



STOCK PHOTOS

La Ley en sorteos y concursos

La legislación que regula el desarrollo de promociones, como los

concursos y los sorteos, es dispersa y poco clara. Se trata, sin

embargo, de recursos comúnmente empleados por los

Departamentos de Marketing para crear y enriquecer bases de datos, fidelizar clientes o lanzar un producto.

Alejandro García del Valle Méndez (alejandro@riestra-abogados.com),
RIESTRA ABOGADOS

AUTOR: GARCÍA DEL VALLE MÉNDEZ,
Alejandro

TÍTULO: La Ley en promociones y sorteos

FUENTE:
"MK Marketing+Ventas", N° 218
Noviembre de 2006. Pág. 22

DESCRIPTORES:

- Concursos
- Legislación
- Promociones
- Sorteos

RESUMEN:

En este artículo se expone el proceso legal que implica desarrollar una promoción consistente en un sorteo o concurso. En él se da respuesta a cuándo hay que solicitar autorización para celebrarlos, cómo hacerlo, qué documentación hay que presentar, qué información tienen que recoger las bases, las tasas fiscales que conlleva y también los aspectos legales a tener en cuenta en las creatividades, incluidas las de la Internet.

El Departamento de Marketing debe pensar también en el consumidor cuando se diseña la campaña, es decir, si el incentivo es un viaje, especificar sus características y en qué condiciones se le entregará

Los sorteos y concursos son recursos comúnmente empleados por los Departamentos de Marketing y las agencias para crear y enriquecer la base de datos, fidelizar clientes, lanzar un producto... En definitiva, para potenciar determinadas acciones de marketing. En España existe un amplio elenco de textos legales encargados de regular, con más o menos fortuna, todo el desarrollo de actividades de juegos, apuestas, casinos, concursos y sorteos, que en el caso de los dos últimos es disperso y poco claro.

Es el Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado (ONLAE) el que tiene la misión de otorgar la autorización para celebrar los sorteos nacionales, mientras que para los desarrollados en una comunidad autónoma, la potestad recae en la sección administrativa del juego de la comunidad de que se trate.

La autorización es obligatoria en los concursos, juegos o promociones con fines publicitarios, que conlleven la adquisición de un premio y estén basados en el azar, no en la habilidad. Y cuando no es fácil determinar si se trata de uno u otro criterio (suerte o habilidad), o de ambos, lo mejor es utilizar el sentido común y, en caso de duda, consultar directamente a Loterías y Apuestas del Estado. Por ejemplo, un concurso de relatos cortos, no necesitaría de autorización administrativa para desarrollarse.

Ámbito del sorteo

Hay muchas diferencias entre un sorteo nacional (la promoción tiene lugar en al menos dos comunidades o se desarrolla a través de Internet) y el que no lo es (se realiza en una única Comunidad Autónoma).

El primero es menos costoso debido a la mayor flexibilidad tanto en los plazos como en los requisitos, al no tener que pagar impuestos administrativos y a la reducción del porcentaje del pago de la tasa obligatoria sobre el juego.

La autorización hay que solicitarla mediante escrito (ver abajo apartado “*Documentación obligatoria para obtener la autorización*”) al Director General de Loterías y Apuestas del Estado, en el caso de los sorteos nacionales, y en los de ámbito local, a la Sección administrativa del Juego de la correspondiente comunidad autónoma.

Documentación obligatoria PARA OBTENER LA AUTORIZACIÓN

1. Bases de la promoción.
2. Fotocopia del número de identificación fiscal de la empresa.
3. Fotocopia del impuesto de actividades económicas.
4. Modelo del documento de participación (boleto, papeleta, etc.)
5. Facturas acreditativas del valor de los premios ofrecidos
6. Modelo de cualquier clase de publicidad que pretenda realizarse.
7. Si se utilizan tarjetas “rasca” deberá presentarse, además, un escrito que garantice la seguridad e inviolabilidad técnica de los boletos, para que no pueda conocerse de antemano a los premiados; y otro en el que se indique que todos los boletos confeccionados, premiados y no, se han mezclado entre sí de forma aleatoria antes de su distribución entre los participantes.

Las comunidades autónomas suelen exigir, además, la presentación de la copia de la constitución de la empresa y, en ocasiones, los estatutos sociales.

Los plazos para la presentar la solicitud, junto con toda la documentación necesaria, varían de una comunidad a otra, aunque, por lo general, se exige su entrega 15 días antes del inicio de la promoción. Y en el caso de la ONLAE, pueden llegar a ser más largos.

Recomendaciones para las creatividades

Deben incluir:

1. Periodo de la promoción
2. Derecho de participación
3. Bases ante notario
4. Bases en www....
5. Fecha del sorteo
6. Comunicación del ganador (en www....).
7. Cláusula de protección de datos si se van a recabar datos personales
8. Si se sortean premios: descripción de los mismos
9. Si se trata de un viaje: servicios que incluye.

10. En el caso de productos o sectores concretos, como el financiero, farmacéutico, alcohol, etc., hay que aplicar las normas específicas (nacionales, autonómicas o locales) que procedan a dicho sector y a la campaña en concreto.

Consumo insiste permanentemente en la necesidad de ofrecer al usuario la mayor cantidad de información posible en las creatividades y no remitir a documentación externa, que en muchos casos no es accesible directamente.

Internet

En las creatividades en Internet (banners u otras) es conveniente que exista al menos una información mínima respecto a la promoción, aunque sea direccionando a través de un enlace a otra página en la que se detallen las condiciones. También hay que evitar caer en la publicidad engañosa, que se puede aplicar sobre ese banner al objeto de que la gente haga clic, independientemente de que existan accesos posteriores a páginas.

¿Qué información deben recoger LAS BASES DE UN SORTEO?

Con carácter general, Loterías y Apuestas del Estado exige declarar:

1. El ámbito territorial de la promoción
2. El carácter gratuito de la participación
3. Las fechas de comienzo y terminación
4. La fecha del sorteo y su modalidad (Notario, etc.)
5. Cómo se adquiere el derecho a participar
6. Producto promocionado
7. Valor y naturaleza de los premios ofrecidos.

También es importante contemplar, entre otros aspectos: la comunicación y entrega de los premios, la caducidad de éstos, modificaciones, bajas y responsabilidades.

Cuando el premio es un viaje es necesario incluir también los servicios que comprende, y si es un automóvil, indicar a cargo de quién corre su matriculación.

Pago de las tasas fiscales

Tras obtener la autorización hay que abonar una tasa, que va del 10 al 15 por 100 –en función de cada comunidad– del valor de los premios, en el Ministerio de Hacienda, en base al artículo 38.3 del Texto Refundido de Tasas Fiscales (Decreto 3059/1966, de 1º de Diciembre).

Si bien no existe ninguna norma que obligue a los promotores a depositar las bases ante Notario, es muy recomendable hacerlo, así como realizar el sorteo ante él. De esta manera se garantiza la transparencia en el desarrollo de la promoción y el promotor gana credibilidad.

Asimismo, la empresa debe comprobar si ha solicitado la inscripción del fichero de datos personales, en la Agencia de Protección de Datos, e inmediatamente asegurar las medidas de seguridad prescritas por la Ley en función del carácter de éstos.

Por otra parte, conviene que el Departamento de Marketing piense también en el consumidor cuando se diseña la campaña, y no sólo en ésta. Es decir, que si el incentivo es un sorteo de un viaje, debe de especificar sus características y en qué condiciones se entregará. Empiezan a ser frecuentes las impugnaciones y reclamaciones de derechos por este y otros motivos que pueden parecer triviales. ●