medio	País	Gasto medio
Aruba	259€	México	106€
Nicaragua	213€	Guinea Ecuatorial	92€
Puerto Rico	188€	Suiza	92€
República Dominicana	123€	Marruecos	91€
Guatemala	111€	Chile	83€

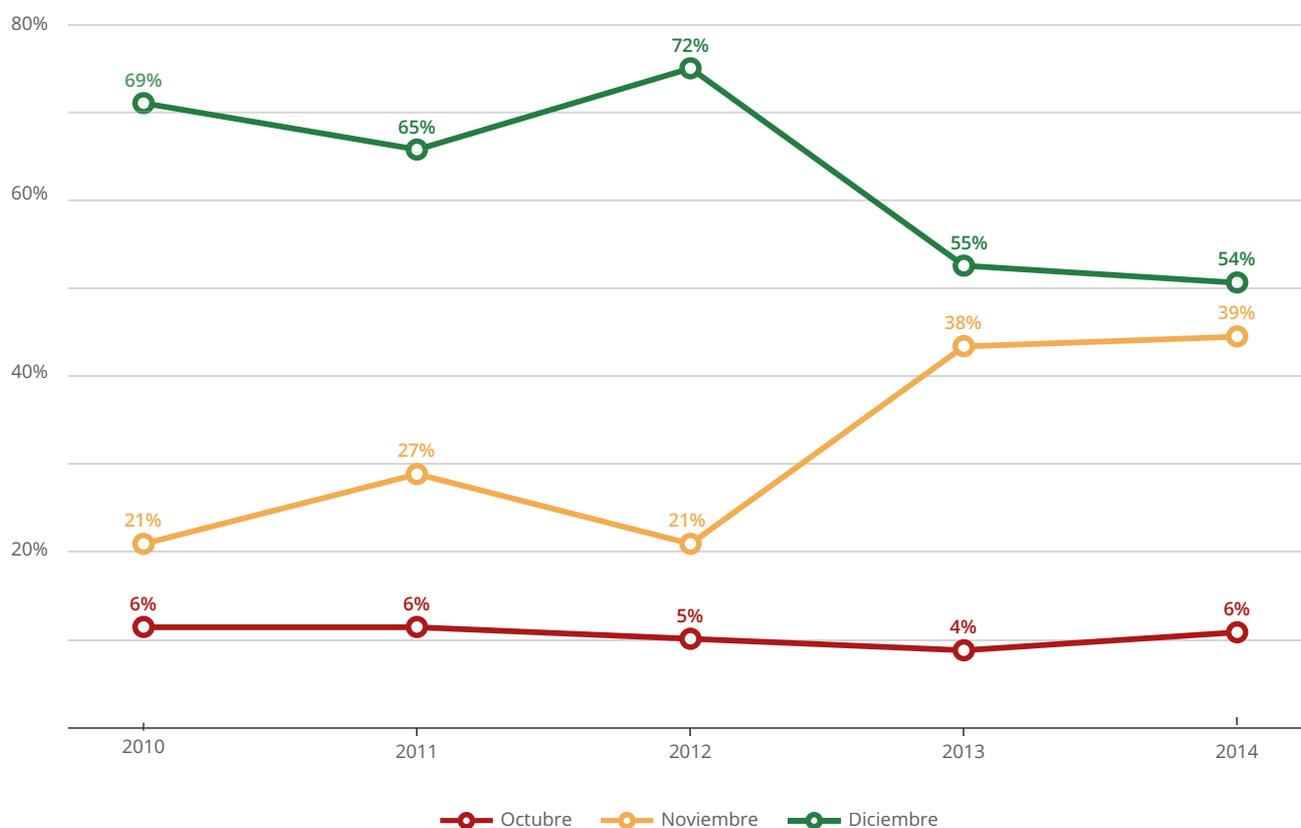
Distribución de compra por meses

El 92% de las compras de Lotería de Navidad por Internet se realizan entre noviembre y diciembre.

Aunque se puede comprar Lotería de Navidad desde mediados de julio, las compras durante el verano hasta el mes de octubre siguen siendo muy reducidas, representando el 2% del total.

A pesar de que diciembre sigue siendo el mes estrella de las compras por internet, en los últimos años se viene observando un claro despunte durante el mes de noviembre, pasando del 21% en 2012 al 39% en 2014.

El siguiente gráfico muestra la evolución de compras de Lotería de Navidad por Internet en los principales meses de compra entre 2010 y 2014:

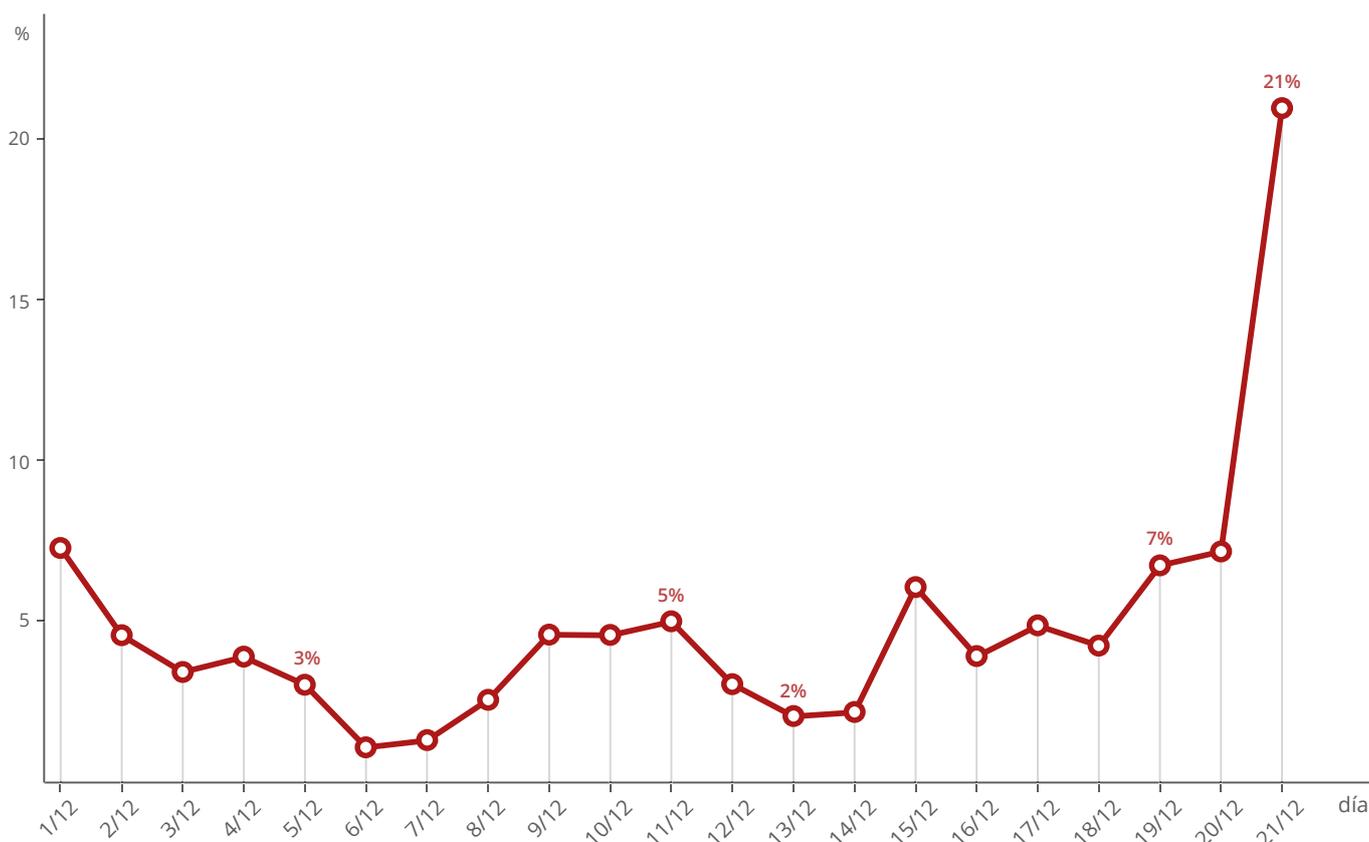


Distribución de compra por días

Sin lugar a dudas el día 21 es el día clave para realizar las compras de última hora, representando el 21% del mes de diciembre.

Desde el día 15 al 21 de diciembre es cuando las compras despuntan llegando a registrar el 54% del total de compras del mes.

El siguiente gráfico muestra la evolución de compras de Lotería de Navidad por Internet durante el mes de diciembre de 2014:

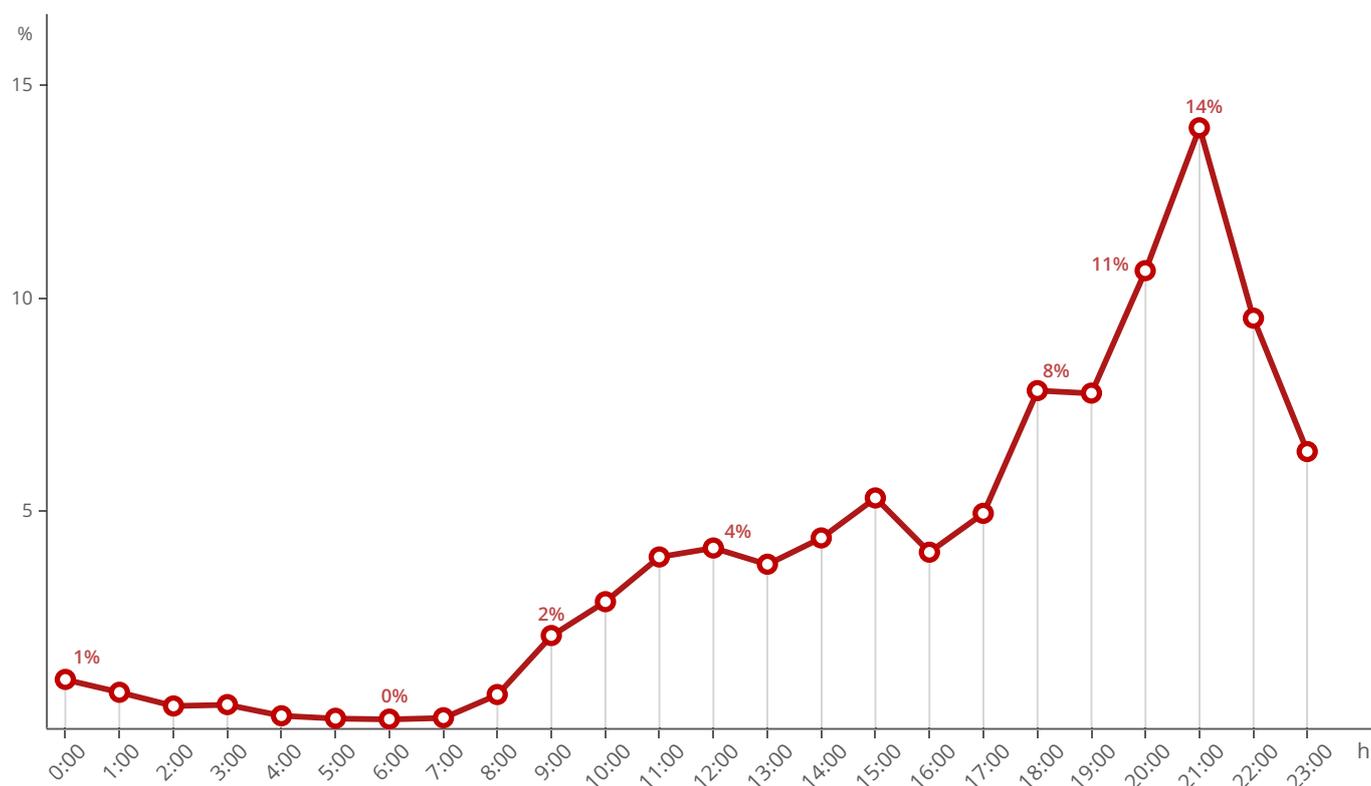


Distribución de compra por horas

Las 21:00 horas es el momento clave del día para comprar.

Como ya va siendo costumbre, una vez llegados al día 21 de diciembre, la víspera del sorteo, a partir de las 09:00 horas es cuando las compras comienzan a realizarse de manera gradual y constante hasta las 14:00 horas.

Pero cuando de verdad las compras despuntan es a partir de las 15:00 horas hasta las 21:00 horas, siendo entre las 20:00 horas y las 21:00 horas el momento en que alcanzan su auge, registrando el 25% de las compras totales del día, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:



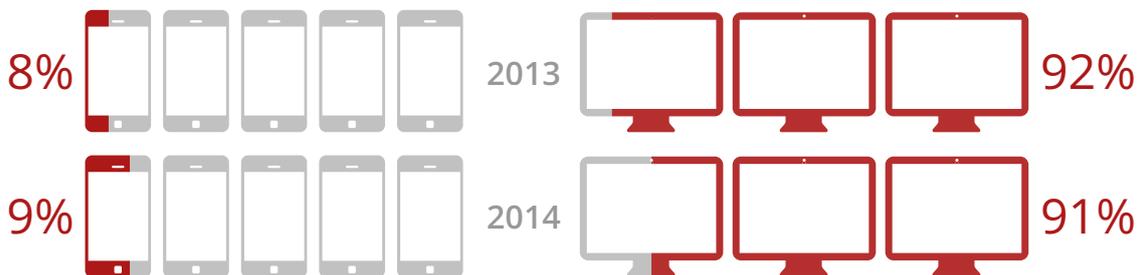
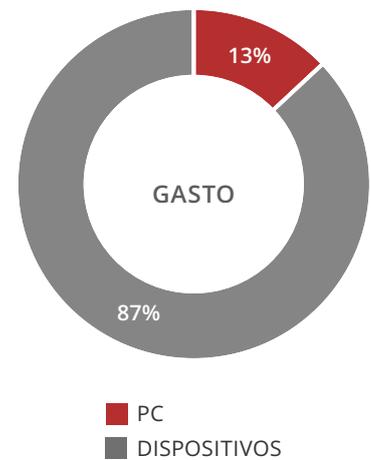
Canales de adquisición: dispositivo móvil frente a web

El 28% de los usuarios que nos visitaron en Navidad, lo hicieron a través de su dispositivo móvil.

Desde que en septiembre de 2011 Ventura24 creara la web móvil, el uso de ésta por parte de los clientes sigue creciendo a pasos acelerados.

También detectamos un importante crecimiento con respecto al volumen de compras a través de dispositivo móvil. En 2014 el volumen de compras total de Lotería de Navidad a través de este canal aumentó un 51% con respecto a 2013.

A pesar del importante crecimiento, es una modalidad que aún tiene mucho recorrido, dado que la compra por este medio representa el 9% del total de las compras de Lotería de Navidad realizadas por Internet.



Evolución de compras durante 2013 y 2014

Números especiales y preferencias

Como siempre ocurre, los números más solicitados suelen ser los que terminan en las dos últimas cifras del año vigente y las dos del año que va a llegar.

Por este motivo, en el año 2014, los décimos que terminaron en 14 y en 15 fueron algunos de los más buscados.

Aunque el número 13 siempre está relacionado con la superstición y “la mala suerte”, el año pasado nuevamente fue uno de los más demandados. Por este motivo, Ventura24 volvió a ofrecer su Peña “El 13” para que todos los usuarios que quisieran tentar a “la mala suerte” tuvieran la posibilidad de jugar el número 13 en un décimo, así como un décimo de cada una de las terminaciones del 0 al 9.

Siguen siendo importantes los números que reflejan hitos históricos, como la caída de las Torres Gemelas (11901) o la muerte de Michael Jackson (25609).

Pero si tenemos que hablar de uno de los números más curiosos y demandados en 2014 por los amantes de las coincidencias fue el

48677 que correspondía con el premio Gordo de 1966, que curiosamente, el mismo año coincidía con el mismo ganador de Eurovisión, mismo ganador de liga de fútbol española, mismo ganador de Champions League y España eliminada en primera fase del Mundial de Fútbol.



Otras fechas demandadas en 2014 estuvieron las relacionadas con fechas de famosos que tristemente nos dejaron, como el 20114 de la Duquesa de Alba que con su personalidad y carisma también se hizo patente en 2011 con el número 51011, fecha de su tercera boda.

Otras fechas de fallecimientos significativos fueron el 26214 del guitarrista Paco de Lucía, el 23314 del político Adolfo Suárez, el 15414 del cantante Junior y el 28814 de Peret.

Los taurinos tuvieron el 28104 del torero José Mari Manzanares.

Y no por menos importantes fueron los números 19614 de la abdicación del Rey Juan Carlos I y el 20614 por la coronación del Rey Felipe VI.

En este 2015 han ocurrido algunos acontecimientos que quedarán para siempre grabados en las vidas de muchas personas, como fue el accidente aéreo de Germanwings, por eso el número 24315 está teniendo cierto protagonismo entre los números más solicitados. Como también lo está siendo la fecha del ataque a la Universidad de Kenia el 02415, o el triste terremoto de Nepal 26415.

Entre las fechas de los famosos que nos han abandonado este año encontramos algunos números muy solicitados, como el 23515 correspondiente al fallecimiento de la cantante y actriz Marujita Díaz, el 09615 del político Pedro Zerolo o el 04515 del famosísimo periodista Jesús Hermida.



Cabe destacar el número que coincide con el fallecimiento de **Lina Morgan el 20815** que también está siendo muy demandado en este 2015.



Las fechas de acontecimientos deportivos siempre tienen una gran demanda entre sus seguidores. Algunos de los números más buscados son los correspondientes a la fecha del 2º triplete conseguido por el F.C Barcelona en la temporada 2014/2015 (06615), la fecha del también 2º triplete del Real Madrid de Baloncesto (24715) y el día que la selección española de baloncesto ganó el Eurobasket y se clasificó para las próximas olimpiadas (20915).



Lo místico también tiene mucho que ver en los gustos de las personas a la hora de elegir su número de la suerte para ganar el Gordo de la Lotería de Navidad. Y es que el número 28915, corresponde a la fecha del eclipse total que se produjo en septiembre.



Aunque sin duda, los números más solicitados en estas fechas por los compradores de Lotería de Navidad por Internet son los que contienen fechas especiales para ellos tales como aniversarios de boda, fechas de cumpleaños o la fecha de algún acontecimiento especial que les haya ocurrido en sus vidas. Sin duda esos son los números más demandados.

Terminaciones favoritas

Los números clásicos por los que muchos tienden a decantarse a la hora de elegir su décimo son los que terminan o contienen el 15 “la niña bonita”, el 22 “los dos patitos”, el 7 conocido como “el número de la suerte”, el 11 “los dos soldaditos”, el 13 el número de “la mala suerte” o el 33 “la edad de Cristo”.

Hasta hace poco, nuestros Estudios mostraban que las terminaciones favoritas por sexo estaban claramente

diferenciadas. Las mujeres preferían números pares y los hombres números impares. Pero esos datos se alejan cada vez más de la realidad, ya que desde 2014 la tendencia de la preferencia de las mujeres ha cambiado.

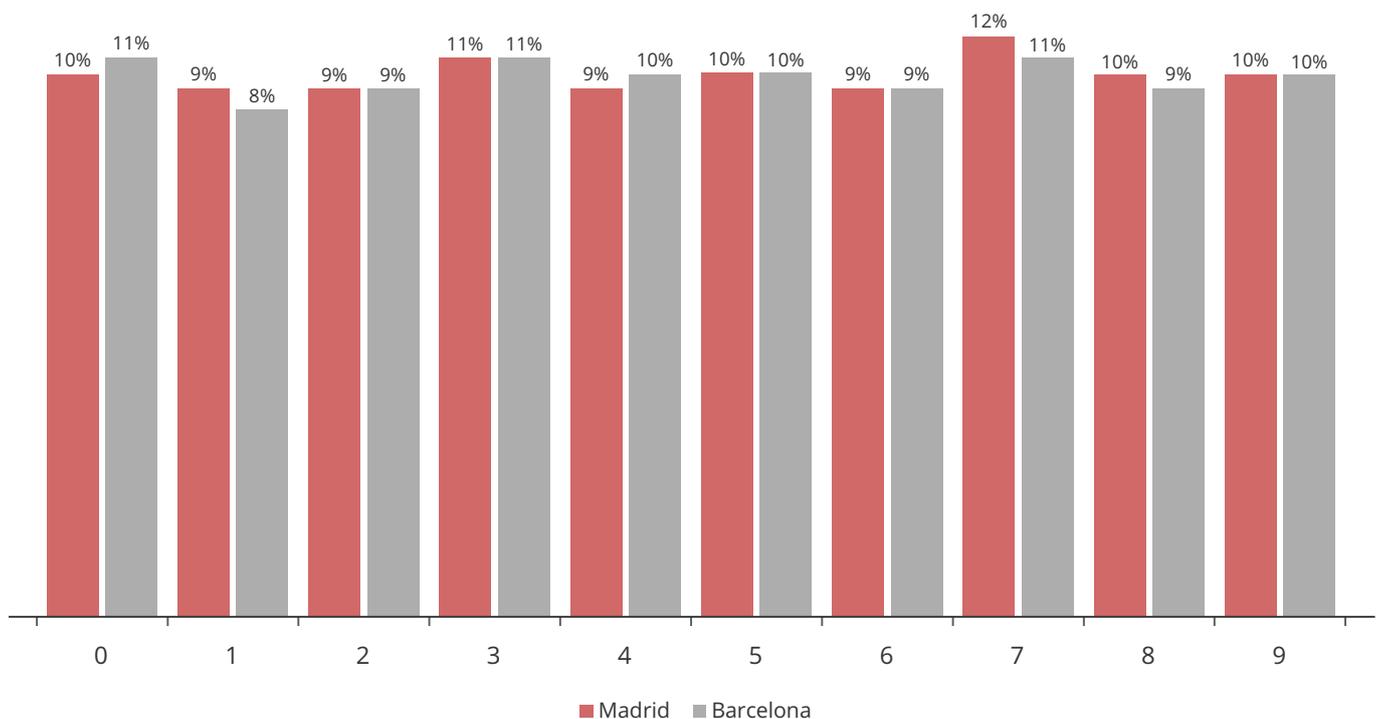
En 2014, ambos sexos prefirieron números impares en un 52%.

En cuanto a provincias, **Madrid y Barcelona** continúan siendo las dos provincias que mayor

volumen de Lotería de Navidad por Internet movieron en 2014 (39% y 11% respectivamente) y ambas **siguen inclinándose por los números impares**.

El 53% de los madrileños prefieren el número impar, al igual que el 51% de los barceloneses.

Un claro cambio en la tendencia de Madrid que hasta hace poco prefería los números pares.



Terminaciones favoritas



Comunidades y provincias con más suerte

Desde que comenzó el sorteo de Lotería de Navidad en 1812, las 3 comunidades en las que más veces ha caído el Gordo son: la Comunidad de Madrid con 82 veces, Andalucía con 62 y Cataluña con 60 veces.

A este ranking les siguen, a cierta distancia, la Comunidad Valenciana con 38 veces y el País Vasco con 28 veces.

Por el contrario, las comunidades autónomas en donde menos veces ha visitado la suerte son La Rioja y Navarra en 4 ocasiones.

Si hablamos de provincias, hay dos destacadas: Madrid con 82 Gordos y Barcelona con 53.

Seguidos se encuentran Valencia con 21, Sevilla con 17 Gordos y Alicante con 15. Teruel y Salamanca únicamente han sido premiadas con un Gordo.

Y por último, Ávila, Huelva, Tarragona y Zamora nunca han sido premiadas con el gran premio.

Si tenemos en cuenta la población de cada provincia y las veces en las que ha tocado el Gordo, los sorianos son los más afortunados. **A uno de cada 31.700 sorianos le ha tocado la Lotería de Navidad.**

Después de Soria, le sigue Palencia con un afortunado por cada 34.502 personas y Teruel con un agraciado por el Gordo de Navidad por cada 48.426 personas.

PROVINCIA	1 premiado de cada...
SORIA	31.700 personas
PALENCIA	34.502 personas
TERUEL	48.426 personas
SEGOVIA	54.756 personas
GUIPÚZCOA	64.154 personas
CUENCA	72.572 personas
SANTANDER	74.031 personas
BURGOS	74.965 personas
HUESCA	76.189 personas
ÁLAVA	79.338 personas

Provincias con más suerte

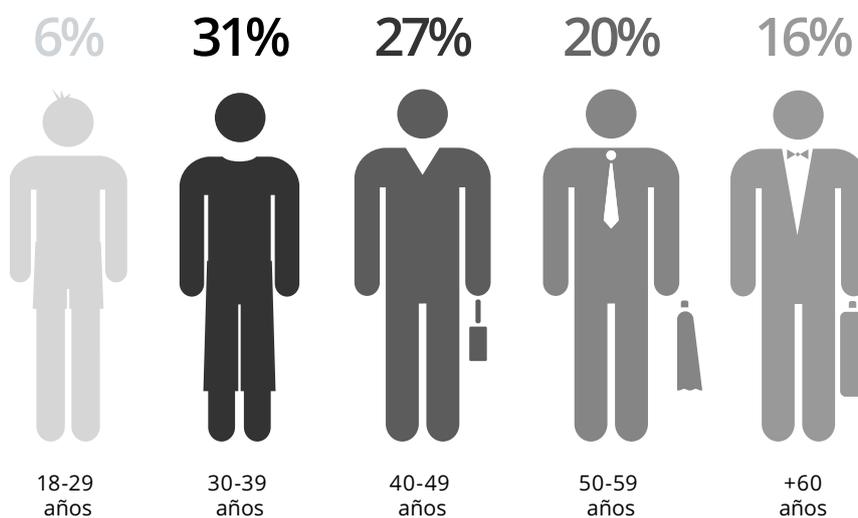
Premiados según la edad del comprador

¿Cuál es la probabilidad de recibir un premio según la edad del comprador de Lotería de Navidad por Internet?

Como hemos ido observando en años anteriores, el grupo de edad "más afortunado" sigue siendo el comprendido entre 30 y 39 años.

Pero esto no significa que tengan la mayor probabilidad de conseguir el Gordo, sino que son el grupo de edad de compradores de Lotería de Navidad por Internet donde recae el mayor volumen acumulado de premios.

En la siguiente tabla se muestra la suerte de los diferentes grupos de edad en los últimos cinco años:



Edades con más suerte

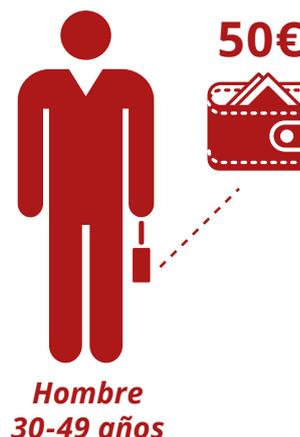
EDAD	2010	2011	2012	2013	2014	promedio
18-29 años	5%	6%	3%	9%	8%	6%
30-39 años	27%	32%	33%	30%	32%	31%
40-49 años	31%	28%	16%	28%	31%	27%
50-59 años	19%	19%	28%	18%	17%	20%
+60 años	18%	15%	21%	15%	12%	16%

Conclusiones

El cliente de Lotería de Navidad por Internet es un hombre (66%) de entre 30 y 49 años (60%) que gasta una media de 50 euros.

Las compras vienen mayoritariamente de las **Comunidades Autónomas** de Madrid (22%), Cataluña (18%), Andalucía (13%) y Valencia (10%).

La horquilla de gasto medio por **provincia** va desde los 70 euros de Soria a los 36 euros de Ávila.



Gasto medio de extranjeros fuera de España: 69€

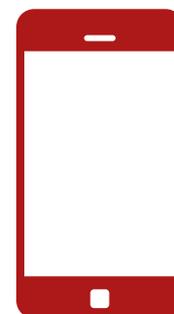
A pesar de que los **españoles no residentes** y los **extranjeros residentes** han disminuido su inversión, su gasto medio ha sido superior al gasto medio del cliente de Lotería de Navidad por Internet (50 euros), **siendo de 59 euros y 50 euros respectivamente.**

Cabría destacar el gasto medio de 69 euros que realizan los **extranjeros fuera de España** en la Lotería de Navidad por Internet.

Las compras de Lotería de Navidad por Internet entre julio y octubre son reducidas, siendo noviembre (39%) y diciembre (54%) los dos meses clave.

Pese a que el ordenador sigue siendo el principal canal usado para adquirir Lotería de Navidad, el uso de **dispositivos móviles** como canal de compra se ha duplicado en 1 año representando el **9%** sobre el total.

Finalmente, si se definiera el décimo premiado de acuerdo a estos 202 años del Sorteo de Navidad, se diría que tiene una **terminación en 5 y que ha caído en las comunidades de Madrid, Andalucía y Cataluña** (principalmente en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Alicante).



Uso del móvil como canal de compra: x 2 en un año

Anexo I - Ficha técnica del Estudio de 2015

Objetivo: Análisis de los hábitos de consumo de los compradores de Lotería de Navidad por Internet.

Universo de análisis: Extracción de un segmento de la población mayor de 18 años, residentes tanto en España como en el extranjero, que adquirieron Lotería de Navidad por Internet en 2014 usando los servicios de Ventura24. Este segmento fue de más de 50.000 usuarios, aproximadamente.

Periodo de análisis: Datos recogidos entre julio de 2014, mes en el que se comenzó la venta de Lotería de Navidad y diciembre de 2014, finalizando en el momento en que se realiza el Sorteo.

Metodología:

1. Recogida y análisis de información de la actividad online en Ventura24. La información mostrada en el Estudio se corresponde con los datos de actividad de esos más de 50.000 usuarios a lo largo de los 14 años de actividad de Ventura24.
2. Sesiones grupales con usuarios, realizadas en enero de 2014, contaron con grupos divididos por edad, estableciendo el límite de separación entre grupos mayores y menores de 45 años.

Los resultados de estas sesiones se encuentran en el anexo III - Actitudes y motivaciones hacia la compra de Lotería de Navidad por Internet.

Anexo II – Gestionando la Lotería de Navidad de empresas

Ventura24, a través de su marca **Ventura24Services**, gestiona la Lotería de Navidad de las empresas. De esta forma, las empresas disponen de una plataforma online personalizada para gestionar su lotería corporativa, facilitando que todos los empleados pueden compartir el mismo número de la suerte de manera cómoda y desde cualquier parte del mundo.

En 2014 se gestionó la Lotería de Navidad a cerca de 19.000 empleados con tres tipos de producto: décimo entero o participaciones de 5 y 10 euros, siendo la compra de décimos enteros la opción por la que se decantó el 70% de las empresas, frente al 30% de participaciones de 5 y 10 euros.

Paralelamente al Estudio principal, se analizaron los comportamientos de los compradores del servicio de **Ventura24Services** con objeto de encontrar similitudes o diferencias con los usuarios de Ventura24.es con los siguientes resultados:

El 73% del volumen de compras lo realizaron usuarios de 30 a 49 años.

El perfil de este comprador es 52% masculino y 48% femenino.

No hubo una gran diferencia entre el gasto medio de hombres (49 euros) y mujeres (44 euros).

El 48% de los compradores de empresa recibieron algún premio.

Un 30% de la lotería se adquirió en participaciones y el 70% en décimos.

Hubo un 61% de crecimiento de usuarios con respecto a 2013.

Noviembre fue el mes donde más transacciones se realizaron, concretamente los días 20 y 21, con el 57% del total de compras de ese mes.

Anexo III - Actitudes y motivaciones hacia la compra

La compra de Lotería de Navidad por Internet no es una actividad ajena al crecimiento del e-commerce de los últimos años.

En 2014, Ventura24 organizó diferentes sesiones grupales con un número significativo de compradores de Lotería de Navidad para identificar actitudes, motivaciones y ventajas percibidas. Se segmentaron a los compradores en cuatro grupos bien diferenciados:

- No usan servicios de gestión de lotería por internet.
- Usan servicios de lotería por internet, pero no para Lotería de Navidad.
- Usan servicios de lotería por internet, incluyendo Lotería de Navidad.
- Compradores impulsivos de Lotería de Navidad por Internet (últimos días).

Las entrevistas con los compradores de cada uno de los grupos dejaron información que, no por esperada, pierde interés. Los principales puntos que destacaron, en comparación con otros tipos de lotería en España, fueron:

En general, la Lotería de Navidad se vive y juega como grupo, no como individuos independientes, frente al anonimato de otros juegos de azar.

Si bien, generalmente en los juegos de azar y sorteos en los que se participa se busca un equilibrio determinado entre probabilidad de ser premiado, cantidad arriesgada y premio potencial, este equilibrio no parece ser buscado en la compra de Lotería de Navidad:

Los premios proporcionalmente más pequeños respecto al precio no son determinantes en la decisión de compra.

Se incidió en los motivos por los que compradores de Lotería de Navidad no realizaban la gestión por Internet, con los siguientes resultados:

- Los compradores que no usan servicios de gestión de lotería por internet apelaban al factor sentimental para no comprar Lotería de Navidad (“es una tradición ir a comprar”).
- Para aquellos compradores que sí usan servicios de gestión de lotería por internet, es un factor funcional (precio alto para el premio a obtener en comparación con otros sorteos en los que participan).

Anexo IV - Curiosidades y anécdotas de la Lotería de Navidad

Cuando hablamos del Sorteo de Lotería de Navidad, son muchas las anécdotas y curiosidades que lo rodean. Porque ¿quién no tiene alguna historia curiosa que contar al respecto? Estas son algunas de las curiosidades que hemos recopilado, ocurridas a lo largo de la historia de este sorteo tan especial:

El Sorteo de Navidad se televisa por primera vez en 1957.

Existen canciones dedicadas a este sorteo como la que cantó la valenciana Conchita Piquer "Mañana sale", de Antonio Quintero, Rafael de León y música del maestro Quiroga.

El premio más madrugador se cantó en 2004 a los trece minutos de comenzar el sorteo. Fue la bola 39 del segundo alambre de la primera tabla y creó un gran desconcierto. Y uno de los Gordos más remolones en salir fue la pasada Navidad a las 13.08 horas con el Gordo más tardío desde el año 1990, que no salió hasta ocho minutos antes de la conclusión del sorteo.

En 2009, una de las historias más comentadas en los medios de comunicación fue la del extranjero residente en España que ganó el premio 'Gordo' de la lotería y pasó de no tener ni un solo euro en su cuenta bancaria a tener más de 300.000 euros.

La suerte es muy caprichosa, como sucedió con el directivo de una empresa que compró décimos para todos sus empleados y uno distinto para él, que casualmente resultó ser el primer premio.

En 2013, una de las personas que asistían como público al sorteo en el Teatro Real, se llevó la gran sorpresa de su vida al ganar 125.000 euros en directo. Era el portador de un décimo del número 79712, el segundo premio.

Algo que tenemos que tener en cuenta es que los "números feos" también tocan. Parece que hay números que nos despiertan un rechazo. Pero la historia de los sorteos de Navidad nos ha demostrado que estos números también tocan. A modo de ejemplo el Gordo de 1828 recayó sobre el número 00523.

¿Quién se encarga de que todo esté perfectamente coordinado y organizado: recuento de bolas, transporte de bombos, buen estado del material, la seguridad...? Los responsables son el "Servicio Técnico de Sorteos".

En 2012 Ventura24 se convierte en la primera empresa online en repartir el Gordo de Navidad.

Lotería de Navidad

Total premios repartidos por Ventura24 en
Navidad:

9.980.470€

Total premios repartidos en Navidad por nuestras
peñas:

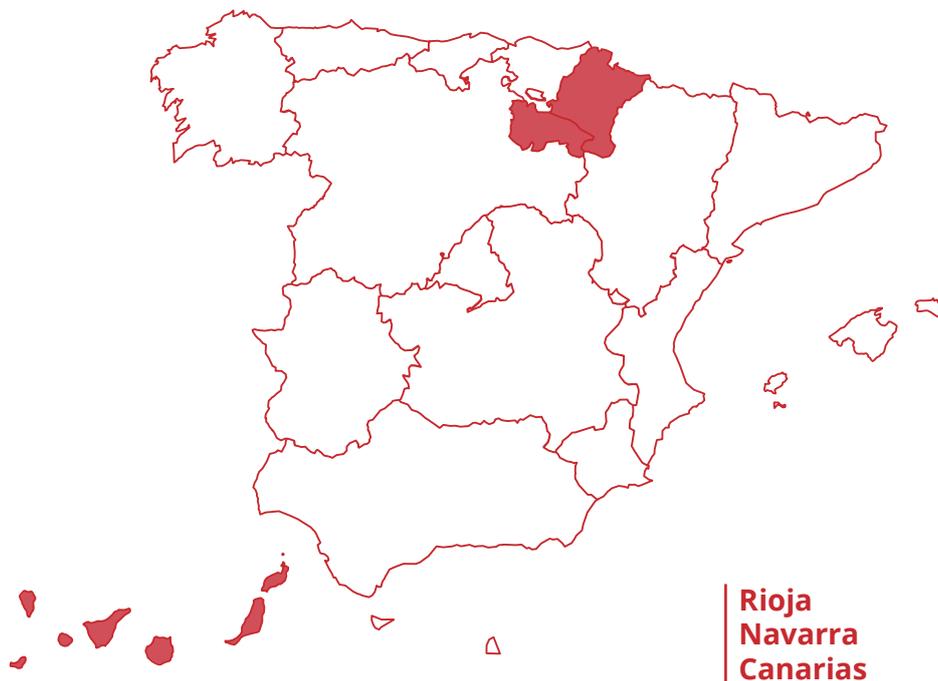
3.279.566€

69.514 Total participantes
agraciados en nuestras Peñas de Navidad en la
historia de Ventura24.

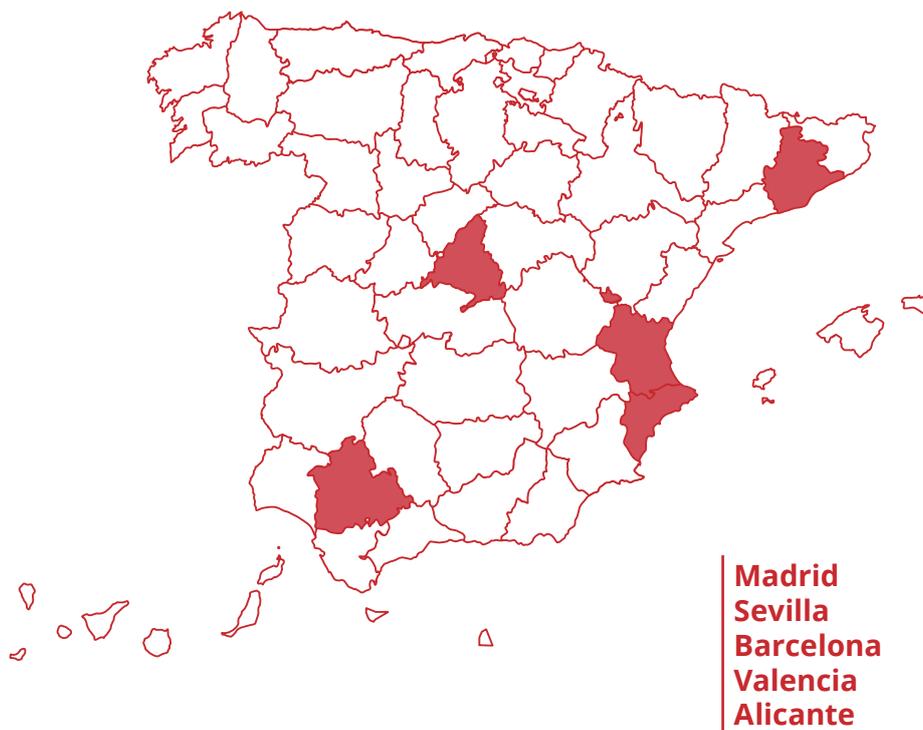
Comunidades más afortunadas con el Gordo



Comunidades menos afortunadas con el Gordo



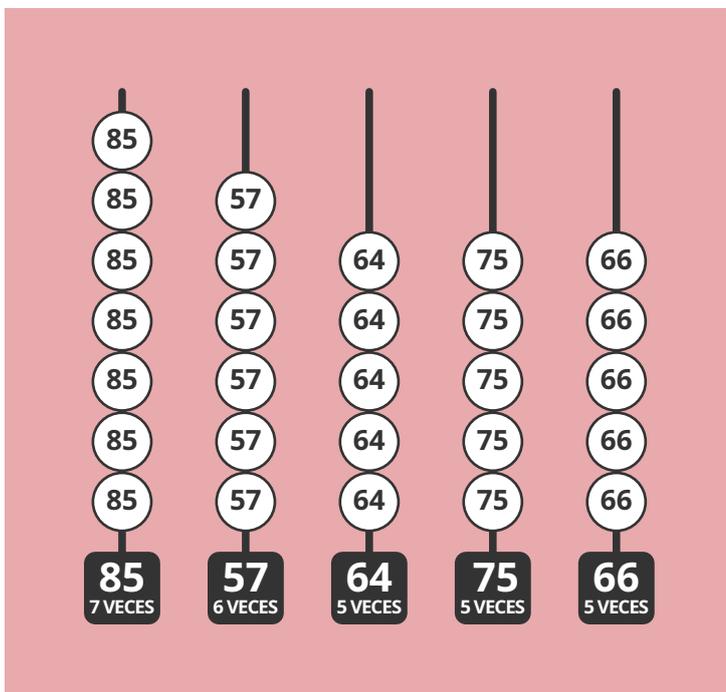
Provincias más afortunadas con el Gordo



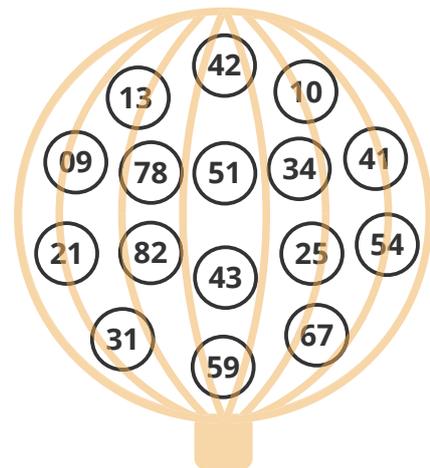
Provincias en las que nunca ha tocado el Gordo



Terminaciones más afortunadas del Gordo de Navidad



Las terminaciones en las que nunca ha caído el Gordo de Navidad:



En general, al Gordo de Navidad le gustan más los números pares.



Gordos correlativos:

13093
13094
53452
53453

¿Sabías que...?

Los números están grabados a láser para que la pintura no influya en el peso de las bolas, que sería mayor en números como el 88.888 y así tendría más probabilidades de salir premiado.

Gordos repetidos:

15640
cayó en 1956 y 1987
20297
cayó en 1996 y 2003

Gordos acabados en
dos cifras iguales:

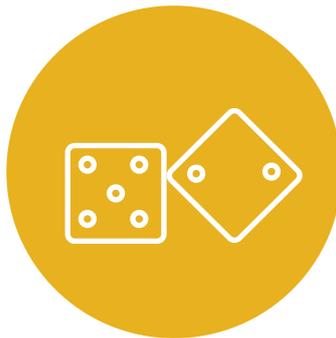
25444
25888
35999
55666

¿Qué se tiene en cuenta para comprar un décimo?



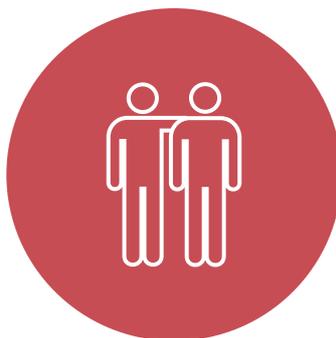
El número con el que se ha soñado

El azar



El número que lleva mi empresa

Una fecha especial



El que lleva un amig@

Que termine en mi número favorito



Fecha de edición: Noviembre 2015

Departamento de comunicación de Ventura24

comunicacion@ventura24.es

Prensa

ventura24@coonic.com

