

Cibelae

nº22-junio 2008

REVISTA SEMESTRAL DE LA CORPORACIÓN IBEROAMERICANA DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO

- La Responsabilidad Social en la Lotería Nacional de El Salvador
- Timemania, la nueva lotería de Caixa
- El Ecuador, viaje al centro de la tierra
- El sorteo en la Historia



CIBELAE
se reúne en Chile

12-14 de marzo de 2008



La suerte no
se compra.

La suerte no se compra. Las soluciones personalizadas, sí. Es más: con las terminales de lotería KeWin, sólo se paga por lo que realmente se necesita.

La gama de terminales KeWin consta de dos sistemas modulares de alta calidad. Tanto el software como el hardware se corresponden exactamente a los volúmenes de apuestas de los puntos de venta. Por ello las soluciones personalizadas de KEBA suponen un ahorro en los costes.

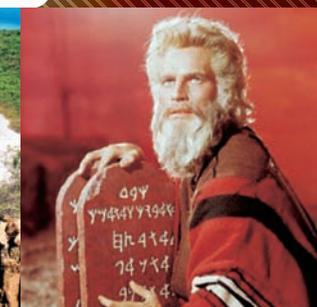
www.keba.com



KEBA[®]

Automation by innovation.

Sumario



DIRECTOR

José Manuel Avilés

EDITOR

Gonzalo Fernández Rodríguez

CONSEJO EDITORIAL

Wellington Moreira
Francisco Laporta
Laura Encinas
Sergio Ramírez
Verónica Montellanos
Francisco J. Yáñez
Rui Cunha
Ramón Rivas

EDICIÓN

LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO
RELACIONES INTERNACIONALES

COORDINADORES

José A. Álvarez-Uría
Adolfo Otero

REDACCIÓN

M^a Teresa Bermejo
Elena Peñalva
Cristina Revuelta
Felisa Salvador

PUBLICIDAD

Elena Peñalva
Tel. 91 596 23 66
Ver tarifas pág. 72

COORDINACIÓN, DISEÑO E IMPRESIÓN

Comuniland S.L.
Almansa, 94 28040 Madrid
Tel. 91 442 20 49
www.comuniland.com

DEPÓSITO LEGAL:

M- 29088-2005

Carta del Presidente 04

Carta del Secretario General 05

Eventos CIBELAE 06

Chile, 12 a 14 de marzo de 2008

Calendario

País por país

El Salvador: 14

La Responsabilidad Social y su enfoque en la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador

Chile: 22

Sueldo por 20 años

Nombramiento de D. Edmundo Dupré Echevarría

Polla Chilena publicó su Memoria 2007

Brasil: 30

Timemania, la nueva lotería de Caixa

Lotería Federal. Casi cuarenta y seis años de premios, arte y acción social

España: 40

Euromillones reparte un premio de 76 millones de euros en España

ONCE: 70 años compartiendo y renovando ilusiones

Lotería y cultura 47

Sorteos, juegos y apuestas a través de la Historia (I/IV)

Noticias de la Real Casa de la Moneda

La brújula 62

El Ecuador, viaje al centro de la tierra

Directorio CIBELAE 70

Ocio 74



Carta del Presidente

Estimado lector:

Como Presidente de la Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado (CIBELAE), deseo expresar mi satisfacción ante los resultados del Taller de Alineamiento Estratégico, celebrado en la acogedora tierra chilena, reunión de trabajo que tuvo lugar los días 13 y 14 de marzo del corriente año, y en la cual participamos los miembros de la Junta Directiva.

En dicho encuentro nos guió el propósito de iniciar un proceso de reflexión estratégica sobre el rol de CIBELAE en el nuevo contexto de los juegos de azar de los estados miembros, así como obtener un conjunto de declaraciones de consenso que orienten el desempeño futuro de CIBELAE y su organización. Además, se buscó generar un clima de colaboración y liderazgo que abra espacio al cambio.

Bajo esta filosofía de trabajo, ha sido un honor para mí el haber participado en actividades que ayudaron a promover la buena imagen de nuestra Corporación, así como en la gestión de nuestras operaciones dentro de un marco de legalidad, rentabilidad y compromiso con el bienestar de nuestros pueblos.

Entre tales actividades, cabe mencionar mi intervención en el cónclave del Comité Ejecutivo de la WLA en Londres, el pasado 24 y 25 de enero. Allí tuve el honor de representar dignamente a CIBELAE en varios comités de trabajo ligados a la entidad anfitriona, cuyos miembros tuvieron a bien el ratificarme en mi calidad de representante de nuestra honorable Corporación Iberoamericana.

Por otra parte, en la ya mencionada reunión de Junta Directiva de Santiago de Chile, hice de conocimiento general nuestros avances en nuestra página

web, así como el funcionamiento de la extranet, que servirá a todos nuestros miembros.

También dejé establecida la necesidad de trabajar en el plan estratégico basado en las ideas aportadas durante el taller de Alineamiento Estratégico, priorizándolas mediante consenso. Éste sería un primer paso hacia la concreción de logros comunes. Dejamos claro que el segundo paso sería analizar los costes operativos del plan para disponer de él antes del mes de octubre, aprovechando la realización del Foro Extraordinario de esta institución para hacerlo público durante nuestro XX Aniversario.

Asimismo inicié los preparativos para el aniversario de CIBELAE, a realizarse en octubre del corriente año, comenzando a planificar el seminario del mes de junio en que tendremos sesión de trabajo conjunto con la WLA en México DF, y que tratará sobre CSR (Responsabilidad Social Corporativa).

En mi actual posición dentro de CIBELAE, considero de vital importancia que todos nos alineemos dentro del esquema presentado, conduciendo los destinos de nuestras instituciones hacia un horizonte de estabilidad y desarrollo, conscientes de debernos por entero a nuestros pueblos.

No me queda más que agradecer todo el respaldo obtenido a lo largo de mi gestión presidencial, y exhortarnos a seguir adelante, con la vista fija en un porvenir donde el bienestar de nuestras sociedades sea por fin una realidad.

Saludos cordiales,

José Manuel Avilés
Presidente



Saludo del Secretario General



Queridos amigos:

Al decir de los expertos, las publicaciones periódicas terminan por adquirir un cierto carácter orgánico, un “metabolismo” peculiar que permite al observador detectar las carencias de fondo y de forma. En lo que respecta a la forma, el relanzamiento de nuestra revista merece reconocimiento por cuanto el personal de la Secretaría General ha suplido hasta ahora, con su entrega y buena voluntad, la falta de oficio editorial, obviamente ajeno a sus cometidos profesionales. Por eso hemos considerado que ha llegado el momento de conferir a “Cibelae” una nueva envoltura formal, diseñada por una empresa especializada, al tiempo que se orientan los contenidos de la revista en la dirección marcada por la Junta Directiva.

En este número 22 se otorga un lugar destacado a la realización del seminario sobre Gestión de Riesgos Corporativos, que se impartió en Santiago de Chile en marzo de 2008, coincidiendo con la reunión de la Junta Directiva y el desarrollo de un taller de Alineamiento Estratégico. Este último estaba dirigido exclusivamente a los miembros de la Junta Directiva y encaminado a perfilar los objetivos de la Corporación a la vista de los cambios sociales y jurídicos que experimenta el mundo de las Loterías de Estado. Los participantes en los tres eventos mostraron su satisfacción por los resultados y nosotros debemos agradecer la extraordinaria eficiencia organizativa y la calurosa hospitalidad de los integrantes de *Polla Chilena de Beneficencia*.

Por su parte, la *Lotería Nacional de Beneficencia* de El Salvador, paradigma de la disyunción entre la dimensión de una Entidad y su dinamismo y creatividad, nos participa el lanzamiento de una lotería innovada y el enfoque de sus programas de Responsabilidad Social.

Polla Chilena informa sobre la magnífica acogida que ha tenido entre el público nacional el juego Sueldo por 20 Años, al tiempo que comunica el nombramiento de D. Edmundo Dupré Echeverría como Gerente General en sustitución de D. Santiago González Larraín, quien llevó a cabo una labor destacada en pro de nuestra Corporación y ha sido nombrado ministro del Gobierno de Chile. Deseamos a los dos los mayores éxitos en su nueva gestión.

La *Caixa Econômica Federal* del Brasil nos pone al corriente de su nuevo producto de Lotería, Timemania, y hace una referencia a cuarenta y seis años de premios, fomento del arte y acción social de la Lotería nacional.

En España han sido noticias destacables, por un lado, la entrega del mayor de los premios a lo largo de la historia de *Loterías y Apuestas del Estado*, obtenido en Euromillones por un jugador de la provincia de Granada. Por otro lado, la *Organización Nacional de Ciegos Españoles* colabora por primera vez en las páginas de “Cibelae” ilustrándonos sobre sus setenta años de actividad benéfica.

En la sección cultural, también damos cuenta de las exposiciones auspiciadas por la *Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda*, Entidad que cuenta ya con una prolongada tradición de mecenazgo, y publicamos la primera parte de las cuatro en que se divide una aproximación histórica a los sorteos y apuestas, elaborada por el coordinador de la Secretaría General.

Como siempre, quedamos a la ilusionada espera de sus contribuciones.

Cordiales saludos,

Gonzalo Fernández Rodríguez



 Chile, 12 a 14 de marzo de 2008

Seminario-Taller sobre Riesgos Corporativos

Tal y como su nombre indica, fue un seminario práctico basado en talleres, dirigido a los responsables inmediatos de proporcionar los servicios.

El Seminario se centró en la descripción de la organización e identificación y análisis de los diferentes grupos con los que se relaciona la Lotería, a fin de conseguir información relevante sobre las siguientes áreas:

ÁREA DE GESTIÓN DE DESAFÍOS CORPORATIVOS

Se centra en qué posibles amenazas existen, así como en las posibles oportunidades

y en definir los planes de acción contra dichas amenazas.



Vista general del Seminario.

Ponentes:

- “Fundamentos teóricos”: Ingeniero Carlos Bachmaier (Gestión de Riesgo Corporativo de LAE).
- “Experiencia práctica”: Mario Alfredo Prudkin (Director de Lotería Nacional S.E. de Argentina).

ÁREA DE GESTIÓN DE LA CONTINUIDAD DE NEGOCIO

Complementa la gestión de desafíos, centrándose en cómo actuar cuando ocurren eventos no deseados, preparando planes de actuación para identificar actividades críticas y preparar planes de actuación para conseguir que el daño sea el menor posible.

Ponente:

- “Fundamentos teóricos”: Ingeniero Carlos Bachmaier Gestión de Riesgo Corporativo de LAE).

ÁREA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN: SEGURIDAD TIC (Tecnología de la Información y las Comunicaciones)

Constituyen componentes esenciales en la contención de riesgos corporativos. Merece una atención específica.

Ponentes:

- “Fundamentos teóricos”: Ingeniero Itamar de Carvalho Pereira (Gerente de Planteamiento, Gerencia Nacional de Apoyo a Loterías, Caixa Económica Federal).
- “Experiencia práctica”: Ingeniero M. T. Rosende (Polla Chilena de Beneficiencia).

ÁREA DE GESTIÓN DE CONTINUIDAD DE LAS TIC

También esencial en la gestión de la continuidad corporativa. Se le prestó atención específica.



Carlos Fuentes, Gerente Controlador de Polla Chilena de Beneficiencia.

Ponente:

- “Fundamentos teóricos”: Itamar de Carvalho Pereira (Caixa Económica Federal).

ÁREA DE AUDITORÍA DE GESTIÓN DE RIESGOS/SEGURIDAD CORPORATIVA Y DE LA INFORMACIÓN

Asegura el cumplimiento de las directrices y la efectividad de las medidas asociadas a las mismas.

Ponente:

- “Fundamentos teóricos”: Carlos Fuentes (Gerente Controlador de la Polla Chilena de Beneficiencia).

CONCLUSIONES

El fortalecimiento de vínculos que mejoran la labor profesional de todos. Además, se ha aprendido mediante fundamentos teóricos y casos de trabajo de Loterías.



Acto de entrega de certificados de asistencia.



Carlos Bechmaier, Gestión de Riesgos Corporativos y Auditoría TI del grupo LAE (España).

Se ha hecho especial hincapié en los siguientes campos, con el objetivo de mejorar la sostenibilidad de las Loterías:

- Acuerdo de continuidad de trabajo mediante grupos permanentes de acción o foros, principalmente con el uso de Internet.
- Acuerdo sobre la conveniencia de transmitir a la Junta de CIBELAE la necesidad de contar con marcos integrados de actuación (modelos de proceso, mapas de riesgo y modelos de control en empresas de Lotería).
- Necesidad de continuar trabajando en la gestión inteligente de riesgos corporativos, para lo que ya se han dado los primeros pasos.

 Chile, 12 a 14 de marzo de 2008

Reunión de la Junta Directiva

Se celebró en Santiago de Chile el día 14 de marzo de 2008.

A continuación se relacionan los puntos más destacables de dicha reunión.

RELACIONES CON LA WLA

Se hizo referencia a la reunión del Comité Ejecutivo de la WLA, de la que forma parte CIBELAE, celebrada en enero en Londres (Reino Unido). En dicha reunión se acordó realizar dos seminarios conjuntos CIBELAE-WLA durante 2008: uno en México, entre el 2 y el 6 de junio, y otro en Lima (Perú), en noviembre.

PÁGINA WEB

Se remarcó la necesidad de colaboración de todas las instituciones para que ésta sea efectiva.

Se detalló además el uso de la web, que está dirigida a dos tipos de usuarios: al público en general y a los agentes relacionados (miembros regulares, observadores regulares y asociados). Casi la totalidad de la misma es de acceso libre, pero hay un apartado de acceso restringido: la extranet.

Se detalló además el uso de dicho apartado, que se realiza accediendo al mismo con un nombre de usuario y contraseña. En esta extranet se pue-



De izquierda a derecha: Paulo Toncovitch, Margarida Palma, Helena Pina da Cruz, Rui Cunha, Pauline Chiffelle y Enrique Aparicio, observadores en la Junta.

de ver un listado de grupos de trabajo propuestos por los miembros de CIBELAE, de los que ya han sido creados el jurídico, el de tecnología y el relativo gestión de procesos. Cada grupo de trabajo dispondrá de cuatro módulos de información y estará debidamente identificado:

- Módulo de foro. Foro particular del grupo de trabajo.
- Módulo de noticias. Área de actualidad sobre el tema del grupo, organizadas por fecha de inclusión, temática general y noticias de América del Sur. Podremos crear las segmentaciones que deseemos para este apartado, por ejemplo noticias legales, noticias económicas o noticias de Europa.



Panorama general de la reunión.

- Módulo multimedia. Zona de inclusión de formatos Rich Media de audio, vídeo y animaciones.
- Módulo de descargas. Zona de descarga de documentos y materiales relacionados.

Además, los miembros de la Junta aprobaron la creación de una hemeroteca.

REVISTA "CIBELAE"

Ya se ha contratado a una empresa especializada para dar a la revista un formato más técnico. Se desea entrar más a fondo en lo que es y en lo que hace CIBELAE, así como en los seminarios celebrados. Asimismo, se quiere aumentar la difusión de la misma, alcanzando ya los 2.000 ejemplares de cada nuevo número.

XX ANIVERSARIO DE CIBELAE

Dicha celebración tiene como objetivos reforzar la vinculación entre los miembros de la corporación y consolidar su permanencia. Se señaló que deberían ser invitados los fundadores y una representación de alto nivel de las Asociaciones Regionales de Loterías integradas en la WLA.

"La Junta Directiva trató temas de actualidad sobre las acciones de comunicación de CIBELAE"

 Chile, 12 a 14 de marzo de 2008

Taller de Alineamiento Estratégico

A este taller de Alineamiento Estratégico asistieron los miembros de la Junta Directiva.

A continuación resumimos los principales objetivos, roles e inquietudes de CIBELAE que se buscaban con la celebración del taller.

OBJETIVOS

- Analizar el papel de CIBELAE en el contexto de los juegos de azar de los estados miembros.
- Conseguir el consenso para orientar la organización, así como el futuro de CIBELAE.



José Manuel Avilés (El Salvador), Laura Encinas (Bolivia), Verónica Montellano (Chile) y Cristina Revuelta (España).

- Generar un clima de colaboración entre los miembros.
- Identificar expectativas y diferencias.
- Definir el rol y los servicios que den valor.
- Identificar los factores críticos de éxito.
- Definir un conjunto de objetivos estratégicos siguiendo la metodología BSC (Cuadro de Mando Integral/Balanced Scorecard).
- Fortalecer el alineamiento de la Junta Directiva.

ROLES

- Capacidad para anticiparse.
- Análisis de las nuevas realidades y tendencias de CIBELAE.
- Intercambio de experiencias y foro de reflexión.
- Identificar nuevas prácticas.
- Facilitar el acceso a las nuevas tecnologías.
- Promover el cambio cultural.

- Promover la innovación en productos.

INQUIETUDES

- Dificultad de adaptar los marcos y paradigmas a los cambios.
- Necesidad de transparencia.
- Emergencia del juego clandestino e ilegal.
- Modernización de la gestión institucional incorporando prácticas de excelencia de clase mundial.
- Necesidad de imagen y capacidad de influencia.

ANÁLISIS FODA

- **Fortalezas:** calidad de la relación interna, marco de reglas claras, diagnóstico de problemas, Secretaría General Permanente, foro de intercambio de buenas prácticas...
- **Oportunidades:** acceso al mercado disponible, crecimiento demográfico de sus mercados, desarrollo tecnológico para crear nuevos juegos y canales de acceso...
- **Debilidades:** inexistencia de un Plan Estratégico y de objetivos definidos, baja representación del juego mundial, escaso protagonismo político debido a la baja influencia de las organizaciones miembros en sus propios gobiernos, ...
- **Amenazas:** competidores ilegales, tendencia a la privatización, tendencia a la desregularización, velocidad de los cambios tecnológicos, ...

OBJETIVOS DE MANERA DETALLADA

Valor político

Aumentar la influencia y posicionamiento de CIBELAE: banco de comunicación, promoción internacional, mejorar instrumentos comunicación (web, revista...), etc.

Mejorar la oferta para fidelizar y atraer clientes: creación de juego interestatal, incorporar medios de defensa jurídica...

Prestar apoyo a las Loterías con menor desarrollo.

Valor para el cliente

Se definen cuatro categorías de clientes y los objetivos a conseguir con ellos:

- **Loterías miembros y no miembros:** intercambio y pasantías, intercambio de experiencias, desarrollo de una base de datos conjunta.
- **Organizaciones internacionales (de juegos, iberoamericanas e institucionales, financieras y comerciales):** aumento de las relaciones, oportunidades a las Iberoamericanas, mantener tres miembros en la Dirección de WLA.
- **Proveedores asociados y no asociados:** aumento de su participación, beneficios comunes para los asociados.
- **Gobiernos:** más participación política en los congresos, asegurar visitas a los miembros de los diferentes gobiernos.

Valor interno

Se propone implementar una nueva estructura que facilite una mayor integración, reorganizar la Secretaría General para adecuarse a los clientes internos y crear comisiones orientadas a los ámbitos de interés.



Los miembros de Portugal y Brasil juntos: Helena Pina, Margarida Palma, Wellington Moreira Franco, Rui Cunha y Paulo Toncovitch.

Perspectivas de aprendizaje y desarrollo

Requerimientos tecnológicos: programas de formación de recursos humanos, pasantías, programa de capacitación en gestión, programa de intercambio de experiencias.

CONCLUSIONES

Como consecuencia del taller, hubo consenso en los siguientes aspectos:

- **Visión:** posicionar a CIBELAE como ente asesor y de capacitación de las Loterías Iberoamericanas en materia de modernización y optimización de recursos.
- **Misión:** ser el órgano político, asesor y de capacitación de las Loterías Iberoamericanas, y así conseguir una mayor información.
- **Rol:** reflexión e intercambio de experiencias, identificar buenas prácticas, desarrollo de competencias técnicas, creación de productos, etc.
- **Objetivos estratégicos:** mayor concienciación de los miembros en lo que al proceso de planeación estratégica se refiere, mediante la elaboración de un plan y programación de seminarios, charlas, foros, etc.; análisis de la situación de las Loterías Iberoamericanas para poder así optimizarlas. //

“Entre los objetivos de CIBELAE se encuentra aumentar su influencia y posicionamiento”



Moreira Franco, Helena Pina, Rui Cunha y Paulo Toncovitch.

CIBELAE en imágenes



Diversos aspectos de las reuniones.

Programación 2008

WLA/CIBELAE

Agosto

WLA

Seminario de Seguridad y Riesgos
Fecha y lugar por definir

Septiembre

WLA

Conferencia de la Asociación Regional de
Loterías Asia-Pacífico.
Del 21 al 25 de septiembre. Beijing (China)

WLA

Seminario de Juego Responsable y Marketing
Fecha y lugar por definir

Octubre

CIBELAE

Celebración del XX Aniversario
Del 14 al 16 de octubre. Madrid (España)

WLA

Reunión del Grupo Jurídico de Euromillones
Fecha por definir. Madrid (España)

WLA

Congreso
Del 19 al 24 de octubre. Rodas (Grecia)

WLA/NASPL

Seminario de Seguridad y Riesgo
Del 27 al 30 de octubre.
San Louis (Missouri, EE. UU.)

Noviembre

CIBELAE/WLA

Seminario de Juego Responsable y Marketing
(segunda parte)
Fecha por definir. Lima (Perú)

Eventos previstos para 2009

CIBELAE

Seminario sobre Control de Calidad
y Responsabilidad Social
Fecha por definir, durante el primer trimestre
Argentina

CIBELAE/WLA

XII Congreso CIBELAE/World Meet WLA
26 al 28 de octubre. Chile

¡Ahora tiene la oportunidad de convertirse en PROVEEDOR ESTRELLA!

La figura del Proveedor Estrella surge con la finalidad de facilitar a los miembros asociados la oportunidad de adecuar el intercambio, formación, experiencias y satisfacción para aquellas empresas proveedoras que quieran enfatizar un compromiso especial con la Corporación.

Así, aquellos miembros asociados que suscriban este programa tendrán garantizados los siguientes beneficios:

En la web www.cibela.com

- **Banner en la web de inicio con el logotipo del Proveedor Estrella.** Si la empresa así lo autoriza, se accederá de forma automática al link de la misma.
- **Actualización de sus noticias** en el apartado de noticias dedicado exclusivamente a los Proveedores Estrella.
- **Inserción destaca de las novedades en la web.** En un lugar bien visible de la web de CIBELAE el Proveedor Estrella tendrá la oportunidad de incluir la información relativa a la actividad de su empresa –información corporativa, desarrollo de productos, contratos con Loterías, etc.

En la revista

- **Inserción de un anuncio gratuito en los dos números semestrales.** Tendrá derecho a insertar una publicidad en una página interior en cada uno de los números semestrales de la revista (o en dos números sucesivos).
- **Publicación de información en la revista.** Se dedicará un apartado de noticias específico para los Proveedores Estrella, donde tendrán la oportunidad de incluir la información relativa a su empresa.

En los congresos

- **Inclusión de logos en materiales del congreso.** Los logos del Proveedor Estrella aparecerán nítidamente destacados en la cartelería y en la cartera del congreso.

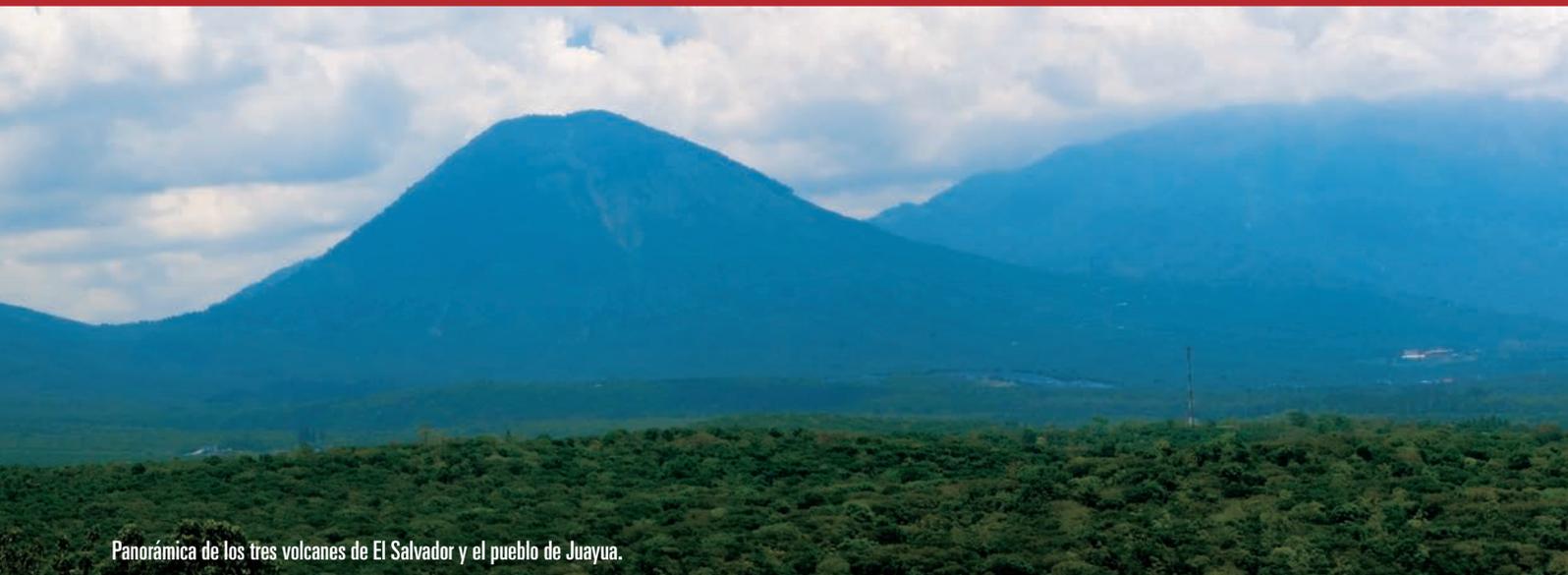
¿Cómo convertirse en Proveedor Estrella?

Coste anual: 12.000 US \$

Contratación: las empresas interesadas deberán dirigirse a la Secretaría General de CIBELAE.

- **Utilización de los logos del congreso** por parte del Proveedor Estrella. Por su parte, el Proveedor Estrella podrá utilizar los logos de cada congreso, tal y como acuerden los organizadores del congreso y la Junta Directiva de la Corporación.
- **Privilegios para la sección de stands.** El Proveedor Estrella tendrá la ventaja de elegir, en primer lugar, la ubicación de los stands para la exposición. Los gastos que ocasione la participación en la exposición correrán a cargo de cada expositor.
- **Ponencia de 15 minutos.** CIBELAE asegurará al Proveedor Estrella una presentación de 15 minutos en la sesión dedicada al proveedor. La Secretaría General se pondrá en contacto con el Proveedor Estrella para coordinar su presentación.





Panorámica de los tres volcanes de El Salvador y el pueblo de Juayua.

La Responsabilidad Social y su enfoque en la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador

Nuestra política sobre la administración responsable

El Salvador



La LNB está enfocando sus esfuerzos a ejecutar acciones orientadas a contribuir a los ejes claves que determinan el nivel de responsabilidad en función de los principios que establece el Código de Conducta de CIBELAE. Estos esfuerzos se han orientado en dos perspectivas: interna y externa.



Los aportes enmarcados en la Administración Responsable de los Juegos de la LNB no se restringen solamente al Programa de Responsabilidad Social que comenzó a implementarse con mayor proyección en el 2006, sino que existen dife-

rentes orientaciones en las cuales la Institución busca incorporar a todas sus “partes interesadas” o *stakeholders* de la LNB, que se convierten en los ejes o actores principales de la razón de ser de este tipo de administración.

PERSPECTIVA EXTERNA

PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL INSTITUCIONAL

A pesar que la Lotería, desde sus inicios, nació bajo la premisa de ser una entidad benéfica, las acciones relativas a la labor humanitaria se han ejercido de forma indirecta a través del Gobierno Central. No fue hasta el 2006 que, a través del proyecto denominado “Programa de Responsabilidad Social”, la LNB ha patentizado la imagen de la acción directa, ya que ha trabajado de cara a los sectores más vulnerables, en función de las buenas causas.

Desde su oficialización, el proyecto ha incluido la atención a asilos y orfanatos, en los cuales se ha atendido de forma periódica las principales necesidades básicas. Asimismo, a medida que se avanza en la ejecución del mismo, el alcance se va ampliando

gradualmente, incorporando al proyecto de forma anual nuevas instituciones que se ven beneficiadas con estos aportes.

Con la incorporación del PRSI a la agenda institucional se ha buscado y logrado mejorar notoriamente la calidad de vida de



Entrega de premios.



Cartel publicitario de LNB.

los beneficiarios, y asimismo se ha obtenido la sensibilización de los empleados en función de las buenas causas, ya que existe una participación activa de éstos en las visitas que se realizan, integrándose de forma directa a las actividades ejecutadas.

Es así que, desde que se implementó el programa, se ha beneficiado a un total de 1.338 personas entre ancianos y niños, distribuidos en 21 instituciones a nivel nacional incorporadas al programa.

EL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SU IMPACTO EN LOS BENEFICIARIOS

Durante el 2007, la LNB ha subsanando algunas de las necesidades básicas de los internos de asilos de ancianos y orfanatos de niños atendidos. Estas necesidades fueron determinadas a partir de sondeos y encuestas dirigidas a las instituciones incluidas dentro del programa, por lo que las necesidades pueden ir variando paulatinamente en cada institución a medida que la LNB satisface las necesidades iniciales.

Durante el 2007 se atendieron las necesidades de 14 asilos de ancianos y 7 orfanatos de niños a nivel nacional, lo que representa un incremento del 13% en relación al año 2006, en el que se inició el PRSI, lo cual manifiesta un incremento de atención de

necesidades en función de la cantidad de beneficiarios.

A casi dos años de iniciar este programa, su implementación y seguimiento ha traído consigo resultados e impactos indirectos asociados a la opinión y sentir de clientes y empleados, como son:

a) Identificación del personal de la LNB con las buenas causas y el Programa de Responsabilidad Social Institucional (PRSI), lo cual se ha logrado por el seguimiento e implementación paralelo a la constitución de un Comité de Valores Institucional, a través del cual se coordinan las principales actividades a ejecutar del PRSI, de tal forma que se involucra a los empleados en el desarrollo de las actividades llevadas a cabo durante la entrega de artículos de primera necesidad en las instituciones beneficiadas con el programa. Asimismo, los empleados y la fuerza de ventas interactúan y comparten con la población beneficiada (asilos de ancianos, hogares de niños) durante las visitas semanales, en las cuales lo más importante en relación a la ayuda material es el compartir lo más apreciado por estos grupos vulnerables, como es llevarles entretenimiento, atención, cariño y comunicación.

b) Reconocimiento por parte de la sociedad de la ayuda que la LNB proporciona hacia

“Administrar, controlar los juegos de Lotería bajo los principios y compromisos éticos, legales, comerciales, de transparencia, de credibilidad y de conservación medioambiental, fortaleciendo y acrecentando la contribución a la economía de nuestro país a través del pago de premios, la generación de empleo y las buenas causas sociales”



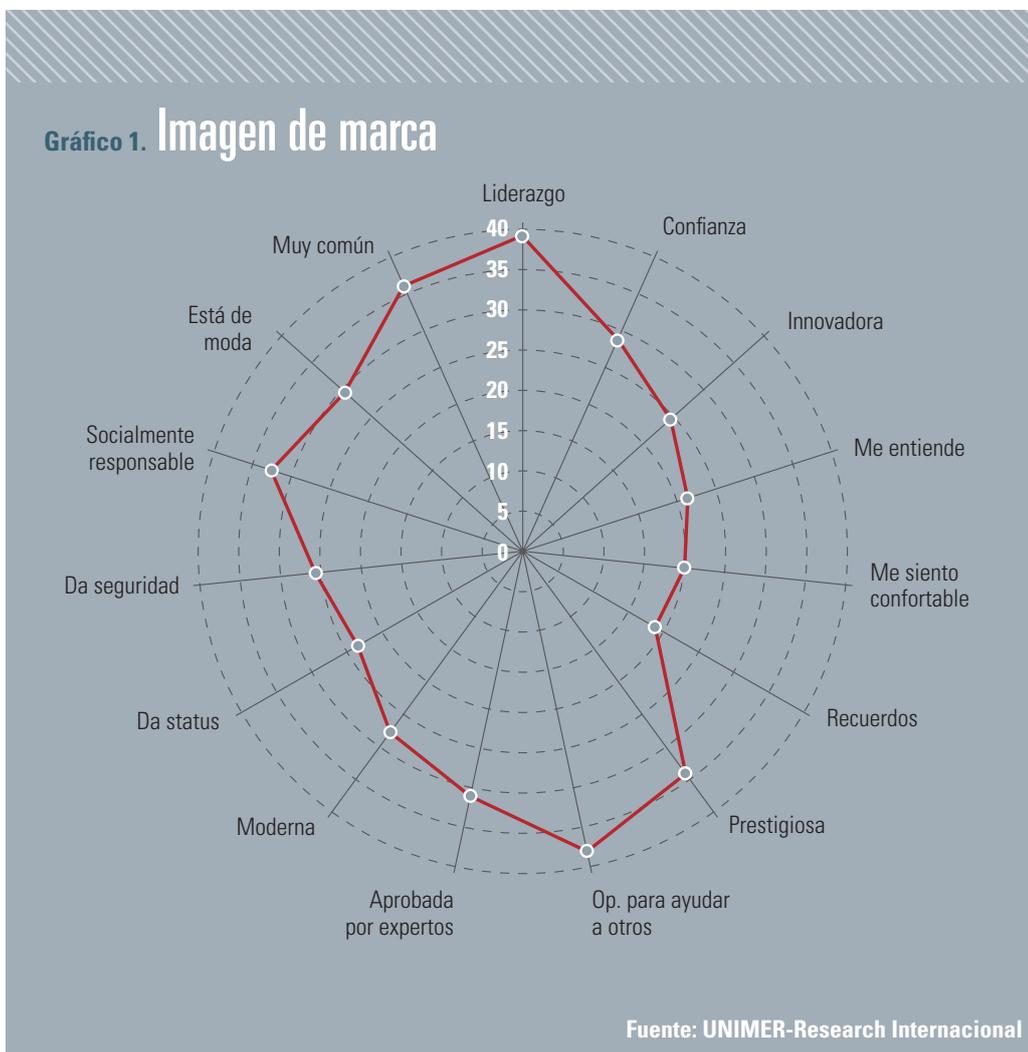
Navidades entrañables.

grupos vulnerables, tal como lo enmarca el estudio llevado a cabo por la empresa UNIMER/Research Internacional en diciembre de 2007, en el cual se describe la percepción de los consumidores y no consumido-

res hacia la personalidad de la LNB, como se muestra en el gráfico 1.

PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Bajo el lema “Hay un juego que lo cambia todo...”, la campaña publicitaria lanzada en el 2007 ha sido la herramienta a través de la cual la LNB ha logrado hacer llegar el mensaje a los consumidores y no consumidores sobre la labor social que desde su origen la LNB ha desarrollado –pero ahora de forma directa–, mostrando este enfoque a través de medios publicitarios de difusión. Una peculiaridad de esta campaña es que en las pautas





Otra de las publicidades lanzadas.

publicitarias de televisión se muestran niños y ancianos que han sido beneficiados por el PRSI.

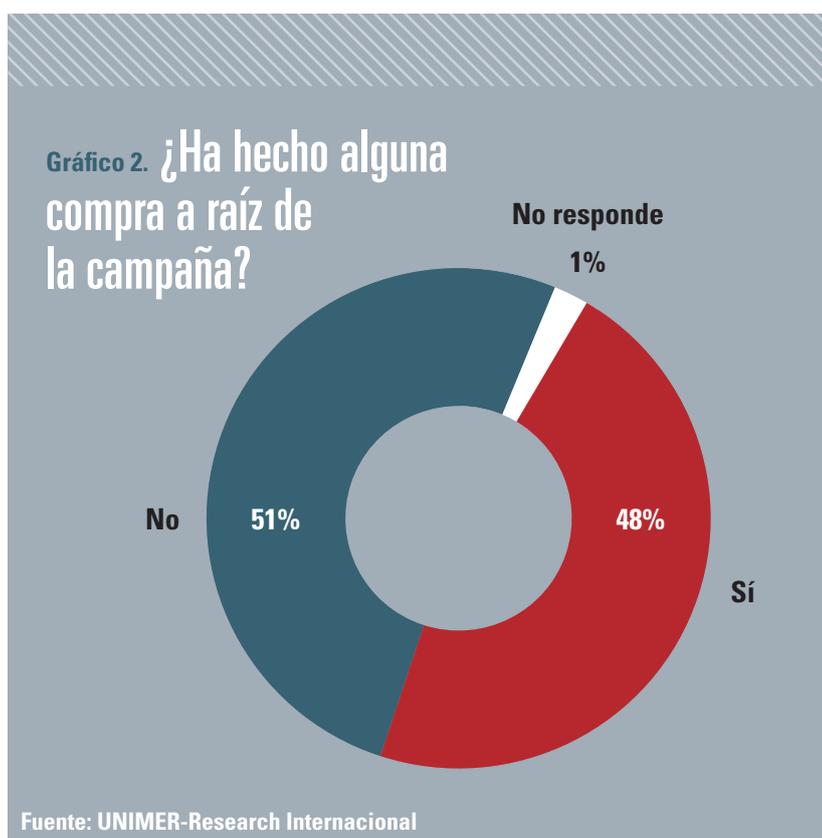
A través de esta campaña institucional-no comercial se muestra específicamente la orientación de los esfuerzos que la LNB impulsa hacia las buenas causas, y que materializa a través del PRSI. Es así como se ha logrado llevar el mensaje a la población salvadoreña sobre el alcance del rol social hacia ciertos grupos vulnerables de nuestro país como son los ancianos y niños; asimismo, se ha logrado informar la vinculación estrecha que tienen los juegos administrados con la responsabilidad social, de tal forma que se motive a la sociedad sobre este esfuerzo colectivo en pro de

mejorar la calidad de vida a los sectores incluidos en el PRSI.

El enfoque de la campaña también ha inducido a que el jugador activo y el potencial conozcan la contribución que cada uno hace desde el momento mismo que decide comprar un vigésimo, billete o boleto de Lotería. El impacto de esta campaña se ve materializado en el incremento gradual de las ventas, comprobándose que más allá del deseo de “ganar”, los salvadoreños piensan y deciden su compra –de Lotería– en función del deseo de contribuir a satisfacer necesidades de los beneficiarios incluidos en el PRSI, logrando con ello disminuir de forma sustantiva estas necesidades, así como se incrementa la población de sectores vulnerable que se ve beneficiada con la incorporación de nuevas instituciones al programa.

De acuerdo a estudios¹, se ha manifestado la relación directa que ha tenido esta campaña de comunicación en relación a la decisión de compra de productos de lotería por la sensibilización obtenida, lo que ha impactado en el incremento del 2,2% de las ventas en relación al 2006, lo que ha contribuido a que el PRSI siga ampliando sus áreas de acción.

En este sentido, para la Lotería Nacional el mantener comunicada a la sociedad en general sobre las operaciones que realiza en pro del cumplimiento de sus responsabilidades es sumamente importante para continuar patentizando la transparencia y credibilidad de los juegos que se administran con responsabilidad, así como su vinculación con las causas de beneficencia, utilizando para ello publicaciones de ganadores con perfil en diferentes medios para mantener informado a sus partes interesadas.



¹Estudio “Evaluación de Campaña Publicitaria Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador”, elaborado en diciembre de 2007 por la empresa UNIMER-Research Internacional.

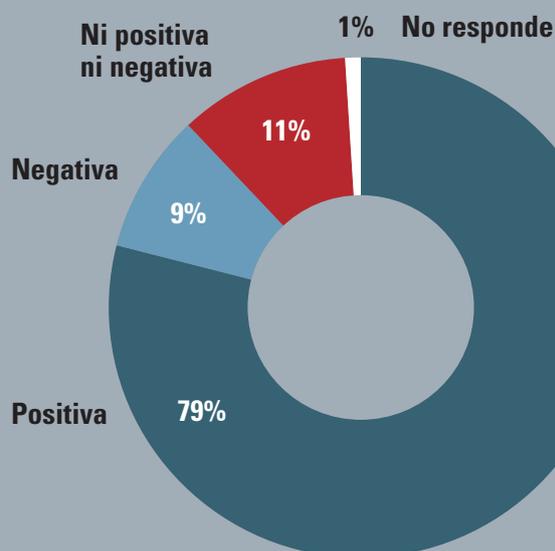
Gráfico 3. Evaluación de la campaña

Casi ocho de cada diez entrevistados indicó que la actual campaña era positiva para la imagen de la institución

¿Por qué considera que es positiva?

Porque el mensaje transmite "ayudar"	21,2
Siempre motiva a la gente ayudar	18,8
Porque se gana y se ayuda	11,8
Porque están colaborando con los ciudadanos	9,4
Porque demuestra que cumple lo que promete	8,3
Porque jugando se gana	8,0
Aumenta sus ventas	5,9
Ayuda a asilos y hogares	5,9

¿Cómo evalúa la campaña?



Fuente:
UNIMER-Research Internacional

PERSPECTIVA INTERNA

SENSIBILIDAD HACIA LAS BUENAS CAUSAS

Antes de que la LNB se incluyera de forma más proactiva en el desarrollo de acciones orientadas a contribuir a la RSC, la concepción de este enfoque se veía de forma pragmática por parte de los empleados; sin embargo, a medida que la implementación del Programa de Responsabilidad Social



Fiesta de solidaridad.

Institucional se ha ido concretando y extendiendo, la Administración ha desarrollado mecanismos para incorporar de forma activa al personal. Es así que dentro de la programación de visitas que se efectúan a asilos y orfanatos, las entregas de los artículos y enseres de primera necesidad la hacen de forma directa los empleados de la institución.

Asimismo, como parte esencial de estas visitas, más allá de hacer estas entregas, lo más importante y gratificante es la recompensa que reciben los empleados por parte de los beneficiados, al recibir un agradecimiento acompañado de alegría, bendiciones y sonrisas, lo que de forma sublime sensibiliza el corazón de los empleados y se logra una empatía hacia niños y ancianos.

Así, desde el inicio de este programa, ha participado el 72,5% de los empleados en al menos una visita, quienes de forma voluntaria han decidido asistir. Así mismo, se ha comprobado que, entre quienes participan al menos una vez, por el grado de acercamiento y sensibilización alcanzado en las visitas por la convivencia entre ancianos y niños, la probabilidad de participación en las posteriores visitas es mayor.

COMPROMISO EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DEL DESARROLLO LABORAL DEL PERSONAL

La LNB ha invertido en capital humano a través de la ejecución de un plan de capacitación sistemático vinculado con las políticas y estrategias claves para el desarrollo de la gestión; todo ello con la finalidad

de fortalecer conocimientos habilidades y destrezas del recurso humano y obtener un mayor rendimiento y productividad en las funciones laborales. Durante el 2007 contribuyó de forma significativa en el crecimiento y desarrollo profesional brindando 5.243 horas hombre, distribuidas en 52 capacitaciones de tipo técnicas especializadas y generales.

Es de resaltar que para definir las necesidades de capacitación específicas por cada empleado, Recursos Humanos ha utilizado dos herramientas técnicas que determinan la orientación de las capacitaciones –Evaluación del Desempeño y Evaluación del Clima Organizacional–, ya que ambas evaluaciones están vinculadas al nivel de desempeño y eficiencia mostrada por los empleados. // //



Cuatro imágenes del estudio y la acción social.

Con nosotros la suerte está asegurada

Ocúpate sólo de la suerte,
FNMT - RCM pone la seguridad.

Nuestra labor - y principal prioridad - es ofrecer la seguridad total en cada uno de nuestros productos. Apostamos por el futuro y las nuevas tecnologías, garantizando un juego seguro, siempre para asegurar la máxima calidad.



Bonoloto, Primitiva, Quiniela y Euromillones



Cartones de Bingo



Lotería Nacional



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Fábrica Nacional de Moneda y Timbre - Real Casa de la Moneda

C/ Jorge Juan, 106, 28071, Madrid - Tlf.: + 34 91 566 65 64 / 66 66 - Fax: + 34 91 504 33 86 / 29 43 - E-mail: comercial.nacional@fnmt.es - Web: www.fnmt.es



Sueldo por 20 Años: un sueño hecho realidad

Chile



Con menos de tres años de vida, la familia de instantáneas "Sueldo por 20 Años", de Polla Chilena de Beneficencia, se ha transformado en uno de los juegos de azar favorito de los chilenos y ha marcado una verdadera "revolución de los raspes" en el país.

“A partir de este premio, mi vida cambiará radicalmente. Ya no necesito depender cien por ciento de mi trabajo o de mi marido. Ahora, tendré la seguridad de que mes a mes habrá un dinero que me permitirá concretar los proyectos que tengo para mí y para mi familia”. Éstas fueron las palabras de uno de los 15 ganadores del premio mayor de uno de los tres raspes que conforman la familia de “Sueldo por 20 Años” de Polla Chilena de Beneficencia.

Los raspes “Sueldo por 20 Años” no sólo significan una nueva propuesta en el mercado chileno. Hoy, a sólo meses de cumplir tres años de su primera aparición pública, se han posicionado como uno de los sueños más anhelados por millones de chilenos que, día a día, acuden a las agencias de la empresa en busca de un producto que representa la tranquilidad que tanto buscan.

LA REVOLUCIÓN DE LOS RASPES

Con anterioridad al año 2005 las dos empresas de Juegos de Azar de Chile –Polla Chilena de Beneficencia y Lotería de Concepción– intentaron incorporar al mercado juegos instantáneos de un mayor precio y nuevas ofertas de premios. Sin embargo, la

propuesta no contó con el respaldo del público y, finalmente, se optó por desestimar la apuesta.

Pero a partir de agosto del año 2005 el mundo de los raspes tuvo un cambio rotundo. Polla Chilena tentó a sus jugadores con una alternativa novedosa, atractiva y hasta entonces desconocida en el ámbito de los juegos de azar del país: “Sueldo por 20 Años”, de 500.000 pesos mensuales. Desde ese momento los jugadores podrían alcanzar lo que tanto soñaban: la tranquilidad y seguridad de tener una calidad de vida mucho mejor.

¿Cuál fue el secreto? A partir de esa fecha los jugadores pudieron, con sólo 500 pesos (US\$ 1), adquirir un producto que satisface una necesidad de tranquilidad y seguridad con un premio consistente en un sueldo mensual, de 500.000 pesos (US\$ 1.000) durante 20 años, el cual tiene la particularidad de ser reajutable y heredable, en el caso de que esto último fuese necesario.

¿Resultado? Éxito total. Bastaron sólo unas semanas para que los Sueldos por 20 Años estuvieran absolutamente agotados, en las más de 2.000 agencias del país. De esta forma, comenzó la “revolución de los raspes”, la cual logró modificar la conducta habitual de los compradores de juegos de azar, quienes por primera vez demostraron estar dispuestos a comprar un producto de mayor valor, pero con premios tan atractivos que incluso los hiciera pensar en aquel cambio de vida que tanto anhelan.

A partir del “Sueldo por 20 Años de 500.000 pesos”, Polla Chilena decidió incorporar nuevos productos de esta misma línea, lo que dio pie al nacimiento de “la Familia de los Sueldos”, compuesta también por los Sueldos por 20 Años, de 1 millón de pesos y de 250.000 pesos, los que son, aproximadamente, equivalentes a US\$ 2.000 y US\$ 500, respectivamente.



“Bastaron sólo unas semanas para que los Sueldos por 20 Años estuvieran absolutamente agotados en las más de 2.000 agencias del país. De esta forma comenzó ‘la revolución de los raspes’, en la que los compradores de juegos de azar demostraron por primera vez que están dispuestos a comprar un producto de mayor valor”



“LOS SUELDOS SON EL REFLEJO DE LA CULTURA DE NUESTRO PAÍS”

En el caso de los Sueldos por 20 Años, ejecutivos de la compañía explican que esta importante apuesta está basada en productos similares que existen en países como Estados Unidos, Canadá y Australia, los que ofrecen sueldos semanales de una determinada cantidad, por períodos que van desde los 10 a 30 años, los cuales responden a la propia realidad y cultura de esas naciones.

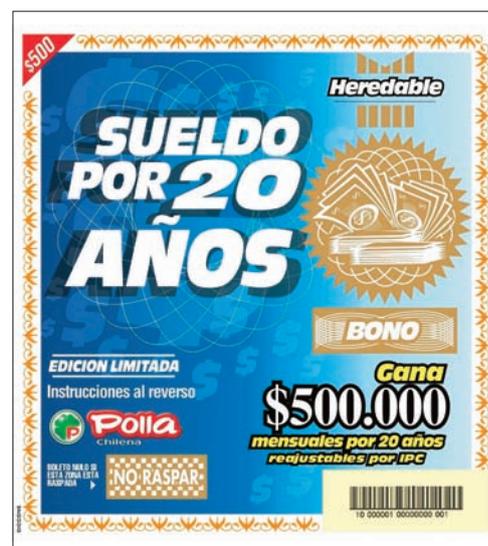
“Es muy importante comprender que, a la hora de adaptar un producto como éste, se deben considerar aquellos factores que están presentes en la idiosincrasia del país, la realidad socio-económica que en él exista, el público al que se dirigirá y, por supuesto, estar inserta en una empresa tan exitosa como Polla”, comenta Lina Barra, Jefe de los Productos Impresos de esta empresa.

De acuerdo a lo señalado por los creativos de los Sueldos en Chile, este producto nació pensado especialmente en la mujer. “Es innegable que los Sueldos por 20 Años son transversales en su público. Sin embargo, la idea surgió como una forma de responder a las necesidades de la mujer chilena, la cual pese a estar cada vez más inmersa en el mundo laboral, aún está sujeta a ciertas diferencias socio-económicas que existen. Por lo tanto, qué mejor que ofertar en el mercado una opción que les entregue una

alternativa que les permite hacer realidad el sueño de la tranquilidad, tanto para ellas como para sus familias”.

Y un dato no menor que avala la preferencia femenina por este raspe es el número de ganadoras del producto, que alcanzan a siete del total de los 15 jugadores que, actualmente, disfrutan de un sueldo que les facilita de forma importante sus vidas.

Por lo tanto, y tal como lo afirma la compañía, “los Sueldos por 20 Años son el reflejo de la cultura e idiosincrasia del país”, que, además, satisfacen las necesidades y anhelos de sus jugadores, quienes optan a uno de los tres sueldos, de acuerdo a su capacidad adquisitiva y aspiraciones de cambio.





La comunicación masiva de ganadores del premio mayor ha sido fundamental para el éxito de la línea de Sueldos por 20 Años porque aporta credibilidad al juego.

LA FAMILIA DE LOS SUELDOS

Tal como se manifestó anteriormente, los Sueldos por 20 Años de 500.000, de 1 millón y de 250.000 pesos llegaron para hacer realidad el sueño de millones de chilenos y chilenas: lograr la ansiada tranquilidad económica, de forma mensual, sin estar sujeto obligatoriamente sólo al sueldo que obtiene a través de su trabajo.

Luego del importante éxito que logró el Sueldo de 500.000 pesos, Polla incorporó al mercado de las instantáneas los Sueldos por 20 Años de 1 millón y 250.000 pesos mensuales, que fueron lanzadas en marzo del 2006 y febrero de 2008, respectivamente, y que dieron paso a lo que la empresa denomina “la Familia de los Sueldos por 20 Años”.

Al respecto, el Gerente Comercial de Polla Chilena, Claudio Tessa, señala que, aunque cada uno de los tres Sueldos son productos tremendamente tentadores para cualquier chileno, no se puede negar que sus públicos son diferentes.

“Obviamente, por la capacidad adquisitiva de nuestro público, no todos pueden acceder

de la misma forma a los distintos Sueldos. Primero, lanzamos el de 500.000 pesos mensuales, orientado a un segmento socioeconómico medio. Luego, con la incorporación del de 1 millón de pesos, y con un valor que duplica al original (1.000 pesos, equivalentes a US\$ 2, aproximadamente), orientamos el producto a un grupo que en Chile denominamos “clase media-alta”.

Concientes de que aquí tenemos un nicho muy trascendental para la compañía y, con la finalidad de destinar esta alternativa para un público de menores recursos, fue que hace sólo unos meses lanzamos al mercado el último de los Sueldos, el cual con sólo 250 pesos (50 centavos) permite a nuestros jugadores acceder a un Sueldo por 20 Años, de 250 mil pesos mensuales (US\$ 500, aproximadamente).

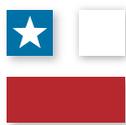
En definitiva, los productos “Sueldo por 20 Años” permitió desarrollar el mercado de raspes de mayor precio en Chile.

De esta forma, gracias al profesionalismo de quienes componen la compañía, se ha logrado en los últimos cuatro años duplicar la venta anual de raspes, y con ello alcanzar el liderazgo con un 60% de participación de las instantáneas en el mercado chileno, de acuerdo a lo informado por La Fleur’s 2008, World Lottery Almanaque. //

Nombramiento de
D. Edmundo Dupré Echevarría
nuevo Gerente de Polla Chilena de Beneficencia



Chile



En sesión ordinaria del Directorio de Polla Chilena, y con la presencia de todos sus integrantes, fue confirmado –por unanimidad– como nuevo Gerente General de Polla Chilena de Beneficencia S.A. D. Edmundo Dupré Echeverría, Ingeniero Comercial y Master of Arts in Political Economy, Currículum Ph.D. (L.D.) por la Universidad de Boston, Massachussets, USA.

Esta decisión puso fin al proceso de selección convocado, públicamente, por la empresa, el cual estuvo a cargo de la Consultora Anguita & Asociados NPA's Partner.

Las empresas en las que Dupré ha participado como director tienen como accionistas al Estado Chileno –a través, del Sistema de Empresas Públicas (SEP)–, inversionistas institucionales (administradoras de fondos de pensiones, compañías de seguros y fondos de inversión) y accionistas privados, en calidad de gestores controladores, siendo estos últimos quienes han determinado su elección como director o gerente.

Ha trabajado también, por medio de IGN Consultores, en la identificación y estructuración del financiamiento de proyectos (Project Finance), en el sector de infraestructura pública (servicios de agua y alcantarillado, carreteras, aeropuertos, cárceles y hospitales), participando además en la gestión de aquéllos (promoción y venta) al facilitar la incorporación de inversionistas y administradores internacionales privados del rubro en esta industria regulada.

En el ámbito de la gestión, junto al presidente del Directorio de Ferrocarriles, ordenó la empresa y propuso un modelo de gestión alternativo para ésta (2007), aplicando

en ella la experiencia obtenida en la administración de empresas de servicios de utilidad pública y, en su calidad de Director Ejecutivo de Anglian Water y Aguas Puerto, administró la valorización de los activos de sus accionistas hasta su venta, en 2003, al Consorcio, con quienes continuó como director.

Diez años de trabajo en el sector financiero, por una parte, y la actividad profesional en sector de público, por otra, le han permitido amalgamar estas experiencias y presentar exitosamente negocios que involucran la cooperación público-privada en la ejecución de proyectos de interés nacional, los que finalmente ha llevado a cabo buscando los equipos a cargo de la dirección de las empresas adquiridas. Desde allí ha tenido una directa participación en la modernización introducida al Gobierno Corporativo de estas empresas, obteniendo de los directores una participación más activa, a través de comisiones especializadas, conforme a sus propias especialidades y entregando garantías a los accionistas minoritarios respecto de sus propios intereses.

Durante los últimos 20 años ha ejercido cargos directivos, ejecutivos y académicos: Gerente General de EFE (2007); Director de Surfrut-Mutuaria Valoriza (2006); Presidente de ESSBIO (2004-2005); Presidente y Vicepresidente de ESVAL S.A.

“Diez años de trabajo en el sector financiero y su actividad profesional en el sector de público han permitido a Dupré presentar exitosamente negocios que involucran la cooperación público-privada en proyectos de interés nacional”



(1999-2004); Director Ejecutivo (MD) de Anglian Water de Chile (1999-2003) y Director de empresas de utilidad pública eléctrica como EDELNOR (1996-1998) y COLBUN (1996).

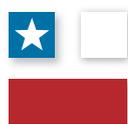
La década anterior estuvo marcada por sus trabajos como miembro del personal ejecutivo del Banco de Chile (1984); The Chase Manhattan Bank (1985-1989); Banco del Estado de Chile (1990-1993) y Gerente de Empresas de CORFO (1994-1996).

Profesor de Economía y Econometría en las Universidades de Chile y Santiago (1984-1989), tiene un Master y aprobó el currículum Ph.D. (L.D.) en Economía en la Universidad de Boston, Massachussets, USA (1980-1982). Ha publicado trabajos y artículos técnicos en revistas académicas especializadas.

Edmundo Dupré Echeverría asumió sus funciones como Gerente General el pasado 2 de junio. //

Polla Chilena publicó su Memoria 2007

Chile



Con un innovador diseño y contenido, Polla Chilena de Beneficencia lanzó en su sitio corporativo la Memoria Corporativa 2007.





El equipo directivo de la Polla Chilena

La gestión detallada de cada una de las áreas de la compañía, junto con sus Estados Financieros y el Informe de los Auditores de Price Waterhouse, Polla Chilena emitió su nueva Memoria Corporativa correspondiente al año 2007.

A diferencia de otros años, la empresa apostó por una publicación innovadora y con una mirada internacional —escrita en inglés y español— en la que destaca no sólo el trabajo de las áreas a lo largo del año 2007, sino que también incorpora de forma destacada a sus directores, ejecutivos y beneficiarios.

De acuerdo a lo señalado por la Presidenta del Directorio de Polla Chilena, Verónica Montellano, este nuevo trabajo tiene como principal objetivo “concretar, plasmar y potenciar una de nuestras principales características: la transparencia, excelencia y creatividad en cada uno de los procesos que, finalmente, nos posiciona como una de las empresas públicas más importantes del país”.

Su contenido bilingüe fue otro de los elementos más destacados por Montellano, quien aseguró que esta alternativa permitirá difundir la gestión de Polla no sólo a las autoridades y actores pertinentes a nivel nacional, sino

que también a ejecutivos y directivos de las Loterías más importantes a nivel mundial.

“Polla Chilena es una de las Loterías de mayor prestigio en Latino e Iberoamérica. Y, aunque este mercado es bastante desconocido en nuestro país, resulta importante mencionar que Polla compite de igual a igual con las mayores potencias lotéricas del mundo, desde el punto de vista de gestión y tecnología. La diferencia es que en otros países la cultura del juego es mucho más fuerte que en Chile”, explicó la única mujer que ostenta la Presidencia de algún Directorio de empresas públicas del país.

La Memoria Corporativa 2007 de Polla Chilena ya fue aprobada por su Directorio y el pasado 28 de abril, la Junta Directiva de esta Sociedad Anónima aprobó su distribución formal y oficial, lo cual es parte del procedimiento habitual en esta instancia.

De esta forma, Polla Chilena inició, a finales del mes de abril, la entrega de este importante documento a las autoridades de Gobierno, parlamentarios, directores de servicio, beneficiarios, embajadores y representantes internacionales del mercado de juegos de azar. ////

“La empresa ha apostado por una publicación innovadora y de contenido bilingüe”

Timemania, la nueva lotería de CAIXA

Timemania, a nova loteria da CAIXA





Brasil

La institución responsable de la administración de loterías en Brasil lanza su décimo producto y causa gran repercusión en el mercado

Instituição responsável pela administração das loterias do Brasil lança seu 10º produto e causa grande repercussão no mercado

Una nueva lotería hace latir más fuerte los corazones de los aficionados al fútbol en Brasil. Lanzada por Caixa Econômica Federal (CAIXA) en febrero de este año, la Timemania, lotería que cuenta con la participación de 98 equipos en el país pentacampeón mundial, entra en cancha con la expectativa de distribuir premios millonarios y establecer un nuevo ranking: el de los seguidores más apasionados de Brasil.

Timemania es la primera lotería totalmente desarrollada con la tecnología y logística de CAIXA, institución responsable de la administración de las Loterías Federales de Brasil desde hace más de 45 años. Para jugar, el apostador elige 10 números entre los 80 disponibles en el boleto de apuestas, y gana el premio principal si acierta los siete números sorteados. Hay también premios para el acierto de seis, cinco, cuatro o tres números.

Además, el apostador elige un club de fútbol para concurrir al premio Equipo del Corazón, que es sorteado separadamente, y cuyo premio es igual al valor de la apuesta.

En cada concurso, CAIXA divulga el ranking de los equipos más indicados por los apostadores. Según el Vicepresidente de Fondos de Gobierno y Loterías de CAIXA, Moreira Franco, esa divulgación estimula una competencia saludable entre los seguidores. "Ninguna hinchada aceptará que su club tenga menos apuestas que sus adversarios.

Uma nova loteria está mexendo com os corações dos apaixonados torcedores brasileiros. Lançada pela Caixa Econômica Federal (CAIXA) em fevereiro deste ano, a Timemania, loteria que tem a participação de 98 clubes do país pentacampeão mundial de futebol, entrou em campo com a expectativa de distribuir prêmios milionários e estabelecer um novo ranking das maiores torcidas do Brasil.

A Timemania é a primeira loteria totalmente desenvolvida com a tecnologia e logística da CAIXA, instituição responsável pela administração das Loterias Federais há mais de 45 anos. Para jogar, o apostador marca 10 números entre os 80 que estão no volante da aposta e ganha o prêmio principal se acertar os sete números sorteados. Há também prêmios para quem acertar seis, cinco, quatro ou três números.

Além disso, o apostador escolhe um clube de futebol para concorrer ao prêmio do Time do Coração, que é sorteado separadamente e cuja premiação é igual ao valor da aposta.

A cada concurso, a CAIXA divulgará o ranking dos times mais indicados pelos apostadores. Segundo o vice-presidente de Fundos de Governo e Loterias da CAIXA, Moreira Franco, essa divulgação estimula uma competição saudável entre

"Para jugar, el apostador elige 10 números entre los 80 disponibles en el boleto de apuestas, y gana el premio principal si acierta los siete números sorteados"

“Para jugar, o apostador marca 10 números entre os 80 que estão no volante da aposta e ganha o prêmio principal se acertar os sete números sorteados”

Principalmente en un país como Brasil, donde el fútbol es el deporte más practicado por la población”.

Ya en su lanzamiento, Timemania logró mucha repercusión. La ceremonia que marcó el inicio de la lotería aconteció en el Palacio del Planalto, en Brasilia, y contó con la participación del Presidente de la República, Luiz Inácio Lula da Silva, y del más grande jugador del siglo XX, el Rey Pelé.

Las estimaciones de CAIXA son que la lotería recaude R\$ 520 millones (US\$ 305 millones) en los primeros 12 meses de ventas. De ese total, R\$ 168 millones (US\$ 98 millones) serán distribuidos como premios a los apostadores, lo que hoy pondría la Timemania en el grupo de las loterías que ofrecen los mayores premios de Brasil.

El Vicepresidente de Loterías de CAIXA acumula un amplio conocimiento sobre el tema pues en 2005, cuando ejercía el mandato de Diputado Federal, fue el relator del

os torcedores. “Nenhuma torcida aceitará ver seu clube com menos apostas do que o time adversário. Ainda mais em um país como o Brasil, onde o futebol é o esporte mais praticado pela população”, afirma Moreira Franco.

Já no lançamento, a Timemania causou grande repercussão. A cerimônia que marcou o início da loteria aconteceu no Palácio do Planalto, em Brasília, com a participação do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e do maior jogador do século XX, o Rei Pelé.

A estimativa da CAIXA é que a loteria arrecade R\$ 520 milhões (US\$ 305 milhões) nos primeiros 12 meses de comercialização. Desse total, R\$ 168 milhões (US\$ 98 milhões) serão distribuídos como prêmios aos apostadores, o que hoje colocaria a Timemania no grupo das loterías que oferecem os maiores prêmios.



Inácio Lula da Silva, Presidente de Brasil, junto al futbolista Pelé.

proyecto de ley que creó la Timemania (en Brasil, la creación de loterías depende de la aprobación de ley específica por el Congreso Nacional).

Moreira Franco explica que la Timemania es una manera inteligente encontrada por el Gobierno Federal para colaborar con los clubes en el proceso de regularización financiera, además de ser una forma de ayudar en la reorganización de ese deporte.

De acuerdo con la legislación, los clubes que participan de la lotería tienen derecho a un porcentaje de 22% de la recaudación como remuneración por la utilización de sus marcas. Esos recursos serán destinados, inicialmente, a saldar sus deudas fiscales renegociadas con el Gobierno Federal. Después de liquidar dichas deudas, los créditos serán ingresados en cuentas bancarias de los clubes para su libre movimiento.

“Esperamos cumplir con los objetivos mayores de la Timemania, que son proporcionar grandes premios a los apostadores y auxiliar a los equipos brasileños en sus esfuerzos de obtener saneamiento financiero. Haciendo esto estaremos colaborando para el desarrollo del fútbol nacional, fortaleciendo los clubes y evitando que jóvenes con talento sean vendidos prematuramente a los grandes clubes del exterior”, concluye Moreira Franco.

PELÉ, ICONO DEL FÚTBOL MUNDIAL, ES LA ESTRELLA DE LA PUBLICIDAD DE TIMEMANIA

El Rey ha vuelto. Pero ahora, en vez de jugar en el ataque, fue seleccionado para actuar en la marcación. Fue así que Pelé, considerado el más grande jugador de fútbol del siglo XX, apareció en los medios de comunicación brasileños en febrero de este año como estrella de publicidad de Timemania, la nueva lotería de CAIXA. Su participación tuvo en consideración el hecho

O vice-presidente de Loterias da CAIXA acumula um vasto conhecimento sobre o assunto, pois em 2005, quando exercia o mandato de Deputado Federal, foi relator do projeto de lei que criou a Timemania (no Brasil, a criação de loterias depende de aprovação de lei pelo Congresso Nacional).

Moreira Franco explica que a Timemania foi uma forma inteligente encontrada pelo Governo Federal para auxiliar os clubes no processo de saneamento financeiro, além de ser uma forma de auxiliar na reorganização desse esporte.

De acordo com a legislação, os clubes que participam da loteria têm direito ao rateio de 22% da arrecadação como remuneração pelo uso de imagem. Esses recursos serão destinados, inicialmente, para a quitação de suas dívidas fiscais renegociadas junto ao Governo Federal e, após saldar essas dívidas, serão creditados em contas de livre movimentação dos clubes.

“Esperamos cumprir com os objetivos maiores da Timemania, que são proporcionar grandes prêmios para os apostadores e ajudar os times brasileiros no seu esforço de saneamento financeiro. Fazendo isso, estaremos colaborando para o desenvolvimento do futebol nacional, fortalecendo os clubes e evitando que jovens talentos sejam vendidos precocemente para times do exterior”, conclui Moreira Franco.

PELÉ, ÍCONE DO FUTEBOL MUNDIAL, É O GAROTO-PROPAGANDA DA TIMEMANIA

Ele voltou. Só que desta vez, ao invés de jogar no ataque, foi escalado para atuar na marcação. Foi assim que Pelé, considerado o maior jogador de futebol do século XX, apareceu na mídia

“Timemania es una manera inteligente encontrada por el Gobierno Federal para colaborar con los clubes en el proceso de regularización financiera, además de ser una forma de ayudar en la reorganización de ese deporte”



“Timemania foi uma forma inteligente encontrada pelo Governo Federal para auxiliar os clubes no processo de saneamento financeiro, além de ser uma forma de auxiliar na reorganização desse esporte”

de ser un jugador admirado por todos los aficionados por fútbol en Brasil.

La campaña de comunicación y marketing de Timemania se fundamentó en la pasión de los brasileños por el fútbol y, en particular, por su propio equipo. Apoyar su equipo del corazón y defenderlo en toda y cualquier circunstancia es una manía de todos los hinchas en un país que tiene el mayor número de conquistas en Copas del Mundo de FIFA.

La primera acción de comunicación fue la vehiculación, en TV y radio, de una propaganda en la que el futbolista confirmaba su retorno a los juegos. Además de esa sorprendente revelación, Pelé aún afirmaba que volvería a jugar en la marcación. El objetivo, ampliamente logrado, era incitar la curiosidad del público y de la prensa.

Después de una semana de expectativas, Pelé volvió a la prensa en una propaganda en la que explicaba el funcionamiento de la nueva lotería a los apostadores. El jugador también apareció en red nacional, en el día del lanzamiento, para anunciar el producto a los vendedores de loterías, por medio de

brasileira em fevereiro deste ano como garoto-propaganda da Timemania, a nova loteria da CAIXA. A escolha de Pelé levou em consideração o fato de o jogador ser admirado por todas as torcidas do Brasil.

A campanha de comunicação e marketing da Timemania foi planejada com base na paixão dos brasileiros pelo futebol e, em particular, por seu time. Apoiar o time do coração e defendê-lo em toda e qualquer circunstância é uma mania de todo torcedor de um país que detém o maior número de conquistas em Copas do Mundo da Fifa.

A primeira ação de comunicação foi a veiculação, em TV e rádio, de uma propaganda na qual o jogador confirmava sua volta aos jogos. Além dessa surpreendente revelação, Pelé ainda afirmava que voltaria a jogar na marcação. O objetivo, amplamente atingido, era aguçar a curiosidade do público e da imprensa.

Após uma semana de expectativa, Pelé voltou à mídia em comercial que explicava o funcionamento da nova

“Pelé, considerado el más grande jugador de fútbol del siglo XX, apareció en los medios de comunicación brasileños en febrero de este año como estrella de publicidad de Timemania, la nueva lotería de CAIXA”

un programa especial presentado por la Red Bandeirantes de Televisión, emisora de emisión en abierto con larga experiencia y tradición en transmisiones deportivas.

Con el objeto de asegurar una mayor audiencia, los empresarios del sector de loterías fueron previamente invitados a encender sus teles ese día. En esta ocasión, los dos Vicepresidentes de CAIXA responsables de las Loterías y de la Red de Oficinas –Moreira Franco y Carlos Borges, respectivamente–, acompañados por dos representantes de la categoría de empresarios brasileños que trabajan con ventas de loterías, presentaron la Timemania a los telespectadores.

CAIXA también colgó en su página web, en el área de acceso restringido a dichos vendedores de loterías, un vídeo de endomarketing, en el cual Pelé los incitaba a que pusieran todo su entusiasmo en el campo. Anuncios en revistas y periódicos, además del material enviado a las tiendas de loterías, completaron las piezas de la campaña de divulgación de Timemania.

LOTERÍA GARANTIZA RECURSOS TAMBIÉN PARA LA SALUD

Además de destinar parte de la recaudación a los clubes, la Timemania también asegura la distribución de recursos para las Santas Casas de Misericordia, para entidades hospitalarias sin ánimo de lucro y para entidades de rehabilitación física de portadores de deficiencias. De acuerdo con la legislación que reglamenta la lotería, el 3% del total obtenido con la venta de billetes de apuestas deberán ser aplicados en provecho de dichas entidades.

loteria aos apostadores. O jogador também apareceu em rede nacional, na véspera do lançamento, para anunciar o produto para os lotéricos, por meio de um programa especial exibido pela Rede Bandeirantes de Televisão, emissora de canal aberto com longa tradição em transmissões esportivas.

Com o intuito de assegurar uma maior audiência, os empresários do setor lotérico foram previamente convidados a ligarem seus aparelhos de TV naquele dia. Na ocasião, os dois vice-presidentes da CAIXA responsáveis pelas Loterias e pela Rede de Atendimento – Moreira Franco e Carlos Borges, respectivamente, acompanhados por dois representantes da categoria lotérica brasileira, apresentaram a Timemania aos telespectadores.

A CAIXA também disponibilizou em seu site, em área de acesso restringido aos lotéricos, um vídeo de endomarketing em que Pelé motivava a categoria lotérica a colocar todo o seu entusiasmo em campo. Anúncios em revistas e jornais, além de material para as casas lotéricas, completaram as peças da campanha de divulgação da Timemania.

“Pelé, considerado o maior jogador de futebol do século XX, apareceu na mídia brasileira em fevereiro deste ano como garoto-propaganda da Timemania, a nova loteria da CAIXA”

Se espera que en los primeros 12 meses de vigencia de Timemania las entidades de salud reciban R\$ 15,6 millones (US\$ 9,1 mll.). Los recursos serán enviados por CAIXA al Fondo Nacional de Salud, que será el responsable de la distribución de todo el importe. //

LOTERIA PREVÊ RECURSOS TAMBÉM PARA A SAÚDE

Além de destinar parte da arrecadação para os clubes, a Timemania também prevê a distribuição de recursos para as Santas Casas de Misericórdia, para entidades hospitalares sem fins econômicos e entidades de reabilitação física de portadores de deficiência. De acordo com a legislação que regulamenta a loteria, 3% do total obtido com a venda de bilhetes de apostas deverão ser aplicados em prol dessas entidades.

A expectativa é de que nos primeiros 12 meses de vigência da Timemania as entidades de saúde recebam R\$ 15,6 milhões (US\$ 9,1 milhões). Os recursos serão repassados pela CAIXA ao Fundo Nacional de Saúde, que ficará responsável pela distribuição da verba. //



Lotería Federal. Casi cuarenta y seis años de premios, arte y acción social

Loteria Federal. Quase quarenta e seis anos de prêmios, arte e ação social



Brasil

Las loterías federales fueron autorizadas por el Gobierno de Brasil por intermedio de Decreto Presidencial firmado en 1961, el cual otorgó a Caixa Econômica Federal (CAIXA) la administración de esa actividad. El primer producto de lotería ofrecido a los apostadores fue la Lotería Federal, cuyas ventas se iniciaron en 1962.

As loterias federais foram autorizadas pelo Governo do Brasil por intermédio de Decreto Presidencial assinado em 1961, o qual delegou à Caixa Econômica Federal (CAIXA) a administração dessa atividade. O primeiro produto lotérico oferecido aos apostadores foi a Loteria Federal, cuyas vendas se iniciaram em 1962.

Desde aquel momento hasta los días actuales, CAIXA ha ampliado y diversificado el portafolio de las loterías federales, que poseen actualmente diez productos y cumplen un importante papel social al destinar parte de la recaudación para inversiones del Gobierno Federal en los sectores de Educación, Asistencia Social, Cultura y Deportes, entre otros. Los recursos destinados a dichos sectores originados por esos productos, sólo en 2007, sumaron R\$ 2.500 millones (US\$ 1.500 millones). Pero nada de lo que se hizo sería posible sin el trabajo realizado por CAIXA junto a los vendedores de loterías en la década de 60, el cual viabilizó la popularización de la Lotería Federal (primer producto comercializado por CAIXA) y consolidó en el corazón de los brasileños el sueño de hacerse millonario.

Además de la remesa de recursos para las buenas causas, en estos 46 años de existencia de la Lotería Federal los billetes se han utilizado también para divulgar obras de arte y fechas conmemorativas del calendario nacional, y aun han auxiliado en la búsqueda de niños desaparecidos.

La primera modalidad de juego de CAIXA dio inicio a una política de promoción cultural luego de sus cinco años de vida, cuando la institución invitó a la pintora Djanira da Mota e Silva –reconocida artista plástica brasileña (1914-1979)– para ilustrar cuatro extracciones especiales de la Lotería Federal, que representaban eventos festivos, entre los cuales la Independencia de Brasil y la Navidad. El trabajo tuvo tan buena acogida que, a continuación, los billetes recibieron imágenes de lindísimas obras de arte de Di Cavalcanti, Aldemir Martins, Alfredo Volpi, Wellington Virgulino, Reboló y muchos otros. La iniciativa posibilitó a CAIXA formar un respetable acervo artístico, contribuyendo de manera significativa a la preservación, valoración y divulgación del arte y la cultura nacionales.

De lá para cá, a CAIXA ampliou e diversificou o portfolio das loterias federais, o qual possui atualmente dez produtos e que cumprem importante papel social ao destinar parte da arrecadação para investimentos do Governo Federal nas áreas de Educação, Seguridade Social, Cultura e Esportes, dentre outros. Os repasses sociais oriundos de todos esses produtos, só em 2007, chegaram a R\$ 2,5 bilhões (US\$ 1,5 bilhões). E nada disso seria possível não fosse o trabalho realizado pela CAIXA junto aos revendedores lotéricos na década de 60, o qual viabilizou a popularização da Loteria Federal (primeiro produto comercializado pela CAIXA) e consolidou no coração dos brasileiros o sonho de se tornar milionário.

Além dos repasses sociais, nestes 46 anos de existência da Loteria Federal, os bilhetes foram utilizados também para divulgar obras de arte e datas comemorativas do calendário nacional e até auxiliaram na busca de crianças desaparecidas.

A primeira modalidade de jogo da CAIXA deu início a uma política de promoção cultural logo aos cinco anos de vida, quando a instituição convidou a pintora Djanira da Mota e Silva –renomada artista plástica brasileira que viveu no período de 1914 a 1979– para ilustrar quatro extrações especiais da Loteria Federal, que representavam eventos festivos, dentre eles a Independência do Brasil e o Natal.

“Las loterías federales poseen actualmente diez productos y destinan parte de la recaudación para inversiones en los sectores de Educación, Asistencia Social, Cultura y Deportes”

Chegada de D. João VI ao Brasil 1808-2008

R\$ 100 MIL

FEDERAL

PREÇO DE PLANO = R\$ 8,05 7 DÉC. - SÉRIE

\$	\$	\$	\$	\$
4.223-4	4.223-4	4.223-4	4.223-4	4.223-4
NULL	NULL	NULL	NULL	NULL

PREÇO MÁXIMO AO APOSTADOR INTERIO - R\$ 10,00
DÉCIMO - R\$ 1,00

SÁBADO EXTRAÇÃO Nº 4.223-4
08/03/08

Loterias CAIXA

“A partir da edição especial dos 45 anos, os bilhetes da Loteria Federal passaram a ser produzidos em papel reciclado, uma iniciativa que visa à redução da degradação do meio ambiente.”

Como varias de las obras fueron pintadas exclusivamente para los billetes de la Lotería Federal, CAIXA organiza exposiciones abiertas al público para que cuadros como “Inconfidência” e “Independência”, ambos en óleo sobre tela de Di Cavalcanti –uno de los mayores artistas brasileños del siglo XX–, sean apreciados por los amantes del arte.

El público en general también estuvo presente en el evento conmemorativo por los 45 años de las Loterías, cuyas festividades se llevaron a cabo en la Plaza Tiradentes, en Ouro Preto, ciudad histórica de Minas Gerais, el día 15 de septiembre de 2007. Durante el evento, que contó además con la participación de vendedores de loterías y autoridades del Gobierno local, el “Camión de la Suerte” –unidad móvil que desde hace dos décadas viaja por todo el Brasil, ofreciendo a la población la oportunidad de acompañar desde cerca todo el proceso de sorteo– realizó el sorteo de una extracción especial de la Lotería Federal.

CONCIENCIA AMBIENTAL

Desde la edición especial de los 45 años, los billetes de la Lotería Federal han pasado a ser producidos en papel reciclado, una iniciativa que tiene como objetivo la reducción de la degradación del medio ambiente.

Con la medida, CAIXA intenta generar el ahorro de papel, además de reducir los consumos de agua y energía, sin olvidar los criterios de seguridad y calidad exigidos. Solo

O trabalho foi tão bem recebido que, na sequência, os bilhetes receberam estampas de belíssimas obras de arte de Di Cavalcanti, Aldemir Martins, Alfredo Volpi, Wellington Virgulino, Rebolo e muitos outros. A iniciativa possibilitou à CAIXA formar um respeitável acervo artístico, contribuindo de maneira significativa para a preservação, valorização e divulgação da arte e cultura nacionais.

Como várias das obras foram pintadas exclusivamente para as estampas dos bilhetes da Loteria Federal, a CAIXA organiza exposições abertas ao público para que peças como “Inconfidência” e “Independência”, ambas em óleo sobre tela de Di Cavalcanti – um dos maiores artistas brasileiros do Século XX –, sejam apreciadas pelos amantes da arte.

O público em geral também esteve presente ao evento comemorativo dos 45 anos das Loterías, cujas festividades foram realizadas na Praça Tiradentes, em Ouro Preto, cidade histórica de Minas Gerais, no dia 15 de setembro de 2007. Durante o evento, que contou ainda com a participação de empresários lotéricos e autoridades do Governo local, o Caminhão da Sorte – unidade móvel que há duas décadas percorre todo o Brasil, oferecendo à população a oportunidade de acompanhar de perto todo o processo de sorteio – realizou o sorteio de uma extração especial da Loteria Federal.

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

A partir da edição especial dos 45 anos, os bilhetes da Loteria Federal passaram a ser produzidos em papel reciclado, uma iniciativa que visa à redução da degradação do meio ambiente.

Com a medida, a CAIXA pretende gerar economia de papel, além de reduzir os consumos de água e energia. Isso sem

“Otra iniciativa honorable de CAIXA fue la realización de una extracción mensual especial que presenta fotos de niños y adolescentes desaparecidos”

“Outra iniciativa louvável da CAIXA foi a realização de uma extração mensal especial que traz em sua estampa fotos de crianças e adolescentes desaparecidos”

algunas fechas del año tendrán los billetes impresos en papel especial, como la Navidad y el Año Nuevo.

ACCIÓN SOCIAL

Otra iniciativa honorable de CAIXA fue la realización de una extracción mensual especial que presenta fotos de niños y adolescentes desaparecidos. La medida hace parte de una campaña del Gobierno Federal para auxiliar en la búsqueda de niños desaparecidos llamada: “Com a sua ajuda esta saudade pode ter fim” y está amparada por convenio firmado entre CAIXA, la Secretaría Especial de los Derechos Humanos de la Presidencia de la República (SEDH) y el Consejo Nacional de los Derechos del Niño y del Adolescente (CONANDA).

FECHAS ESPECIALES

Lotería Federal siempre ha tenido por característica principal las imágenes especiales, que recuerdan fechas conmemorativas importantes para la historia de Brasil. El último acontecimiento fue el 48º Aniversario de Brasilia, capital del país, conmemorado el día 21 de abril de 2007. Pero otros eventos fueron recordados, como los Juegos Panamericanos del Río de Janeiro 2007 y los 200 años de la visita de D. João VI al Brasil.

Uno de los destaques programados para este año es la conmemoración del Centenario de la Inmigración Japonesa al Brasil, que será conmemorado el 18/06/2008. ////

deixar de lado os critérios de segurança e qualidade exigidos. Apenas algumas datas no ano contarão com bilhetes impressos em papel especial, como Natal e Ano Novo.

AÇÃO SOCIAL

Outra iniciativa louvável da CAIXA foi a realização de uma extração mensal especial que traz em sua estampa fotos de crianças e adolescentes desaparecidos. A medida fez parte de uma campanha do Governo Federal para auxiliar na localização de crianças desaparecidas denominada: “Com a sua ajuda esta saudade pode ter fim” e está amparada por convênio firmado entre a CAIXA, a Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República (SEDH) e o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA).

DATAS ESPECIAIS

A Loteria Federal sempre teve por característica marcante as estampas especiais, que retratam datas comemorativas importantes para a história do Brasil. O último destaque foi o 48º aniversário de Brasília, capital do País, comemorado no dia 21 de abril/2007. Mas outros tantos eventos foram lembrados, como os Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro/2007 e os 200 anos da visita de D. João VI ao Brasil.

Um dos destaques programados para este ano é a comemoração do Centenário da Imigração Japonesa no Brasil, a ser comemorado em 18/06/2008. ////



Euromillones reparte un premio de 76 millones de euros en España

España



Un acertante de Montefrío (Granada), el único agraciado de primera categoría en el sorteo de Euromillones del pasado 26 de enero, se embolsó más de 76 millones de euros, el mayor premio de los repartidos por los juegos de la familia de la Lotería Primitiva en España.

El boleto afortunado, de dos apuestas pronosticadas y con un coste de cuatro euros, fue validado en la Administración de Loterías número dos de la localidad granadina de Montefrío, regentada por David Pedro Romero desde 2001, quien se sorprendió mucho al conocer la noticia.

El día que se conoció el acontecimiento, muchos vecinos se congregaron alrededor de la Administración, compartieron la alegría del titular y descorcharon el tradicional champán. Sin embargo, del afortunado, del verdadero protagonista, nada se sabía, no había ni rastro. A pesar de ello, los vecinos de Montefrío brindaron “con sana envidia” a la salud del desconocido, contagiados por la alegría que siempre trae una lluvia de millones como ésta.

En España, el anterior récord de este juego lo ostentaba un acertante de Telde (Las Palmas) que en el sorteo de Euromillones del día 13 de julio de 2007 obtuvo un premio de casi 57 millones de euros.

En el sorteo del 26 de enero, además del sellado en Montefrío, también aparecieron en España tres boletos de segunda categoría, que fueron validados en despachos de Palma de Mallorca, Madrid y San Sebastián, por los que sus propietarios recibirán un total de 341.072,96 euros.

La combinación ganadora estuvo formada por los números 2, 19, 9, 45 y 6. Las estrellas fueron el 7 y el 8. La recaudación total del sorteo ascendió a 119.836.446 euros.

EL GRAN CHEQUE

Desde el día del sorteo, pasaron varias semanas hasta que el propietario del décimo ganador se decidió a cobrar el premio. El pasado 19 de febrero tuvo lugar la esperada entrega del cheque en la sede central de la Caja Rural de Granada, a la que acudieron David Pedro Romero, titular de la Administración que selló el boleto, los representantes de la entidad bancaria y varios responsables de Loterías y Apuestas del Estado. El acertante, cuya identidad todavía se desconoce, no estuvo presente.



Los representantes de LAE y de la entidad bancaria, con el boleto afortunado.



El sorteo de Euromillones se realiza cada viernes en París.

“El establecimiento que validó el boleto ha aumentado mucho sus ventas desde que se conoció el premio”



David Pedro Romero, titular de la Administración que selló el boleto afortunado.

David Pedro Romero se mostró muy contento por haber repartido esta enorme suma. Y no es para menos porque, desde que se conoció el premio, este establecimiento ha aumentado notablemente sus ventas. Ahora no sólo se juega más en Montefrío, sino en toda la provincia granadina, donde las ventas de este juego se han incrementado un 31%, según explicó un representante de Loterías y Apuestas del Estado.

Desde que saltó la noticia, se publicaron por doquier hipótesis y suposiciones de todo tipo. También en este pueblo de algo más de 6.500 habitantes, situado al noroeste de la provincia granadina, todo eran conjeturas. Los vecinos de esta localidad, impactados por la noticia y por la presencia constante de los medios de comunicación, afirmaban desconocer la identidad del agraciado. Finalmente, el boleto apareció, pero el dueño de esta abrumadora suma de millones no tiene intención de revelar su identidad ni ahora ni en el futuro.

¿Qué puede hacer una sola persona con tanto dinero? Al nuevo “euromillonario” no le van a faltar consejeros que le ayuden a administrar y rentabilizar su dinero, mientras que los vecinos esperan que una parte de esta astronómica suma se invierta en el pueblo.

El récord europeo de este juego data del 31 de julio de 2005, después de nueve semanas de bote, cuando un billete vendido en Garryowen (Irlanda) ganó un premio de 115 millones de euros. La ganadora fue Dolores McNamara, madre de seis hijos. ////



Euromillones, cuatro años repartiendo premios

Este juego fue lanzado al mercado el 13 de febrero de 2004. Actualmente, se juega en nueve países de la Unión Europea y está gestionado por las correspondientes organizaciones de loterías de cada país. Todos los viernes del año se celebra un sorteo con sede en París. Los premios son comunes para todos los países y en un solo centro se realiza el escrutinio de todas las apuestas.

La mecánica del juego es muy sencilla. Se trata de acertar cinco números de una tabla del 1 al 50 y también de acertar otros dos (los llamados “estrella”) de un listado del 1 al 9. De modo que, para poder ganar el premio de primera categoría, es preciso pronosticar correctamente nueve cifras. El precio de la apuesta es de dos euros y un 50% de la recaudación de cada sorteo se invierte en nuevos premios.



ONCE: 70 años compartiendo y renovando ilusiones

España



La Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) cumple ahora 70 años desde su creación en 1938, sin haber perdido un ápice de ilusión y empeño en su objetivo de la normalización e integración social de los ciegos y deficientes visuales españoles, esfuerzo éste que se ha financiado en su práctica totalidad con los ingresos procedentes de la comercialización de El Cupón y de otras loterías.

“Las loterías de la ONCE son una concesión del Estado para que la organización pueda financiar sus objetivos sociales”

Quemos agradecer en primer lugar a los miembros de CIBELAE la acogida que nos proporcionaron en su último congreso en San Salvador, donde la ONCE fue admitida como miembro de la Asociación. A este agradecimiento nos gustaría poder responder a partir de ahora con nuestro apoyo y toda la colaboración que podamos proporcionar a CIBELAE y a cada uno de sus miembros.

Por esta razón queremos aprovechar esta publicación periódica para presentar nuestra organización, la finalidad social que la anima y le otorga sentido y la gestión y comercialización de productos de juego de azar, actividad que financia los diversos proyectos sociales que se llevan a cabo, no sólo para personas ciegas, sino que, desde hace dos décadas, también amplían su radio de acción a otros colectivos de discapacitados.

La ONCE nace en 1938 y, desde sus orígenes, su finalidad esencial ha sido la de prestar servicios laborales, sociales y asistenciales a sus asociados, que son los ciegos y deficientes visuales españoles. Así, pocos meses después de su fundación, se celebraron los primeros sorteos del Cupón, lotería tradicional que ha ido evolucionando con el tiempo y con las preferencias de su mercado más fiel, y cuyos

ingresos han servido para mantener y ampliar una labor social que poco a poco se ha ido reconociendo por el conjunto de la sociedad española. Desde sus orígenes, las loterías gestionadas por la ONCE son una concesión del Estado para que la organización pueda financiar sus objetivos sociales.

Durante las décadas de los ochenta y noventa del pasado siglo, el mercado español del juego de azar se vio convulsionado por la irrupción de nuevas modalidades, tanto de subsectores privados (máquinas recreativas, bingos, casinos y otros juegos de menor importancia cuantitativa), como otro tipo de loterías inéditas en nuestro país desde hace más de dos siglos. Se trata de las lotos, especialmente de la Lotería Primitiva, que tuvo una gran acogida incluso entre sectores poblacionales alejados hasta ese momento de las loterías tradicionales.

La ONCE respondió a este reto modernizando y haciendo más atractivo su producto tradicional, diferenciándolo en varios tipos de sorteos y diseñando premios que pudieran competir en este mercado, caracterizado en esa época por fuertes crecimientos y por los primeros síntomas de maduración sectorial. Sin embargo, esto no fue suficiente para garantizar las prestaciones sociales



Terminal inalámbrico utilizado en la ONCE

comprometidas por la ONCE a sus afiliados, por lo que, con el cambio de siglo, se inició una profunda renovación tecnológica que pudiera permitir flexibilizar la red de distribución, preparándola para la venta de productos nuevos: lotos, juegos de números, productos de lotería instantánea, etc.

Si este proceso se caracteriza por su dificultad técnica y organizativa para cualquier operador de loterías, en nuestro caso, el diseño tuvo que tener en cuenta que la red de distribución está compuesta por más de 20.000 vendedores, ciegos, deficientes visuales o personas con alguna otra discapacidad, que distribuyen nuestros productos de juego en la vía pública, en quioscos o stands. Por tanto, los procesos tecnológicos de venta on-line tuvieron que adaptarse a esta circunstancia, por lo que se optó por un terminal inalámbrico portátil, conectado a un sistema central a través de comunicaciones GPRS, adaptado para su utilización por personas ciegas. Sin este cambio tecnológico habría sido imposible comercializar otros productos de juego –además de la lotería tradicional– con las mínimas garantías de seguridad, tanto para el consumidor como para la propia organización.

Este complejo proceso no sólo culminó con éxito, sino que en 2006 la ONCE obtuvo la Certificación de Seguridad de sus sistemas y procesos de juego según los estándares de la WLA, certificación que se renovó en 2007 con la versión ISO/IEC 27001 de tales estándares, sustancialmente más exigente que los anteriores estándares de 2003.

Todo ello nos ha permitido mejorar las condiciones laborales de nuestros vendedores, garantizar a los consumidores la absoluta seguridad y transparencia de los sistemas y procesos que soportan los nuevos productos de juego, hacer más eficiente la gestión comercial y, en definitiva, estar preparados para cualquier eventualidad que pueda con-



La ONCE también gestiona una escuela de adiestramiento para perros guía

vulsionar el mercado, lo que tiene especial relevancia en un entorno como es el de la Unión Europea, en el que el sector del juego de azar, desde hace algunos años, se encuentra en una ambigüedad jurídica que todavía no se ha resuelto desde las instituciones europeas. Nuestra alineación con las organizaciones internacionales de loterías también se ha traducido en el apoyo y colaboración en el diseño de las estrategias de responsabilidad social, es decir, de juego responsable, habiéndonos adherido al marco y principios de juego responsable de la WLA y a los estándares europeos de juego responsable.

Así, lo que hasta hace pocos años nos habría parecido imposible, posibilitó que en 2006 pudiéramos iniciar la comercialización de la primera lotería instantánea, o que dos años antes lanzásemos el primer juego de números. Desde el pasado mes de mayo, la ONCE también comercializa una lotería de matriz 7/39, todo lo cual nos permite mantenernos entre los 20 primeros operadores del mundo en cuanto a facturación y, lo que es más importante, a pesar de las indudables dificultades de mantener una estructura comercial como la nuestra, la ONCE, setenta años después, sigue cubriendo los objetivos sociales

“En 2006 la ONCE inició la comercialización de la primera lotería instantánea”



Puesto de un vendedor de la ONCE.

para sus casi 70.000 afiliados, además de colaborar con otros colectivos de discapacitados a través de la Fundación ONCE, a la que cada año destina más de 60 millones de euros, sin olvidar –en un foro como éste– la creación de la FOAL (Fundación ONCE para América Latina), que tiene como finalidad básica el fomento y la potenciación de proyectos sociales y laborales que tengan como destinatarios a personas ciegas y deficientes visuales de Latinoamérica.

Todo ello ha permitido que en la actualidad podamos ofrecer a nuestro mercado tres tipos de productos:

- Lotería tradicional: incluye tres juegos diferentes a los que se suman, puntualmente, algunos sorteos extraordinarios. El peso de la tradición hace que sus ventas sigan representando la mayor parte de la facturación total.
- 7/39: se trata de una loto sencilla, con dos sorteos semanales que ha iniciado su comercialización recientemente.

- Lotería instantánea: se lanzó al mercado en 2006 y actualmente se comercializan tres juegos de esta gama de productos.

RASGOS DIFERENCIALES

Con relación a la mayoría de operadores, la ONCE presenta algunas peculiaridades que la diferencian y definen. Mencionaremos muy brevemente algunas de ellas dado que, sin comprender nuestras especificidades, difícilmente podrá entenderse una organización como la nuestra.

En primer lugar, no se trata de una Lotería de Estado, sino de una organización tutelada por el Estado, pero gobernada y gestionada por sus asociados, que eligen democráticamente al Consejo General –máximo órgano de gobierno– cada cuatro años.

La comercialización de loterías es una concesión del Estado para financiar los fines sociales de la ONCE, delegando en la organización una responsabilidad pública que, de otra manera, debería asumir el propio Estado.

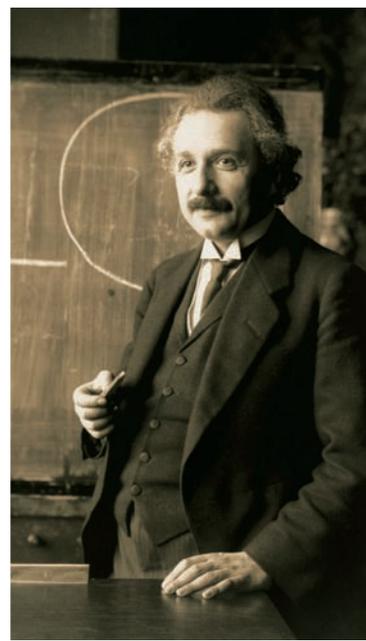
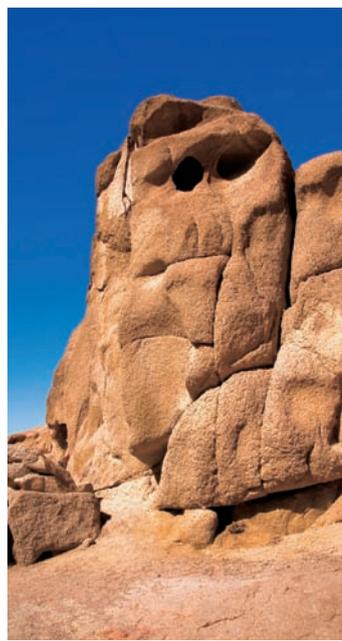
En cuanto a la vertiente comercial, otra de las peculiaridades de nuestra organización es la integración laboral de ciegos y discapacitados en la propia red de ventas de los productos de juego. Ello supone un elevado coste de distribución (alrededor de cuatro veces superior al promedio del sector), lo que, unido al coste derivado de los premios, compromete una parte muy importante de la estructura financiera (aproximadamente el 80% de los ingresos), pero permite que, además de las prestaciones sociales para todos nuestros asociados, más de 20.000 discapacitados estén plenamente integrados socialmente a través de la inserción laboral como vendedores de nuestros productos de juego.

Las dificultades y retos siguen y seguirán siendo muchos, pero después de setenta años los asumimos y afrontamos con las mismas ganas, pero con mucha más experiencia. //

Lotería y cultura

I. Sorteos, juegos y apuestas a través de la Historia (I/IV)

II. Actividades de la Real Casa de la Moneda



Sorteos, juegos y apuestas a través de la Historia (I/IV)

El azar, los dados de Dios y el 'Cleroterion'

José Antonio Álvarez-Uría Rico

A lo largo de la Historia, el sorteo ha sido uno de los procedimientos más utilizados para determinar el azar, unas veces con fines meramente recreativos y otras, para tomar decisiones cuando se desconfiaba del pensamiento lógico.

Monte Moisés, en la península del Sinaí (Egipto).

“Es presumible que, ya en estadíos prehistóricos, las agrupaciones humanas adoptasen deliberadamente el arbitraje del azar para tomar decisiones en las que la aplicación del pensamiento lógico no se considerase funcional”



Pareja de dados romanos de bronce.

Al contrario de lo que suele pensarse, la palabra “sorteo” (someter a la decisión del azar) no deriva de “suerte”, sino a la inversa. La etimología del vocablo remite al verbo latino que designa la acción de “sembrar”.

Hacer un recorrido evolutivo de un acto tan trivial –en apariencia– y tan estudiado desde el análisis estocástico, ¿tiene algún sentido utilitario para los que se ocupan del sector de los juegos y apuestas? Puede darnos una respuesta la teoría contemporánea de la gestión empresarial, que está prestando particular atención a los llamados “saberes o conocimientos sectoriales tangenciales”, hasta ahora descuidados, porque no siempre resulta apreciable su relación con la productividad del sector de que se trate. No obstante, tal relación existe y es posible encontrarla cuando el análisis se lleva a cabo con espíritu creativo.

Con la esperanza de que los lectores de Cibelaé puedan extraer alguna “cosecha” que contribuya a mejorar su gestión (nuevas denominaciones, ideas publicitarias, modificaciones en juegos ya existentes, etc.), he tanteado en estas líneas una aproximación a la realidad del “sorteo” desde una perspectiva histórico-descriptiva. Los yacimientos de la información –algunos de ellos inexplorados– son tan generosos que el problema se plantea a la hora de desechar material. He dividido el texto en cuatro partes por razón de su extensión. En el próximo número de Cibelaé, en diciembre de 2008, se publicará la segunda parte. Si los hados son favorables, la tercera y cuarta entregas se efectuarán en julio y diciembre de 2009, coincidiendo con mi despedida de este mundo laboral de las Loterías de Estado, que me ha tocado en suerte y que me ha deparado innumerables satisfacciones.

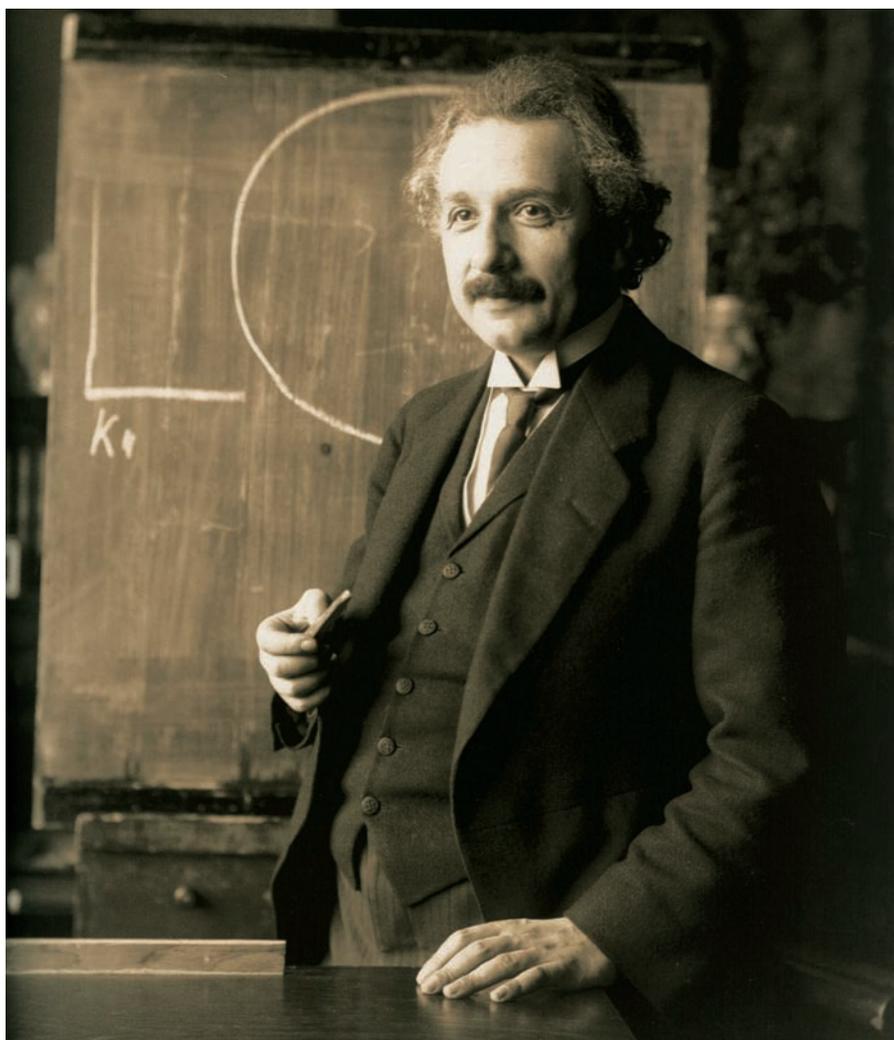
EL AZAR, EL PENSAMIENTO MÁGICO Y LA CIENCIA

Desde tiempos inmemoriales, el inseguro devenir de los seres humanos ha estado presidido por dos tendencias complementarias que se manifiestan, con equilibrio desigual, en el fuero interno de los individuos y en la conciencia colectiva de las sociedades.

La primera de esas tendencias tiene una raíz claramente biológica, zoológica en sentido estricto, y se materializa en la interpretación automática de signos que permiten predecir acontecimientos naturales y ciclos o situaciones estacionales más o menos inmediatos, más o menos periódicos, para actuar en consecuencia. Suele coincidir con la noción de “instinto” en el hombre y “conducta innata” en las especies animales. En líneas generales, los órganos sensoriales de los animales superan a los de los humanos a la hora de predecir el tiempo, los terremotos, el momento más adecuado para la reproducción, etc., y en todas las culturas (con inclusión de las que consideramos más adelantadas) se ha sabido utilizar, en provecho de la propia planificación, el “calendario perpetuo” y la “brújula” interna de muchas especies animales. En

líneas particulares, es evidente que las sociedades humanas van perdiendo esas facultades a medida que se alejan de las llamadas “culturas primitivas” y de las culturas pastoriles y agrarias, pero la civilización industrial y posindustrial ha suplido esa merma con la inventiva tecnológica.

La segunda tendencia es de naturaleza exclusivamente humana. Encuentra su origen en el desarrollo del pensamiento abstracto y en la generalización del pensamiento mágico, en el que se alberga el concepto de “suerte” o “azar”. Es presumible que, ya en estadíos prehistóricos, las agrupaciones humanas adoptasen deliberadamente el arbitraje del azar para tomar decisiones en las que la aplicación del pensamiento lógico no se considerase funcional. Y uno de los procedimientos más prácticos para determinar el azar es el del sorteo, con sus innumerables variantes y aplicaciones y, entre otras, las meramente recreativas, es decir, el juego de azar sin lucro. Curiosamente, los antropólogos han constatado coincidencias notables en los juegos infantiles de los pueblos de la tierra: los sorteos con el número de dedos desplegados (¡el auténtico sorteo digital!), con elementos minerales (piedras), vegetales (hierbas o palitos) y animales (huesos, dientes, etc.).



Einstein pronunció la famosa frase "Dios no juega a los dados".

A este respecto, es preciso recordar el desprestigio que ha tenido la propia idea de lo fortuito, de la suerte o el azar, entre los filósofos y los maestros de las ciencias exactas que han orientado nuestra modernidad hasta los inicios del siglo XX. Un claro paradigma del pensamiento generalizado en la comunidad científica (negacionista del azar) se compendia en la obra del normando Pierre-Simon Laplace (1749-1827), astrónomo, físico y matemático a quien debemos la obra "Mecánica celeste", donde se resumen los descubrimientos astrofísicos de su época.

Laplace estaba convencido del determinismo causal (todo obedece a una causa necesaria; el azar no existe) afirmando lo siguiente: "Podemos mirar el estado presente del universo como el efecto del pasado y la causa de su

futuro. Se podría concebir un intelecto que, en cualquier momento dado, conocería todas las fuerzas que animan la naturaleza y las posiciones de los seres que la componen. Si este intelecto fuera lo suficientemente vasto para someter los datos a un análisis, podría condensar en una simple fórmula el movimiento de los grandes cuerpos del universo y del átomo más ligero; **para tal intelecto nada podría ser incierto, y tanto el futuro como el pasado estarían frente a sus ojos**".

Laplace también tenía la convicción de que el comportamiento y el destino del hombre, un elemento más entre los existentes, no podía sustraerse al gobierno del mismo tipo de leyes. Tras esta construcción determinista, aparentemente demostrada, subyacen siglos de debates ideológicos sobre las ideas del azar,

la predestinación, el libre albedrío y la culpabilidad. Y siglos de enfrentamiento entre religión y ciencia.

Sin embargo, a lo largo del siglo XX los postulados de cuatro teorías revolucionarias resquebrajaron los cimientos de la física tradicional y abrieron las puertas de la ciencia a la suerte, al azar. Y también a la magia. Albert Einstein (1879-1955, "Teoría de la Relatividad"); Max Plank (1858-1947), "Teoría Ondulatoria o Mecánica Cuántica"); Werner Heisenberg (1901-1976, "Principio de la Incertidumbre"), y Edward Lorenz (1917-16 de abril de 2008, "Teoría del Caos"), han dado un impulso gigantesco al conocimiento aunque, paradójicamente, para ello han debido apagar parcialmente el interruptor del Siglo de las Luces, devolviéndonos a la caverna de Platón donde los dioses sólo nos permiten ver las sombras que se proyectan desde el exterior. Ya nada es lo que parece; se tambalea el edificio entero de las certidumbres que han hecho posible nuestra civilización, y el efecto del derrumbe comienza a hacerse visible en una nueva orientación de la filosofía y las ideologías. No obstante, la especialización del nuevo saber alcanza tal grado de complejidad que los profanos necesitamos un ejercicio de fe para creer que la percepción sensorial nos engaña de continuo: nuestra vida, nuestro tiempo, transcurre más rápido cuando estamos sentados en la butaca de nuestra casa y más lento cuando nos encontramos en la butaca de un avión o de otro vehículo en movimiento; en un juego de magia, una partícula (materia) puede estar en dos sitios al mismo tiempo; el efecto del aleteo de una mariposa en Granada puede provocar un tornado en Cancún... Es el fin de la imagen tradicional, segura, acogedora, del entorno. Se ha verificado, una vez más, que la ciencia-ficción termina por ser ciencia a secas. Desaparece la certidumbre absoluta sobre los sucesos en el universo; lo que se postula

“A lo largo del siglo XX los postulados de cuatro teorías revolucionarias resquebrajaron los cimientos de la física tradicional y abrieron las puertas de la ciencia a la suerte, al azar”

es la imposibilidad de predecir con exactitud el futuro. Ya no se prevé un único resultado de cada observación, sino un número de resultados posibles y las probabilidades de cada uno. Por primera vez, el azar se incorpora en el núcleo primordial de la propia ciencia y adquiere en ella carta de naturaleza. Y esta intrusión del azar en el seno de la pura ciencia produjo tal rechazo a Albert Einstein que le llevó a pronunciar la parafraseada expresión “Dios no juega a los dados”.

EL SORTEO COMO EXPRESIÓN DE LA VOLUNTAD DIVINA

Sin embargo, si Albert Einstein hubiera leído la Biblia con detenimiento, nunca habría arriesgado una afirmación tan tajante, pues el “Libro de Josué” (13) y el “Libro de los Números” (34) le desmienten en gran parte, si no en todo: el propio Jehová ordenó la realización de varios sorteos:



La imagen más conocida de Moisés pertenece al actor Charlton Heston en la película *Los diez mandamientos*.

“Y Jehová habló a Moisés, diciendo: manda a los hijos de Israel y diles: cuando hayáis entrado en la tierra de Canaán, esto es, la tierra que os ha de caer en herencia, la tierra de Canaán según sus límites...”

(En el largo párrafo que sigue, Jehová detalla pormenorizadamente las localidades, accidentes geográficos y la especificación de las poblaciones susceptibles de desalojo. El territorio cananeo abarcaba la zona conocida posteriormente como “creciente fértil”, es decir, partes de Siria y Líbano, toda la zona occidental de Jordania, Cisjordania, la Franja de Gaza y el Estado de Israel).

“... Y mandó Moisés a los hijos de Israel, diciendo: ésta es la tierra que se os repartirá en heredades por sorteo, que mandó Jehová que diese a las nueve tribus, y a la media tribu” (Núm. 26.52-56) (Jos. 14.1-5).

“... Y habló Jehová a Moisés, diciendo: éstos son los nombres de los varones que os repartirán la tierra: el sacerdote Eleazar, y Josué hijo de Nun”... (Números 34.1-29).

“Josué era ya viejo, entrado en años, cuando Jehová le dijo: Yo expulsaré delante de los israelitas a todos los habitantes de la Montaña, desde el Líbano hasta Misrefot Maim, y a todos los sidonios. Tú, por tu parte, distribuye el país entre los israelitas mediante un sorteo, para que lo posean como herencia, según te lo he ordenado” (Josué 13).

“Y si no echaréis a los moradores del país de delante de vosotros, sucederá que los que dejaréis de ellos serán por agujones en vuestros ojos y por espigas en vuestros costados, y os afligirán sobre la



Reproducción de un “sénat” egipcio.

tierra en que vosotros habitaréis. Además, haré a vosotros como yo pensé hacerles a ellos” (Núm. 33).

Merece la pena detenerse en estos pasajes porque dan cuenta de los tres sorteos que han tenido las consecuencias geopolíticas más prolongadas de la historia: 3.250 años, aproximadamente, si se dan por buenas las dataciones más documentadas de los expertos en la Biblia (y sin entrar en el debate sobre la historicidad del Antiguo Testamento). A día de hoy, una parte considerable de la comunidad ultraortodoxa de Israel se niega a reconocer la existencia del Estado porque las fronteras asignadas por las Naciones Unidas no coinciden con el mapa trazado por Jehová en fecha incierta.

También da cuenta la Biblia de los tres primeros sorteadores conocidos. La procedencia egipcia de Moisés, Eleazar hijo de Aarón y Josué hijo de Nun permiten suponer —en contra del criterio de Einstein— que el método de sorteo empleado fueron precisamente los dados.

Desde largo tiempo atrás, los dados de seis caras venían utilizándose en Egipto para diversos juegos, entre ellos el “sénat”, antecedente remoto del backgammon. Los llamados “dados tebanos”, expuestos en el museo egipcio de Berlín, se han fechado en los últimos años del siglo XVII a.C. Es posible que la aparición de los dados se haya producido en distintos lugares no relacionados. Parece claro que derivan de las “tabas” o astrágalos, huesos cúbicos que se encuentran en



El Greco se basó en el sorteo de la túnica de Cristo para la creación de su famoso cuadro *El expolio*.

los tarsos de los mamíferos. La utilización de huesos para las artes adivinatorias ha sido –y sigue siendo– común a las culturas ancestrales, de la misma manera que los dados son comunes a las culturas evolucionadas.

Muchos lingüistas coinciden en que la etimología del término “azar” tiene raíz en la palabra del árabe hispánico “az-zahr”, que significa “flor del naranjo” y, por extensión, “dado”. En los dados árabes se representaba el valor máximo (ahora el número seis) con el símbolo de una flor similar a la del naranjo.

Volvemos una vez más a los textos canónicos (con un salto de trece siglos) para hacer simple mención del sorteo sacrílego que celebraron los soldados romanos con la túnica de Cristo:

“Después que los soldados crucificaron a Jesús, tomaron sus vestiduras y las dividieron en cuatro partes, una para cada uno. Tomaron también la túnica, y como no tenía costura, porque estaba hecha de una sola pieza de arriba abajo, se dijeron entre sí: no la rompamos.

***Vamos a sortearla, para ver a quién le toca”** (Juan, 19, 23-24).*

En el monte Calavera o Gólgota, ¿qué método de sorteo utilizaron los cuatro legionarios de Roma –potencia que se vio obligada a dictar leyes contra la ludopatía generalizada en su población–? La tradición da por sentado que fueron los dados.

Dos mil años después, para conmemorar este despojo de Cristo, sigue perpetuándose en España, sobre todo en los pueblos de las dos Castillas, una costumbre sorprendente que se remonta a la Edad Media y va necesariamente acompañada del sonido musical de dos monedas –antiguas, a ser posible– arrojadas al aire. Son los “corros de chapas”, que tienen varias modalidades. En esencia, se trata de un juego simple de apuestas a dos “caras” o dos “cruces” (si sale una cara y una cruz, se repite la tirada), en el que se depositan las apuestas (siempre dinero en efectivo) en el centro del corro. Los “corros” se celebran en la fría noche del Jueves Santo y se prolongan hasta bien entrada la madrugada del Santo Viernes, caldeados frecuentemente con libaciones no siempre comidas. Los “corros de chapas” se jugaron clandestinamente hasta 1992, cuando se autorizó la práctica en locales públicos a cambio de una tasa que actualmente asciende a treinta mo-

nedas... de euro! Nadie sabe cuánto dinero se mueve realmente en esta diversión, pero es normal que, en un corro de treinta personas, se apueste en cada “tirada” una cantidad cercana a seis mil euros (unos 9.000 dólares norteamericanos).

DEMOCRACIA: EL GOBIERNO DEL PUEBLO... POR SORTEO

Imaginemos un pequeño país mediterráneo dos mil quinientos años atrás, hacia el 508 a.C. La población, que se aproxima a trescientos mil habitantes, incorpora varias tribus compuestas a su vez por ciudadanos libres (hombres y mujeres), forasteros y esclavos (de propiedad particular y de propiedad común). Tras haber pasado por múltiples gobiernos aristocráticos y tiránicos, se desencadena una revolución y se decide que “todos” los integrantes de las diez tribus que sean “ciudadanos, varones y mayores de dieciocho años”, asumirán “todos” los aspectos del gobierno (legislativos, ejecutivos y, sobre todo, judiciales). Y que, a excepción de los cargos que exigen saberes especializados, esto es, los militares y los contables de la hacienda pública, cualquiera de esos ciudadanos puede acceder a cualquiera de los cargos y se turnarán en el ejercicio de los mismos.



La etimología del término “azar” tiene raíz en la palabra del árabe hispánico “az-zahr”, que significa “flor del naranjo” y, por extensión, “dado”.

“Éste es, en suma, el esquema básico de la democracia ateniense: un circuito cerrado y dinámico de administradores/administrados, que originó un sistema político impersonal y a la vez representativo, que en el siglo XXI está incidiendo en nuestra forma de vivir”

El cargo que habrá de desempeñar cada cual y cuándo lo ocupará no se deja a la decisión del voto ciudadano sino a la determinación de una máquina de lotería. Éste es, en suma, el esquema básico de la democracia ateniense: un circuito cerrado y dinámico de administradores/administrados, que originó un sistema político impersonal y a la vez representativo, que en el siglo XXI está incidiendo en nuestra forma de vivir.

La máquina de lotería se denominó “cleroterion”, palabra cuya etimología remite a “fortuna o azar”. El “cleroterion” tipo consiste en un gran bloque rectangular de piedra, de unos noventa centímetros de alto por sesenta de largo y treinta de ancho, con cincuenta filas y diez columnas de estrechas ranuras horizontales, geoméricamente alineadas como en un casillero o como las ventanas de un rascacielos. La cara frontal de la piedra estaba cubierta por una placa matriz cuyas perforaciones ranuradas coincidían con las de la piedra. En esas ranuras se insertaban las alargadas plaquetas de bronce o madera en las que figuraba el nombre de la persona candidata y la tribu de adscripción. En el lateral izquierdo de la “máquina” iba adosado un artilugio vertical que tenía en la parte superior una especie de embudo, prolongado por un tubo que desembocaba en un receptáculo situado en la parte inferior del “cleroterion”. En el embudo se introducían las bolas de la suerte, blancas y negras, que iban a caer aleatoriamente, de una en una, en el receptáculo inferior. El sistema era binario: las bolas blancas indicaban “SÍ” y las negras “NO”.



En Atenas surgió el esquema básico de la democracia que rige los países occidentales.

Resulta evidente que bastaba con cambiar el número de bolas para modificar el sentido del sorteo. En un “cleroterion” tipo, en la primera columna figuraban las cincuenta placas identificativas de representantes de la tribu A; en la segunda, las cincuenta de la tribu B, y así sucesivamente hasta la última columna para la última tribu. Si se tratase de elegir personas, se introducirán en el “bombo” tantas bolas blancas como personas a elegir y el resto de las bolas serán negras, hasta contar quinientas en este caso. Si se trata de elegir tribus, se incluirán en el “bombo” tantas bolas blancas como tribus a elegir y el resto serán negras hasta contar diez.

Los sorteos generales y parciales presidieron la existencia de las cámaras y los tribunales de la primera democracia hasta que, en el año 322 a.C., poco después de la muerte de Alejandro Magno, la hegemonía de

los macedonios acabó con las instituciones democráticas.

Los atenienses habían tenido razones suficientes para sentir cierta paranoia frente a la corrupción política y judicial. En las democracias occidentales ocurre otro tanto, en opinión de muchos que perciben una especie de secuestro de la voluntad general en manos de auténticas partidocracias. Por eso no es sorprendente que, según parece, en las anteriores elecciones generales de Francia —país al que, junto con los Estados Unidos, debemos gratitud en todo cuanto respecta a la esfera de las libertades— la candidata del partido socialista, Sra. Ségolène Royal, tuvo la idea de proponer la creación de un órgano de ciudadanos controladores de la orientación política, que serían elegidos por sorteo, a la manera ateniense, entre la población francesa.

Tal vez no tardemos en asistir a la resurrección del “cleroterion”. //

Actividades de la Real Casa de la Moneda



Presentación de las monedas de Expo Zaragoza 2008

El pasado mes diciembre, en el Centro de Visitantes de la Expo (Zaragoza), el presidente de Expo Zaragoza 2008, Roque Gistau, y el Presidente de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, Sixto Heredia, presentan las monedas de colección conmemorativas de "Expo Zaragoza 2008", cuya temática es "Agua y Desarrollo Sostenible". Esta emisión, formada por dos monedas con métrica de ocho reales y calidad "proof", tiene como objetivo inmortalizar este extraordinario evento y colaborar en su divulgación a nivel nacional e internacional.

Las dos monedas tienen el anverso común, que reproduce la efigie de Su Majestad el rey Don Juan Carlos.

En el reverso de la primera pieza aparece la imagen de uno de los edificios más emblemáticos de la Exposición, la Torre del Agua. Unos hilos de agua que atraviesan la parte superior e inferior hacen referencia a la temática de la Exposición.

En el reverso de la segunda pieza está representado el Pabellón-Puente, una de las principales entradas a la Exposición. En la moldura que rodea los motivos y leyendas hay unas gotas de agua que aluden al contenido de la Exposición.

Las monedas de esta colección tienen certificado de autenticidad y van encapsuladas para una perfecta conservación de su brillo y sus relieves. La magnífica presentación se complementa con un elegante estuche de joyería. Las monedas se pueden adquirir de forma individual en bancos y distribuidores oficiales. //



Características de las monedas

Motivo	Facial	Metal	Ley	Diámetro	Peso	Tirada	PVP
Torre del Agua	10 euros	Plata	925 0/00	40 mm.	27 g.	25.000	46,40 euros
Pabellón-Puente	10 euros	Plata	925 0/00	40 mm.	27 g.	25.000	46,40 euros

S. M. la Reina de España entregó el premio Tomás Francisco Prieto 2007

El 5 de diciembre de 2007, Su Majestad la Reina Doña Sofía, presidenta de honor de la Fundación Real Casa de la Moneda, hizo entrega del premio Tomás Francisco Prieto 2007 de Medallística al pintor y artista gráfico Pepe Hernández. El acto, al que también asistió el vicepresidente del Gobierno y ministro de Economía, Pedro Solbes, tuvo lugar en el auditorio del Museo Casa de la Moneda.

Este galardón se otorga anualmente a artistas españoles e iberoamericanos en reconocimiento a una trayectoria personal y artística. Está dotado con una cantidad de 22.600 euros y se completa con el diseño, por parte del galardonado, de una medalla que después acuña la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda.

Durante el acto fue presentada a la Reina la medalla "Aire de Mar" que ha diseñado Albert Ràfols-Casamada como ganador de la edición de 2006 del Premio Tomás Francisco Prieto. Seguidamente, S. M. la Reina inauguró la exposición "Ràfols-Casamada: Espacios de Luz", que permaneció abierta al público hasta el día 10 de febrero de 2008, en el Museo Casa de la Moneda. Esta muestra de Albert Ràfols es una antología de su obra sobre papel instalada en la plenitud del color y simbolismo, cuya cuidada selección ha sido realizada por José Francisco Yvars, comisario de la exposición y su más profundo conocedor. La muestra contiene los argumentos y visiones fundamentales del pintor. //



Medalla "Aire de Mar", diseñada por Albert Ràfols-Casamada.

I EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DOLMEN DE DALÍ
Del 19 de febrero al 9 de marzo de 2008
Museo Casa de la Moneda - Hotel Convención
Abac-Genilure - La Chocita del Loro

PROGRAMA

- Conferencia - Mesa Redonda: El Lugar del Dolmen de Dalí en el mundo. Casa de Audiovisuales, Museo Casa de la Moneda. 21 de febrero a las 19 a 21:30 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Cuenta-Cuentos: Los cuentos de la Plaza. Abac-Genilure. 23 de febrero a las 12 y 17:30 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Proyección audiovisual: Universo Dalí. Plaza de Salvador Dalí. 21 de febrero a las 20 h. Entrada libre.
- Recital: Poemas al Dolmen. Auditorio Museo Casa de la Moneda. 27 de febrero a las 19 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Monólogos: La noche surrealista. La Chocita del Loro. 27 de febrero a las 22 h. Entrada 4 € - aforo limitado.
- Concierto Homenaje a Salvador Dalí. Auditorio Museo Casa de la Moneda. 1 de marzo a las 19 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Teatro: Irreversible. Auditorio Museo Casa de la Moneda. 5 de marzo a las 19 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Pase de peluquería y joyas: Gala de moda. Hotel Convención. 8 de marzo a las 20 h. Entrada libre, aforo limitado.
- Aromaterapia. (Museo Casa de la Moneda - Hotel Convención).

AUDIOVISUALES

Proyecto cine audiovisual. 19 de febrero al 9 de marzo a las 12 h. De Martes a Domingo. Museo Casa de la Moneda. De lunes a sábado. Abac-Genilure.

25 de febrero al 8 de marzo a las 13 y 19 h. De lunes a sábado. Abac-Genilure.

Museo Casa de la Moneda. Calle de Serrano, 57. Madrid. Teléfono: 91 400 0000. www.museocasa.com

Hotel Convención. Calle de Serrano, 57. Madrid. Teléfono: 91 400 0000. www.hotelconvencion.com

Abac-Genilure. Calle de Serrano, 57. Madrid. Teléfono: 91 400 0000. www.abacgenilure.com

La Chocita del Loro. Calle de Serrano, 57. Madrid. Teléfono: 91 400 0000. www.lachocitadeloro.com

Logo de la Comunidad de Madrid, Ayuntamiento de Madrid, Ayuntamiento de Sevilla, Ayuntamiento de Málaga, Ayuntamiento de Granada, Ayuntamiento de Córdoba, Ayuntamiento de Huelva, Ayuntamiento de Cádiz, Ayuntamiento de Almería, Ayuntamiento de Murcia, Ayuntamiento de Valencia, Ayuntamiento de Alicante, Ayuntamiento de Castellón, Ayuntamiento de Tarragona, Ayuntamiento de Barcelona, Ayuntamiento de Girona, Ayuntamiento de Lleida, Ayuntamiento de Teruel, Ayuntamiento de Aragón, Ayuntamiento de Navarra, Ayuntamiento de La Rioja, Ayuntamiento de País Vasco, Ayuntamiento de Cantabria, Ayuntamiento de Castilla y León, Ayuntamiento de Castilla-La Mancha, Ayuntamiento de Extremadura, Ayuntamiento de Andalucía, Ayuntamiento de Canarias.

I Exposición Internacional Dolmen de Dalí

Organizada por la Asociación Vecinal Barrio Goya de Madrid, la I Exposición Internacional Dolmen de Dalí, celebrada del 19 de febrero al 9 de marzo de este año, contó con la participación de 169 artistas internacionales de primera fila y un total de 186 obras, todas con el mismo tema, el Dolmen de Dalí, pero realizadas con diferentes técnicas artísticas: pintura, fotografía, escultura, talla, etcétera. La muestra estuvo repartida en dos sedes, el Museo Casa de la Moneda y el Hotel Convención. Se celebraron también numerosas actividades complementarias, como conferencias, producciones audiovisuales y performances. La relación de artistas se puede consultar en la página web: www.expodolmendali.com/artistas.html.



De arriba abajo, interpretaciones de la obra de Dalí realizadas por los artistas José Luis Galicia y Villa Toro.

INICIATIVA CIUDADANA

El objetivo de esta iniciativa artística era reivindicar y promover el extraordinario valor artístico del Dolmen de Dalí entre los amantes del arte y de la cultura y de los ciudadanos en general, y proyectar su imagen a nivel internacional, pues estamos ante la última gran obra plástica y la única actuación urbanística realizada por Salvador Dalí. Obra de la que la ciudad de Madrid debe sentirse orgullosa y destacar dentro de su oferta cultural.

CON EL APOYO DE TODO EL BARRIO

La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, que es una de las instituciones con más arraigo en el Barrio de Goya y cuyo edificio es uno de los más peculiares y significativos, quiso sumarse a esta iniciativa de los vecinos con la cesión de las salas de exposiciones temporales del Museo Casa de la Moneda y colaborando en el desarrollo de otras actividades complementarias. La muestra contó también con el apoyo del Hotel Convención y de Abac-Benlliure, y con la colaboración de la Pasión de Sofía, la Chocita del Loro y restaurantes de la zona. //

Presentación e inauguración de la exposición

“Nuevas Medallas, Nuevas Miradas”

El pasado 27 de marzo, en el Museo Casa de la Moneda (Calle Doctor Esquerdo, 36 de Madrid), el director del Museo, Juan Teodoro Vidal, y el comisario de la exposición, Benjamín Cano, inauguraron la muestra “Nuevas Medallas, Nuevas Miradas”, que estuvo abierta al público hasta el 13 de abril.



I Premio, Marta García Maroto.



II Premio, Laura Bielsa Condés.

RENOVACIÓN DE UNA ICONOGRAFÍA TRADICIONAL

Con el tema común de la “Sagrada Familia en su huida a Egipto”, las 45 obras que se expusieron fueron realizadas por alumnos de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense y son su respuesta al concurso que convocó la Real Congregación de Arquitectos con la idea de renovar la iconografía de la Sagrada Familia en su huida a Egipto.

LA MEDALLÍSTICA, UN ARTE MUY PRÓXIMO A LA REAL CASA DE LA MONEDA

El Museo Casa de Moneda ha querido colaborar con esta iniciativa a fomentar un arte que, con más de 12.000 obras, constituye una parte importante de sus fondos y que está muy vinculado a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, pues sigue formando parte de su actividad artística e industrial. Además, la Fundación Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda concede anualmente el premio Tomás Francisco Prieto de medallística, en cuya nomina figuran algunos de los artistas plásticos más relevantes del panorama hispanoamericano actual, y que invita a los galardonados a realizar una obra en esta modalidad artística.

UN CONCURSO PARA PROVOCAR DEBATE Y NUEVAS IDEAS

Fruto de la colaboración entre la Facultad de Bellas Artes de Madrid, a través del Departamento de Escultura, y la Real Congregación de Arquitectos en septiembre de 2006 se convocó un concurso que plantea-

ba como “ejercicio de curso” para los alumnos de la Asignatura Medallas II del curso 2006-2007 el diseño y realización de una medalla conmemorativa con el motivo iconográfico de la Sagrada Familia, contemplada en su Huida a Egipto, interpretada según el criterio de los participantes.

“El concurso intenta renovar la iconografía de la Sagrada Familia en su huida a Egipto”

Al concurso se presentaron un total de 45 trabajos, que fueron evaluados por el jurado reunido el día 26 de junio de 2007, y que acordó conceder el primer premio al presentado por Marta García Maroto, el segundo premio a Laura Bielsa Condés y el tercer premio a Paula Heredero Jiménez. Además se otorgaron cinco accesits a los trabajos de Laura Medina Solera, Isabel García Huidobro, César Orrico Méndez, Fátima Calero y Kremen Ivkov Konstantinov.

LA REAL CONGREGACIÓN DE ARQUITECTOS Y LA HUIDA A EGIPTO

Fundada en 1688 y con una riquísima historia, constituye el precedente de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando y de los Colegios y Hermandades Profesionales de Arquitectos. A petición de la totalidad de los Colegios Profesionales, Nuestra Señora de Belén en su Huida a Egipto fue declarada por el Papa Pío XII Patrona de los Arquitectos Españoles. Desde el año 1949 es también Patrona del Ministerio de la Vivienda. //

Acuñadas por la Real Casa de la Moneda española La "Herencia Europea" en dos monedas

El pasado 28 de abril se puso a la venta una nueva colección conmemorativa, acuñada por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, y formada por dos piezas, una de oro y otra de plata. Estas monedas constituyen la quinta emisión del Programa Europa, que en esta ocasión se denomina "Herencia Europea". La colección está dedicada a Alfonso X el Sabio (1221-1284), figura reconocida en todo el mundo por su extensa obra jurídica, histórica, científica y literaria y por haber impulsado la colaboración entre Oriente y Occidente a través de la Escuela de Traductores de Toledo.

"La colección está dedicada a Alfonso X el Sabio, figura reconocida en todo el mundo por su extensa obra jurídica, histórica, científica y literaria y por haber impulsado la Escuela de Traductores de Toledo"



Presentación de las monedas.



Moneda de 200 euros

Metal: Oro
Ley: 999 milésimas
Diámetro: 30 mm
Peso: 13,5 g
Tirada: 3.500
PVP: 400 euros+IVA

En el anverso se reproduce la efigie de Su Majestad el rey Don Juan Carlos. Rodeándola, en sentido circular y en mayúsculas, aparece la leyenda "Juan Carlos I Rey de España". En la parte inferior de la moneda, entre dos puntos, figura el año de acuñación, 2008. Rodea los motivos y leyendas una gráfila de perlas.

En el reverso, en la parte central, se reproduce la estatua sedente del rey Alfonso X el Sabio, realizada por J. Alcoverro para la escalinata de la fachada principal de la Biblioteca Nacional de España. A la izquierda, en dos líneas y en mayúsculas, aparece la cifra de valor, 200 euros. Bajo ella, en imagen latente, figuran la marca de Ceca y el año de acuñación 08. Más abajo, la marca común adoptada por los países que emiten monedas dedicadas al Programa Europa. A la derecha de la moneda, figuran la marca de Ceca y, en sentido circular descendente y en mayúsculas, la leyenda "Alfonso X el Sabio". En la parte inferior de la moneda, se observa una semigráfila de perlas, interrumpida por la imagen central de la pieza. Rodea todos los motivos y todas las leyendas una gráfila de perlas.



Moneda de 10 euros

Metal: Plata
Ley: 925 milésimas
Diámetro: 40 mm
Peso: 27 g
Tirada: 20.000
PVP: 44 euros+IVA

En el anverso se reproduce la efigie de Su Majestad el rey Don Juan Carlos. Rodeándola, en sentido circular y en mayúsculas, la leyenda "Juan Carlos I Rey de España". En la parte inferior de la moneda, figura entre dos puntos, el año de acuñación, 2008. Rodea los motivos y leyendas una gráfila de perlas.

En el reverso, en la parte central, se reproduce la estatua sedente del rey Alfonso X el Sabio, realizada por J. Alcoverro para la escalinata de la fachada principal de la Biblioteca Nacional de España. A la izquierda, en dos líneas y en mayúsculas, aparece la cifra de valor, 10 euros. Bajo ella, en imagen latente, figuran la marca de Ceca y el año de acuñación 08. Más abajo, la marca común adoptada por los países que emiten monedas dedicadas al Programa Europa. A la derecha de la moneda, figuran la marca de Ceca y, en sentido circular descendente y en mayúsculas, la leyenda "Alfonso X el Sabio". En la parte inferior de la moneda, se observa una semigráfila de perlas, interrumpida por la imagen central de la pieza. Rodea todos los motivos y todas las leyendas una gráfila de perlas.

Monedas del Bicentenario de la Guerra de la Independencia



Moneda de 400 euros (8 escudos)

Acuñada en oro, reproduce en su anverso el óleo "El general don José de Palafox a caballo", de Francisco de Goya y Lucientes, y en el reverso, una adaptación de la lámina titulada "¡Qué valor!", de la colección Los desastres de la guerra, del mismo autor.



Moneda de 50 euros (cincuentín)

Acuñada en plata, reproduce en su anverso una adaptación del óleo "El 3 de mayo de 1808 en Madrid: Los fusilamientos en la montaña del Príncipe Pío", de Francisco de Goya y Lucientes, y en el reverso, una adaptación del óleo "El 2 de mayo de 1808 en Madrid: La lucha con los mamelucos", del mismo autor.



Moneda de 10 euros (8 reales)

Están acuñadas en plata. La primera reproduce en su anverso una interpretación de la escena central del óleo "La rendición de Bailén", de José Casado del Alisal, y en el reverso, una adaptación del óleo "El general Castaños", de José M^o Galván.

El pasado 19 de mayo la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre de España –Real Casa de la Moneda– puso a la venta la colección de monedas conmemorativas del Bicentenario de la Guerra de la Independencia española.

La emisión está formada por cinco piezas –una de oro y cuatro de plata– que recogen algunos de los personajes y hechos más destacados de este acontecimiento, que tuvo una gran importancia en el devenir histórico español.



La segunda pieza reproduce en su anverso una interpretación del cuadro "Muerte de Daoíz y defensa del Parque de Montealeón", de Manuel Castellano, y en el reverso, una adaptación del óleo "Manuela Malasaña", de José Luis de Villar y Rodríguez de Castro.



La tercera pieza reproduce en su anverso la estampa "Bando de los Alcaldes de Móstoles" y en el reverso, una interpretación del "monumento al Timbaler del Bruc", obra de Frederic Marès.

Motivo	Facial	Metal	Ley	Diámetro	Peso	Tirada	PVP
¡Qué valor!	400€	Oro	999	38mm	27g	3.500	920,00€
La lucha de los Mamelucos	50€	Plata	925	73mm	168,75g	5.000	174,00€
General Castaños	10€	Plata	925	40mm	27g	12.000	51,04€
El Timbaler del Bruc	10€	Plata	925	40mm	27g	12.000	51,04€
Manuela Malasaña	10€	Plata	925	40mm	27g	12.000	51,04€

Colección completa 1.255,12€

Colección plata 327,12€



Del 24 de abril al 29 de junio en el Museo Casa de la Moneda

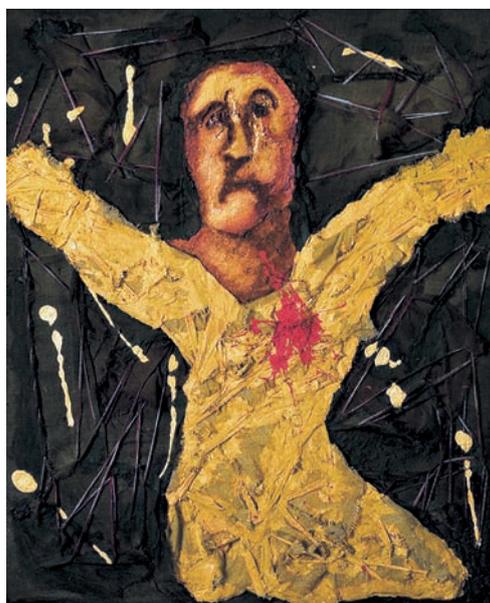
Exposición “Antología y Motivos del 2 de mayo”

El Museo Casa de la Moneda de Madrid acoge, desde el 24 de abril al 29 de junio, la muestra “Antología y Motivos del 2 de Mayo” que, a través de las 31 obras encargadas por la Fundación Móstoles

1808-2008 al artista Jesús Soler, realiza un recorrido por los hechos históricos acontecidos a partir del denominado Bando de los Alcaldes de Móstoles y que fueron especialmente importantes en el devenir de la historia de España a partir del histórico 2 de mayo de 1808.

La exposición, patrocinada por la Obra Social de Caja España y la Fundación Atlántico, está diseñada con un marcado carácter didáctico y dirigida a todos los públicos.

Tiene además vocación itinerante y recorrerá aquellas plazas y ciudades que fueron significativas en aquellos días tan señalados.

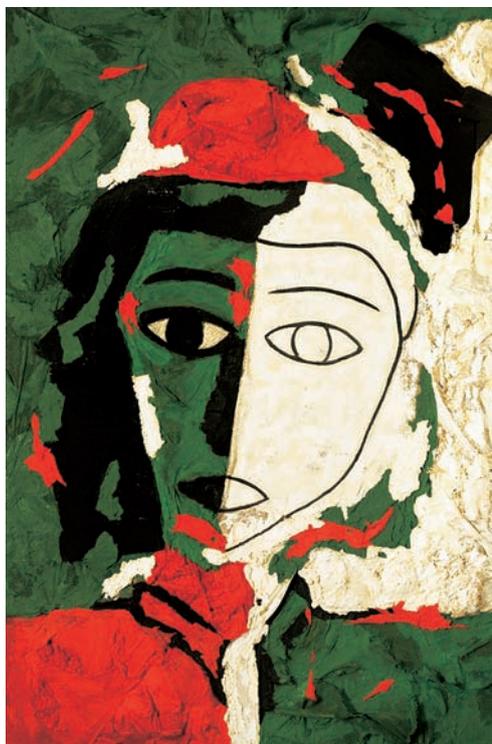


LA RESISTENCIA POPULAR, PRINCIPAL PROTAGONISTA

Jesús Soler piensa que sobre la Guerra de la Independencia se pueden escribir cientos de libros y pintar miles de cuadros. Partiendo de esta premisa, al recibir el encargo de

la Fundación Móstoles 1808-2008, consideró oportuno dirigir la exposición conmemorativa del Bicentenario del Dos de Mayo a los acontecimientos que tienen lugar desde el intento de institucionalización de un nuevo régimen mediante una nueva constitución (Bayona, primeros días de mayo de 1808) hasta la batalla de Bailen (segunda quincena de julio).

La intención de Jesús Soler es mostrar a lo largo de esta exposición un especial interés por los hechos protagonizados por la resistencia popular, apoyada y alentada por el clero en muchos de los alzamientos. Tras el fracaso del ejército regular en la defensa del camino de Madrid –batalla de Medina de Ríoseco– triunfa, con la esencial colaboración del Pueblo español, en el corte de otras iniciativas francesas (Murcia, Valencia, Aragón, Cataluña, etc.) y, sobre todo, derrota frontalmente a Napoleón por mar en la encerrona de Cádiz y por tierra en la trascendente batalla de Bailén. Al terminar el verano de 1808, Napoleón había sufrido en la Península Ibérica una doble derrota: militar y política. Era la primera derrota del Imperio y el signo de su ocaso irreversible. Es cierto que la Guerra de la Independencia, la Guerra peninsular que finalmente se ganó con la inestimable ayuda y colaboración de Gran Bretaña, no



había hecho más que empezar, pero había comenzado definitivamente mal para Napoleón, como su hermano José tuvo la clarividencia de adivinar y el valor de comunicárselo en varias ocasiones.

Jesús Soler ha tratado de lograr el difícil objetivo de exportar tan denso cúmulo de hechos mediante la interpretación plástica de personajes, símbolos y leyendas, que le han cautivado sobremanera, tanto en los tiempos de su infancia cuando le hablaban de la Guerra de la Independencia, como con posterioridad a través de las lecturas dedicadas a aprender más sobre ese momento histórico de España. La finalidad última que persigue con este proyecto es que tanto el libro como la exposición de las obras tengan un marcado carácter didáctico para todos los públicos, a la vez que lograr una nueva y actual expresión artística de los acontecimientos del Dos de Mayo, de los diferentes alzamientos y de sus protagonistas.. ////



Jesús Miguel Soler Rodríguez

Nacido en Huesca en 1955, cultiva la audacia y la pasión en su personal forma de pintar. Él mismo asegura que ha encontrado en su mujer, su hijo y la pintura "su razón para vivir". Su obra está repleta de dramatismo y vigor, buscando desesperadamente un mundo más humano con la firme esperanza de seguir luchando por acabar con las injusticias. Entre otros méritos, Soler tiene el Premio Nacional de las Artes Alfonso IV, miembro de la Academia de Artes y Letras de Portugal, del Instituto Preste Joao de Etiopía, de la Academia Portuguesa Ex-Libris y Doctor Honoris Causa de Bellas Artes por la Universidad de Sao Paulo.



El Ecuador, viaje al centro de la tierra



Ecuador es un país ubicado al noroeste de América del Sur, cuyo territorio continental limita con el de Colombia por el norte y con Perú al sur y al este, además de lindar con el océano Pacífico al oeste. El contraste entre nieve y playas, la exuberante selva, y una naturaleza única en las islas de Galápagos que conduce hasta los orígenes de la Tierra, junto a la gran calidad humana de sus habitantes contribuyen a hacer de El Ecuador uno de los países más admirados y sugestivos para el viajero que visita la América meridional.



La isla Bartolomé, en el archipiélago de las Galápagos.

Ecuator está poblado por más de trece millones y medio de habitantes, con un porcentaje de población urbana cercano al 62 por ciento. La moneda oficial es el dólar (equivalente al dólar estadounidense). Es un país de gran riqueza cultural, natural y arqueológica. Ocupa una superficie de 256.370 kilómetros cuadrados, en los que se incluyen las islas Galápagos —o archipiélago de Colón— situadas a unos mil kilómetros del territorio continental. Quito, la capital, está situada a 2.850 metros sobre el nivel del mar. La ciudad más poblada del país, con casi dos millones de habitantes, es Santiago de Guayaquil, uno de los puertos más importantes de América del Sur, que constituye el principal impulso de la economía ecuatoriana.

Obtuvo su independencia de España en 1822, pasando a formar parte de la Gran Colombia junto con las actuales Colombia, Venezuela y Panamá, hasta su separación de la misma en 1830, fecha en la que se convirtió en un país independiente.

Ecuador se divide administrativamente en 24 provincias y pueden distinguirse cuatro regiones bien diferenciadas: la costa, que comprende algo más de la cuarta parte del país; la sierra, constituida por las montañas andinas y sus llanuras; la región amazónica, situada en la parte oriental de los Andes; y la región insular, integrada por las islas Galápagos.

LA COSTA

En la región costera de Ecuador predominan las llanuras fértiles y las elevaciones de poca altitud, y podemos encontrar atractivas playas y balnearios. Aquí existen tres ecosistemas principales: los bosques lluviosos tropicales del norte; las sabanas tropicales del centro y del sudoeste, y el bosque seco de la franja occidental-meridional.

Las estaciones en esta región son dos: el invierno dura de diciembre a mayo y el verano de junio a diciembre. La corriente cálida

—conocida como “corriente del Niño”— provoca un aumento de las lluvias en los cinco primeros meses del año.

En esta zona existen grandes plantaciones de productos de exportación; una de las más extendidas es el banano, pero también se cultiva café, cacao, arroz, soja, caña de azúcar, algodón, frutas y otros productos tropicales destinados a satisfacer la demanda de mercados nacionales e internacionales.

Guayaquil, Puerto Bolívar, Manta y Esmeraldas son puertos de entrada que se extienden a lo largo del litoral de esta área. Poseen numerosas zonas marítimas pesqueras y excelentes lugares para la práctica de deportes acuáticos. En esta región existen cinco provincias. Una de las más turísticas es Esmeraldas, donde se encuentran pueblos de pescadores —las aguas son ricas en camarones, ostras y cangrejos—, manglares y numerosos yacimientos arqueológicos.

Otra de las provincias de la costa es Guayas, cuya capital es Guayaquil. El área protegida más importante de esta zona es la reserva ecológica del manglar de Chururte, que se encuentra cerca de la ciudad, donde se puede observar una gran variedad de especies.

“La geografía de Ecuador tiene cuatro regiones bien diferenciadas: la costa, la sierra, la región amazónica, y la región insular, integrada por las islas Galápagos”



Monumento a José Joaquín Olmedo, en el puerto de Guayaquil.



Vista de la cordillera de los Andes.

“Las grandes cimas se erigen en el centro y el norte del país; de Riobamba hacia el sur va decayendo la altitud al tiempo que aumenta la anchura de la cordillera”

LOS ANDES

La cordillera de los Andes atraviesa el país en sentido sur-norte. En esta cadena montañosa está compuesta por muchos picos, de los cuales alrededor de una docena superan los 4.800 metros de altitud.

En la sierra la estación lluviosa o invierno dura de octubre a mayo, con una temperatura anual media que varía de los 12 a los 18°C. Sin embargo, las alteraciones diarias de temperatura pueden ser muy bruscas, con jornadas muy calurosas y noches muy frías.

Las grandes cimas se erigen en el centro y norte del país; de Riobamba hacia el sur va decayendo paulatinamente la altitud al tiempo que aumenta la anchura hasta formar una gran superficie plana que suele denominarse Austro. El Cotopaxi es el volcán activo más alto del mundo (5.897 m) y está situado en el valle interandino; el nevado Chimborazo (6.310 m) es la cumbre más elevada de Ecuador y está ubicado en la cordillera occidental de los Andes.

LA AMAZONIA

El relieve de la Amazonia consta de una serie de colinas que se originan en la parte oriental de los Andes y descienden hasta las llanuras del Amazonas, a cuya cuenca pertenecen importantes ríos como el Putumayo, el Napo y el Pastaza.

En esta región hay que distinguir dos regiones geográficas: la Alta Amazonia y la llanura. En la primera se encuentran las cordilleras de Napo Galeras, Cutucú y Cónдор. Los relieves más sobresalientes de la región se hallan en la parte norte, cerca del volcán Sumaco, y los más bajos hacia el lado este. En la Amazonia se localizan cinco de las veinticuatro provincias del país.

A 10 kilómetros al norte de Tena, en la provincia de Napo, está Archidona, la ciudad

Para traer en el recuerdo

No se conoce de verdad El Ecuador sin descubrir su variada artesanía, que en la actualidad todavía da trabajo a unas 200.000 familias.

La mayor parte de la elaboración de los sombreros “montecristi”, inadecuadamente llamados “panamá”, es de tipo artesanal, para lo que se utiliza la fibra de la palmera toquilla. Destaca también la artesanía textil de los indios de Otavalo, en la parte septentrional de la región interandina; son muy bellas sus producciones hechas a mano, con imaginativas combinaciones de colores.

También conviene buscar los objetos realizados en oro y plata, herederos del arte precolombino y sorprendentes por su finísimo estilo.

más antigua, fundada por los españoles en el siglo XVI.

En Puerto Bolívar, los indígenas de la comunidad Siona elaboran objetos artesanales como canastas, coronas, shigras (bolsos de mano) y hamacas. Otras manufacturas de la región son collares con semillas y la popular cerámica de barro cocido adornada con pintura vegetal. En la provincia de Napo (Tena, Archidona y Misahuallí) hay varios mercados artesanales donde se exhiben productos elaborados por las diferentes comunidades indígenas.

En Pastaza, cerca de Puyo, se ubica la reserva Hola Vida, desde donde se puede emprender una ruta hasta la cascada sagrada de los quichuas. En Napo, en la comunidad de los quichuas del oriente, habitan chamanes que practican sus tradiciones ancestrales.



Laguna de Aguas Negras, en la provincia de Orellana.



Tecnoformas[®]
Indústria Gráfica Ltda.

www.tecnoformas.com.br
+55 11 4197-3388

Impressos Lotéricos de Segurança
Impresos de Seguridad para Loterías

“La UNESCO declaró Las Galápagos Patrimonio Natural de la Humanidad en 1978, y en diciembre de 2001 se amplió esta declaración a la reserva marina”

LAS ISLAS GALÁPAGOS

En las islas Galápagos se encuentra la naturaleza en su estado más puro. Este misterioso lugar fue, precisamente, el que inspiró al joven naturalista Charles Darwin para escribir su obra más famosa: “El origen de las especies”, en 1835.

Ubicado a un millar de kilómetros de la costa del Ecuador, este archipiélago está compuesto de trece islas grandes, seis pequeñas y más de 40 islotes. Todo el conjunto insular tiene una extensión total de 8.010 km².

Las islas emergieron del océano Pacífico hace cinco millones de años como resultado de erupciones volcánicas submarinas. Son



La tortuga gigante es una de las especies más características del archipiélago.

las formaciones de lava y la roca volcánica lo que ofrece al visitante una orografía tan singular e impactante.

El proceso de evolución, el clima, las corrientes marinas y una carencia relativa de depredadores –incluyendo el hombre– hicieron de este archipiélago uno de los más raros e importantes lugares de nuestro planeta. A lo largo de los siglos, animales y plantas fueron colonizando los lechos de lava que en su origen formaban las Galápagos.

Los primeros seres vivos que poblaron la zona han evolucionado hasta formar especies únicas que solo se encuentran en este lugar. Todos los reptiles de las Galápagos –tortugas gigantes, iguanas marinas y terrestres, lagartijas de lava, etc.–, la mitad de las especies de aves, el 32% de las plantas y el 25% de los peces, así como un buen número de invertebrados, se hallan exclusivamente en este punto del planeta.

Las Galápagos fueron declaradas parque nacional en 1959, protegiendo así el 97,5% de la superficie terrestre del archipiélago. La UNESCO las declaró Patrimonio Natural de la Humanidad en 1978, y en diciembre de 2001 se amplió esta declaración para la reserva marina.

TRES CIUDADES IMPRESCINDIBLES: QUITO, RIOBAMBA Y CUENCA

La fundación de Quito se atribuye a los indios Quitus, en el siglo X. Durante la dominación incaica adquirió tal importancia



Parque Maldonado, en la ciudad de Riobamba (provincia de Chimborazo).

que llegó a rivalizar con el mismo Cuzco. Se encuentra ubicada junto al volcán Pichincha (4.794 m) y fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Se trata de una de las ciudades históricas más importantes de Latinoamérica, fundada el 6 de diciembre de 1534 por Sebastián de Benalcázar. La catedral de la ciudad, ubicada frente a la plaza de la Independencia, es uno de los monumentos más importantes, así como las iglesias de San Francisco, San Agustín, Santo Domingo, El Sagrario, La Merced... Gran parte de sus recintos interiores, sobre todo altares y púlpitos, están bañados en pan de oro y albergan incontables muestras de arte religioso. Otra construcción relevante es el Palacio de Carondelet, sede actual del Gobierno Central. El casco antiguo de Quito es un pequeño laberinto de estrechas y empinadas calles empedradas, con edificios de balcones y patios interiores.

En el centro del país está Riobamba, antigua capital del Ecuador. Su casco antiguo, de estilo colonial, contiene bellos monumentos como la catedral o las iglesias de La Basílica, La Merced y San Antonio. Para admirar una completa colección de arte religioso, el

Placer para el paladar

La cocina típicamente ecuatoriana se basa en tres productos básicos —maíz, papas y porotos—, ya utilizados por los habitantes precolombinos. Con maíz destacan platos como el tostado, el canguil, el mote, la chuchuca, las mazamoras y las tortillas.

Las papas, por su parte, se comen cocidas, asadas, en puré o como elemento de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros. A su vez, los porotos se cocinan tiernos o maduros o se combinan en guisos con los cuyes, nabos, achogchas y condimentos varios.

! Su sorteos de TV merecen el mejor !



Los equipos sorteadores más avanzados del mundo

Totalmente Automáticos • Operación por PC • Cargador Retráctil • Bolas Leves de Constitución Sólida • Sistema de Reconocimiento Automático de los Números • Sistema Integrado de Seguridad • Accesorio para Calibración y Validación de las Bolas • Alta Calidad en Servicios en Todo el Mundo • Confiabilidad

Para detalladas informaciones sobre nuestros productos y servicios visite nuestro sitio www.editec-lotteries.com o envíe un correo electrónico para wintv@editec-lotteries.com



convento de la Concepción es el lugar indicado. Una antigua línea de ferrocarril, construida a principios del siglo pasado, une la

capital con la zona sur del país, pasando por Riobamba. El trayecto atraviesa los paisajes espectaculares de la cordillera, y también es posible conocer “La nariz del diablo”, sector de la vieja ruta del ferrocarril, trazado en roca, un recorrido que obliga al tren a ascender y descender de forma serpenteante.



Catedral de Cuenca, que conserva la belleza de la arquitectura del siglo XVIII.

Fundada por los españoles en 1557, Santa Ana de los Ríos de Cuenca se yergue a 2.543 m de altitud, sobre la ladera nororiental de la cordillera de Chanchán, 120 km al sudeste de Guayaquil. Es un vivo centro intelectual, sede de varias universidades (una de ellas fundada en 1868). Conserva con especial cuidado la característica belleza de su época colonial; en sus templos de San Francisco, la Concepción, el Carmen, se encuentran obras de inmenso valor artístico. Los alrededores, de atractivos paisajes, constituyen centros de artesanía muy apreciados: Gualaceo, Chordeleg, etc. También en sus cercanías se encuentran las ruinas incaicas de Ingapirca. //



Uno de los edificios más emblemáticos de Quito es el palacio presidencial.



Parque Nacional Machalilla, en la provincia de Manabí.

Fotos cedidas por la Oficina de Turismo de Ecuador.

Directorio CIBELAE

Secretaría General

Loterías y Apuestas del Estado

D. Gonzalo Fernández Rodríguez
C/ Capitán Haya, 53
28020 Madrid
Tel: + 34 91 596 2501/2365
Fax: +34 91 533 9434
e-mail: secretaria.general.
cibelae@loteriasyapuestas.es
Internet: www.cibelae.com
www.cibelae.org

Junta Directiva (a mayo de 2008)

Presidencia:

Lotería Nacional de
Beneficencia
D. José Manuel Avilés
San Salvador (El Salvador)

Vicepresidencias:

1ª Vicepresidencia: Caixa Econômica Federal

D. Wellington Moreira
Brasília (Brasil)

2ª Vicepresidencia: ALEA

D. Roberto Armando López
Córdoba (Argentina)

Vocalías:

Lotería Nacional de Beneficencia y Salubridad

D. Álvaro Antelo Abudinen
La Paz (Bolivia)

Junta de Protección Social de San José

Dª Celina González
San José (Costa Rica)

Polla Chilena de Beneficencia

Dª Verónica Montellano
Santiago (Chile)

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

D. Francisco Javier Yáñez
México D.F. (México)

Santa Casa da Misericórdia/Departamento de Jogos

D. Rui Cunhaw
Lisboa (Portugal)

Lotería Nacional

D. Ramón Rivas
Santo Domingo (República Dominicana)

Secretaría General:

Loterías y Apuestas del Estado

D. Gonzalo Fernández Rodríguez
Madrid (España)

Miembros regulares

Argentina

ALEA

Presidente: D. Roberto Armando López
Calle 27 de abril, n° 252, 1º, of. 24 (Córdoba)
CP 5000
Teléfonos: (54) (351) 421 63 10 (int. 101) /
4216076 / 4239707
Fax: (54) (351) 421 60 76
e-mail: alea@alea.org.ar
info@alea.org.ar
Internet: www.alea.org.ar

Lotería Nacional, S.E.

Presidente: D. Roberto Armando López
Santiago del Estero, 126 (Buenos Aires)
CP 1075
Teléfonos: (54) (11) 437 95 220 / 52 25/ 52 50
Fax: (54) (11) 438 19 911
e-mail: secretariaprivada@loteria-nacional.gov.ar
Internet: www.loteria-nacional.gov.ar

Bolivia

Lotería Nacional de Beneficencia y Salubridad

Director General Ejecutivo: D. Álvaro Antelo
Abudinen
Avda. Mariscal Santa Cruz esq. Cochabamba, n° 525,
2º piso (La Paz)
Teléfonos: (591) (2) 237 13 92 / 237 30 60
Fax: (591) (2) 233 58 38
e-mail: lonabol@entelnet.bo
loteria@lonabol.gov.bo
Internet: www.lonabol.gov.bo

Brasil

Caixa Econômica Federal

Vicepresidente: D. Wellington Moreira
SBS Quadra 04 Lotes 3 e 4, Ed. Matriz 21 o. Andar
(Brasília-Distrito Federal)
CEP 70092-900
Teléfono: (55) (61) 320 69 815
Fax: (55) (61) 320 69 732
e-mail: vifug@caixa.gov.br
Wellington.franco@caixa.gov.br
Internet: www.caixa.gov.br

Colombia

Intralot Colombia*

D. Dimitri Karagounis
Avenida 15# 100-43 Piso 5 (Bogotá)
Teléfono: (57) (1) 592 56 06
Fax: (57) (1) 520 08 41
e-mail: adolfo.pazos@intralot.com.co
Internet: www.ganagol.com.co

Costa Rica

Junta de Protección Social de San José

Presidente: Dª Celina González
Calle 20 Avenidas 2 y 4 (San José)
CP 592-1000
Teléfono: (506) 258 05 46 / 222 13 27
Fax: (506) 255 38 25
e-mail: cgonzalez@jps.go.cr
Internet: www.jps.go.cr

Chile

Lotería de Concepción*

Gerente General: D. Mariano Campos
Colo Colo 592 (Concepción)
Teléfono: (56) (41) 226 62 50 / 560 65 21
Fax: (56) (41) 224 49 61
e-mail: vcerda@loteria.cl
Internet: www.loteria.cl

Polla Chilena de Beneficencia

Presidente: Dª Verónica Montellanos
Compañía de María 1085, 8º piso
(Santiago de Chile) 6501168
Teléfono: (56) (2) 679 37 62 / 7
Fax: (56) (2) 679 38 56 / 52
e-mail: veronica.montellano@pollachilena.cl
Internet: www.pollachilena.cl

Ecuador

Lotería Nacional

Director General: D. Xavier Vallarino
Administradora: Dª Susana Arroyo
Vélez N° 111 y Pedro Carbo (Guayaquil)
Teléfono: (593) (4) 253 00 30
Fax: (593) (4) 253 00 75
e-mail: xvallarino@loteria.com.ec
sarroyo@loteria.com.ec
Internet: www.loteria.com.ec

* Miembros Observadores Regulares

El Salvador

Lotería Nacional de Beneficencia

Presidente: D. José M. Avilés
47 Avda. Norte y Alameda Roosevelt, 110 (San Salvador)
Teléfono: (503) 226 08 135
Fax: (503) 226 08 348
e-mail: manuel.aviles@lnb.gob.sv
Internet: www.lnb.gob.sv

España

Loterías y Apuestas del Estado

Director General: D. Gonzalo Fernández
C/ Capitán Haya, 53 (Madrid)
CP 28020
Teléfono: (34) 915 962 501 / 915 962 365
Fax: (34) 915 962 456
e-mail: ja_alvarez-uria@loteriasyapuestas.es
Internet: http://onlne.terra.es

ONCE*

Director General Adjunto: D. César Palacios
Prado, 24 (Madrid)
CP 28014
Teléfono: (34) 915 894 604
Fax: (34) 914 296 791
e-mail: cepg@once.es
Internet: www.once.es

Guatemala

Lotería del Niño*

Presidente: D. Luis G. Morales
4ª Avenida 1 - 47, Zona 1 (Guatemala)
CA 01001
Teléfono: (502) 223 03 572 / 22853900
Fax: (502) 228 53 910
e-mail: direccion_general@fundacionpediatrica.org
Internet: www.fundacionpediatrica.org

Honduras

Patronato Nacional de la Infancia

Directora Ejecutiva: Dª Gladys Mejía
Avda. de los Próceres (Tegucigalpa)
Teléfono: (504) 236 79 63 / 236 99 90 / 236 80 94
Fax: (504) 236 72 24 / 221 66 91
e-mail: pninfancia@yahoo.com
Internet: www.loterias.hn

México

Lotería Nacional para la Asistencia Pública

Director General: D. Francisco J. Yáñez
Pza. de la Reforma 1, Col. Tabacalera (México D.F.)
CP 06037
Teléfono: (52) (55) 514 07 010 / 514 07 021
Fax: (52) (55) 514 07 026
e-mail: fyanez@lotenacional.gob.mx
Internet: www.loterianacional.gob.mx

Pronósticos para la Asistencia Pública

Director General: D. Adolfo Blanco Tato
Insurgentes Sur 1397 (México D.F.)
CP 03920
Teléfono: (52) (55) 559 87 651 / 548 20 000
Fax: (52) (55) 559 87 661 / 561 10 102
e-mail: adolfo.tato@pronosticos.gob.mx
Internet: www.pronosticos.gob.mx

Nicaragua

Lotería Nacional

Gerente General: D. Ernesto Vallecillo
Camino Oriente (Managua 04)
Teléfono: (505) 278 87 30 / 278 07 51
Fax: (505) 278 87 31 / 278 87 27
e-mail: ggeneral@loterianacional.com.ni
Internet: www.loterianacional.com.ni

Panamá

Lotería Nacional de Beneficencia

Director General: D. Israel Martínez
Avda. Perú y Cuba, Calles 31 y 32 (Panamá)
CP 0816-07376
Teléfono: (507) 207 68 67 / 207 68 76
Fax: (507) 227 37 10 / 227 72 57
e-mail: eocatanoc@cwpanama.net
Internet: www.lnb.gob.pa

Perú

Intralot de Perú SAC*

Presidente: D. Dimitri Karagounis
Avda. Parque Norte 1180, San Borja (Lima)
Teléfono: (51) 914 513 55 55
Fax: (51) 225 27 77
e-mail: dkaragounis@intralot.com.pe
Internet: www.intralot.com.pe

Portugal

Santa Casa da Misericórdia de Lisboa

Presidente: D. Rui Cunha
Largo Trindade Coelho, 1 (Lisboa)
CP 1250-470
Teléfono: (351) (21) 323 50 32 / 323 50 00
Fax: (351) (21) 323 50 29
e-mail: ruicunha@scml.pt
Internet: www.scml.pt
www.jogossantacasa.pt

Puerto Rico

Lotería de Puerto Rico

Directora Auxiliar: Dª Hilda Ramos
139 Ave. Carlos Chardón (San Juan de Puerto Rico)
CP 00918-0902
Teléfono: (1787) 759 88 13
Fax: (1787) 763 84 36
e-mail: agv1481@hacienda.gobierno.pr
Internet: www.hacienda.gobierno.pr

República Dominicana

Lotería Nacional

Administrador General: D. Ramón Rivas
Avda. de la Independencia esq. Jiménez Moya (Santo Domingo)
Teléfono: (1809) 533 52 22
Fax: (1809) 533 24 96 / 533 52 02
e-mail: ramonrivas01@hotmail.com
Internet: www.loteria-nacional.gov.do

Uruguay

ADAOL*

Presidente: D. Emilio Maiorano
San José 1496 (Montevideo)
CP 11200
Teléfono: (598) (2) 411 78 99
Fax: (598) (2) 419 16 59
e-mail: adaol@adinet.com.uy

Banca de Cubierta Colectiva de Quinielas*

Presidente: D. Roberto Palermo
Lima 1582 (Montevideo)
CP 11800
Teléfono: (598) (2) 924 64 05
Fax: (598) (2) 924 50 54
e-mail: daniel.tirelli@labanca.com.uy
Internet: www.labanca.com.uy

Dirección Nacional de Loterías y Quinielas

Director General: D. Alberto Germán Queijo
Cerrito 220, entre Pérez Castellano y Maciel (Montevideo)
Teléfono: (598) (2) 915 01 60
Fax: (598) (2) 916 17 46
e-mail: direccion@loteria.gub.uy
Internet: www.loteria.gub.uy

Venezuela

Lotería de Oriente

Presidente: D. Nelson Rodríguez
Avda. Bolívar-Ed. Lotería de Oriente piso 2º (Maturín, Estado de Monagas)
Teléfono: (58) (291) 641 42 30
Fax: (58) (291) 644 00 59
e-mail: loteriaorientehotmail.com

Lotería de Zulia

Presidente: Dª Lorena Petit
Calle 72, entre Avda. 3f y 3g (Maracaibo, EDO. Zulia)
Teléfono: (58) (261) 793 22 70 / 792 50 74
Fax: (58) (261) 792 44 83
e-mail: presidencia@lotzulia.com
Internet: www.lotzulia.com

Lotería del Táchira

Presidente: Dª Rosario Chacón
Avda. Libertador, Urbanización Las Lomas (San Cristóbal-Táchira)
Teléfono: (58) (276) 340 01 00 / 163 / 167
Fax: (58) (276) 341 85 52
e-mail: eduardomoreno44@yahoo.com
gerencia@loteriadeltachira.net
Internet: www.loteriadeltachira.com

Comisión Nacional de Lotería

Presidente: D. José G. Chacón
Av. Diego Cisneros, SENIAT, Edif. Gamma, Piso 4, Of. 375, Los Ruices (Caracas)
CP 1071
Teléfono: (58) (212) 207 80 41
Fax: (58) (212) 237 17 37 / 207 25 04
e-mail: jgchacons@cantv.net
Internet: www.comisionnacionaldeloteria.gob.ve

* Miembros Observadores Regulares

Argentina

Boldt, S.A.

Presidente: D. Antonio E. Tabanelli
Aristóbulo del Valle 1257 (Buenos Aires)
CF 1295
Teléfono: (54) (11) 430 95 400
Fax: (54) (11) 436 13 435
e-mail: contact@boldt.com.ar
Internet: www.boldt.com.ar

Austria

Keba AG

CEO: D. Gerhard Luftensteiner
Gewerbepark Urfahr (Linz 4041)
Teléfono: (43) 732 709 000
Fax: (43) 732 730 90 10
e-mail: sh@keba.com
Internet: www.keba.com

Brasil

Procomp Amazônia Ind. Elt. Ltda.

Presidente: D. João Abud Junior
Rua Desembargador Filismino Soares, 1. Colônia Oliviera
Machado (Manaus-AM)
CP 69070-620
Teléfono: (55) (11) 364 33 449
Fax: (55) (11) 364 33 008
e-mail: gdamasce@procomp.com.br
Internet: www.procomp.com.br

ABONO DE CUOTAS

Barclays

Titular: CIBELAE

Cuenta Bancaria:
0065-1279-98-0001011410

Código SWIFT: BARCESMM

Código IBAN:
ES43 0065-1279-98-0001011410

Calle Alcalá, 426. 28027 Madrid

Tecnoformas Indústria Gráfica Ltda.

Presidente: D. Joao Bernardo Guimaraes
Alameda Amazonas, 458, Alphaville Empresarial
Baruei SP
Teléfono: (55) (11) 419 73 388 / 3392
Fax: (55) (11) 419 73 389
e-mail: marketing@tecnoformas.com.br
Internet: www.tecnoformas.com.br

Chile

Intralot de Chile, S.A.

Presidente: D. Tiberiu Grigorescu
Av. Vitacura 2939 Of. 1801, Los Condes (Santiago)
Teléfono: (56) (2) 470 31 10
Fax: (56) (2) 650 85 59
e-mail: monica.robles@intralot.cl
Internet: www.intralot.com

Scientific Games

Gerente Comercial: D. Andrés Munita García
Antonio Escobar Williams 270, Comuna de Cerrillos
(Santiago)
Teléfono: (56) (2) 753 57 00
Fax: (56) (2) 557 86 40
e-mail: scientificgames@scientificgames.cl
Internet: www.scigames.com

España

Fábrica Nacional de Moneda y Timbre- Real Casa de la Moneda

Presidente: D. Sixto Heredia Herrera
Secretario General: D. Fernando Calafat
Jorge Juan, 106 (Madrid)
CP 28009
Teléfono: (34) 915 666 735 / 915 666 661
Fax: (34) 914 090 207
e-mail: fprieto@fnmt.es
fcalafat@fnmt.es
Internet: www.fnmt.es

Sistemas Técnicos de Loterías de Estado

Consejero-Director General: D. Alberto Lafuente
Félez
Manuel Tovar, 9 (Madrid)
CP 28034
Teléfono: (34) 913 489 201
Fax: (34) 913 489 212
e-mail: alberto.lafuente@stl.es
Internet: www.stl.es

Cirsa Interactive

Presidente: D. Manel Lao
Director Comercial: D. Lluís Cabré
Ctra. Castellar, 298 (Terrassa)
CP 08226 (Barcelona)
Teléfono: (34) 937 396 561
Fax: (34) 937 396 701
e-mail: llcabreb@cirsa.com
Internet: www.cirsainteractive.com

Estados Unidos

Creative Games International, Ltd.

CEO: D. Michael W. Kozdras
Director Comercial: D. Ben Bobillo
2401 Willamette Drive, Suite 110 (Plant City, Florida)
Teléfono: (1) 813 659 4500
Fax: (1) 813 659 4800
e-mail: mkozdras@cbnlottery.com
benbobillo@hotmail.com
Internet: www.cbnco.com

GTECH Corporation

Vicepresidente Regional: D. Erik Dyson
Directora Comercial: D^a María Clara Martínez
10, Memorial Blvd. Providence (Rhode Island)
RI 02903
Teléfono: (401) 392 20 78
Fax: (401) 392 22 92
e-mail: erik.dyson@gtech.com
maria.martinez@gtech.com
Internet: www.gtech.com

International Game Technology

D. Jerome A. Young
1085 Palms Airport Drive (Las Vegas)
NV 89119-3715
Teléfono: (1) 702 896 8500
Fax: (1) 702 896 8686
e-mail: toni.martinez@IGT.com
Internet: www.igt.com

Public Gaming Research Institute

Presidente-Director General: D. Duane V. Burke
218 Maine Street, Suite 203 (Kirkland)
WA 98033
Teléfono: (1) 831 277 2340 / 800 493 0527
Fax: (1) 206 374 2600
e-mail: duaneburke@aol.com
Internet: www.publicgaming.org

Francia

Ryo Catteau

Presidente-Director General: D. Ghislain Toulemonde
136, rue Jules Guesde, BP 189 (59391 Wattrelos Cedex)
Teléfono: (33) (3) 207 58 656
Fax: (33) (3) 200 23 091
e-mail: gtoulemonde@ryo-catteau.com
Internet: www.ryo-catteau.com

Ludwin Group

Presidente: D. Yves Hemard
1, rue d'Argenson
CP 75008 Paris
Teléfono: (33) (1) 400 64 141
Fax: (33) (1) 400 64 155
e-mail: barbara.hemard@ludwingroup.com
Internet: www.ludwingroup.com

Tarifas publicitarias 2008

Revista "Cibelaë", la mejor forma de darse a conocer

Interior de portada:	2.500 US \$
Interior de contraportada:	2.500 US \$
Contraportada:	2.500 US \$
1/2 página interior:	800 US \$
1 página interior:	1.500 US \$
Doble página interior:	2.800 US \$

SU NEGOCIO CONSISTE EN HACERLE GANAR DINERO A LA GENTE EL NUESTRO EN HACERLE GANAR DINERO A USTED

SOMOS GTECH, EL PROVEEDOR LÍDER EN DESARROLLOS DE TECNOLOGÍA PARA LA INDUSTRIA MUNDIAL DE LOTERÍAS. UNA EMPRESA CON LA MÁS SÓLIDA INFRAESTRUCTURA Y COBERTURA MEDIANTE TERMINALES ELECTRÓNICAS QUE LE PERMITE A LAS LOTERÍAS Y JUEGOS DE AZAR, EXPANDIRSE Y MODERNIZARSE PARA HACER MÁS RENTABLE SU NEGOCIO.

• **Experiencia de más de 20 años en la región implementando loterías en línea.**

• **Diseño, integración, elaboración y mantenimiento de:**

- Sistemas de lotería en línea.
- Redes de comunicaciones.
- Software de sistema central.
- Terminales para puntos de venta.
- Contenidos de juegos.

• **Soporte en estrategias comerciales incluyendo:**

- Capacitaciones.
- Diseño de juegos.
- Elaboración de planes de mercado.

- Planes de optimización de redes comerciales.
- Manejo de fuerzas de ventas.

• **Presencia en más de 45 países**

- En Latinoamérica y el Caribe: Argentina, Chile, México, Colombia, Barbados, Trinidad y Tobago, Jamaica, Anguila, Antigua, St Kitts, Islas Vírgenes, San Martín, entre otros.

• **Servicio técnico para puntos de venta.**

• **Más de 130 conversiones e implementaciones en los últimos 15 años.**

• **Más de 440.000 terminales alrededor del mundo conectados en línea y tiempo real.**



GTECH®

Architects of Gaming

Crucigrama 22

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										

Por J. A. Álvarez-Uría

HORIZONTALES :

1. Bola de metal, hueca y agujereada, que lleva dentro un elemento para que suene al moverse (plural).
2. Escopeta corta muy reforzada en la recámara o persona rechoncha (plural) / Medida de longitud china.
3. Familia de tiburones pelágicos, de cola casi simétrica (plural) / Consonante.
4. Consonante serpenteante / Agregado al servicio de un cuerpo o entidad.
5. Prefijo equivalente a "ptero" ("ala", "aleta", "helecho") / Al revés, capital del departamento de Vaupés, en Colombia.
6. Que corrige o previene las deformidades del cuerpo por medio de aparatos.
7. Romanos / Consonante / Al revés, localidad del noroeste de Marruecos.
8. Gigantes de leyenda que se alimentaban de carne humana / Consonante masticable / África occidental.
9. En la saga de "La Guerra de las Galaxias", nave de ataque, compañera de la Enkidu / Al revés, conjunción copulativa.
10. Prelado de una iglesia metropolitana (plural).

Soluciones al crucigrama 22

S	O	P	S	I	B	O	Z	R	V	10
	N	I		M	A	G	L	I	G	6
O	A		M		S	O	R	G	O	8
R	I	O	A	R		L		L	L	7
O	C	I	D	E	P	O	T	R	O	9
M	I	T	U			I	R	E	T	5
O	T	I	R	C	S	D	A		S	4
C		S	O	D	I	R	U	S	I	3
I	L		S	O	C	A	T	E	R	2
S	E	L	E	B	A	C	A	S	C	1
J	I	H	G	F	E	D	C	B	A	

VERTICALES

- A. Especialista en el estudio de la figura de Cristo (femenino).
- B. Vocal (plural) / Fundar, instituir o levantar.
- C. Apellido de monarcas escoceses / Siglas de la banda Run Level Zero.
- D. Médico especialista en enfermedades del corazón.
- E. Amante de la ninfa Galatea / Consonante perpleja. / Título de la novela de Gertrudis Gómez de Avellaneda, publicada en 1841.
- F. British Oceanographic Data Centre / Al revés, nota musical / Otra nota musical.
- G. Al revés, meditose (una idea, proyecto, etc.) / Consonante reptiliana.
- H. Consonante labiodental y palatal / Lugar, espacio / Al revés, la letra del 3, 14, 16...
- I. Artículo o autodenominación abreviada de la Asociación Europea de Loterías y Totos de Estado / Pintor renacentista que se hizo rico en España trabajando para Carlos V / Árbol moráceo originario de Egipto / Consonante bífida.
- J. Árbol moráceo originario de Egipto / Consonante bífida.



XX ANIVERSARIO CIBELAE

Madrid, 14 a 16 de octubre de 2008

PROGRAMA PROVISIONAL

MARTES 14

- **Llegada** a Madrid
- **Traslado** al hotel
- **Cena** de inauguración

MIÉRCOLES 15

- **Acto inaugural.** Sesión de exposiciones de los directores
- Pausa café
- En su caso, intervención de los representantes diplomáticos y autoridades responsables de la Cooperación Internacional
- **Excursión y almuerzo** por los alrededores de Madrid (a Segovia, Ávila, Toledo, Aranjuez o El Escorial)
- **Cena**

JUEVES 16

- **Asamblea Extraordinaria**
- Pausa café
- **Acto de clausura**
- **Excursión y almuerzo** en las cercanías de Madrid
- **Cena de clausura** y entrega de material conmemorativo

VIERNES 17

- **Salida**
- **Traslado** de participantes al aeropuerto

Cibelae

nº22-junio 2008

REVISTA SEMESTRAL DE LA CORPORACIÓN IBEROAMERICANA DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO

- La Responsabilidad Social en la Lotería Nacional de El Salvador
- Timemania, la nueva lotería de Caixa
- El Ecuador, viaje al centro de la tierra
- El sorteo en la Historia



CIBELAE
se reúne en Chile

12-14 de marzo de 2008