

Direito do Marketing
Promoções Comerciais



O QUE SÃO AS PROMOÇÕES COMERCIAIS E QUEM PODE SER AUTORIZADO?

Promoção comercial é o nome popularmente dado para o que a Lei chama de distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda.

As distribuições gratuitas de prêmios são utilizadas de forma estratégica pelas empresas para alavancar a venda de produtos e serviços, bem como para aumentar a visibilidade e/ou aceitação de marcas no mercado, principalmente para maximização do potencial de vendas das datas especiais do comércio, como Natal e Dia das mães.

Toda pessoa jurídica brasileira que exerça atividade comercial, industrial ou de compra e venda de bens imóveis e que esteja em dia com os tributos federais, estaduais, municipais ou distritais, assim como com as contribuições da Previdência Social, precisa de autorização para realizar promoções comerciais.

Regulamentação

▶ Lei 5.768/71

Abre a legislação acerca da distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda mediante sorteio, vale-brinde ou concurso.

▶ Dec. 70.951/72

Regulamenta a Lei 5.768/71.

▶ Portaria SEAE n 88/2000

Dispõe sobre a realização de sorteio por instituições que se dedicam a atividades filantrópicas

▶ MP 2.216-37/01

Convertida na Lei 10.683/03, conferiu à Caixa Econômica Fed. e à Secretaria da Adm. Eco. Do Ministério da Faz. (SEAE) a competência para conceder autorização.

▶ Portaria 422/2013

Identifica hipóteses de comprometimento do caráter exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo de concurso destinado à distribuição gratuita de prêmios.

▶ Portaria 41/08 (MF)

Regulamenta as modalidades de distribuição gratuita de prêmios e procedimentos para pedido de autorização e prestação de contas, assim como a respeito da fiscalização e penalidades administrativas.

▶ NI SEI no 11/2018

Dispõe sobre as hipóteses nas quais as Promoções conhecidas como compre-ganhe dependem de autorização.

PROMOÇÕES QUE NÃO NECESSITAM DE AUTORIZAÇÃO

- Concurso com fim exclusivamente cultural, artístico, desportivo e/ou recreativo.

Os concursos culturais são isentos de autorização desde que em sua execução não tenha presença de qualquer modalidade de álea, ou seja, não pode ocorrer o quesito sorte (os ganhadores devem ser escolhidos única e exclusivamente por critérios baseados em mérito), tampouco a subordinação à compra, uso ou exposição dos participantes à determinado produto e/ou serviço da(s) empresa(s) promotora(s).

Além disso, na modalidade de concurso cultural não pode ocorrer a promoção da empresa promotora ou de patrocinadores terceiros.

A análise de enquadramento de um concurso na modalidade exclusivamente cultural deverá ser realizada à luz do que determina o artigo 2º da Portaria 422/2013 do Ministério da Fazenda, sendo de suma importância uma verificação caso a caso para evitar qualquer tipo de penalização por descumprimento da lei.

- Campanha de Incentivo para Funcionários

Campanhas que tenham o objetivo exclusivo de incentivar vendas e o cumprimento de metas de funcionários com vínculo empregatício dentro de uma empresa, independente do porte, podendo ou não existir o fator sorte. Esta modalidade inclui também campanhas de incentivo para vendedores de lojas de Shopping Centers, desde que não haja participação do público consumidor.

- Programas de fidelidade e acumulação de pontos

Tais ações de marketing não dependem de autorização desde que os participantes não sejam submetidos a qualquer uma das características inerentes às modalidades de sorteio, concurso, vale-brinde ou assemelhadas.

IMPORTANTE: o fato da legislação ter afastado a autorização da SECAP não significa, de forma alguma, que não será necessária a devida estruturação do regulamento da Promoção em conformidade com a Lei, visando evitar possíveis penalidades e questionamentos da Sociedade e, conseqüentemente, manter a boa reputação da empresa perante o mercado consumidor.

QUEM AUTORIZA E FISCALIZA?

Compete à Secretaria de Avaliação, Planejamento, Energia e Loteria – SECAP autorizar e fiscalizar a distribuição gratuitas de prêmios a título de propaganda no território nacional.

Todo o processo de autorização, aditamento e prestação de contas das promoções comerciais regidas pela Lei no 5.768/71, de 20 de dezembro de 1971, e sorteios filantrópicos, regidos pela Portaria SEAE no 88, de 28 de setembro de 2000, é realizado de forma 100% digital pelo Sistema de Controle de Promoção Comercial (SCPC)

EXCEÇÃO: Promoções que envolvam instituição financeira, seja como mandatária, seja como aderente, a autorização e fiscalização compete à Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda – Seae/MF.

PENALIDADES

Empresas que realizam distribuição gratuita de prêmios sem certificado de autorização, deixam de cumprir os termos do plano de operação autorizado ou, ainda, descumprem as disposições referentes à prestação de contas, estão sujeitas, separada e cumulativamente, a:

- Cassação da autorização
- Proibição da distribuição gratuita de prêmios por até 02 anos.
- Multa de até 100% do valor total dos prêmios distribuídos.

MODALIDADES DE DISTRIBUIÇÃO GRATUITA DE PRÊMIOS

Sorteio

São distribuídos elementos sorteáveis numerados, na qual os contemplados são definidos com base nos resultados da extração da Loteria Federal ou na combinação de números desses resultados;

Vale-Brinde

Modalidade de contemplação instantânea, na qual a empresa auotriza-da insere o brinde no interior do produto ou de sua embalagem, admitin-do-se elementos identificadores passíveis de troca em locais autoriza-dos.

Concurso

Promoção comercial mediante concurso de previsões, cálculos, testes de inteligência, seleção de frases ou competição de qualquer natureza. Exige-se a pluralidade de concorrentes e uniformidade nas condições de competição.

MODALIDADES ASSEMELHADAS

As modalidades assemelhadas são aquelas que combinam características das demais modalidades previstas em lei.

As assemelhas a concurso, por exemplo, combinam o critério de resposta a determinadas perguntas, comum à modalidade de concurso, com o sorteio de cupons inseridos em urnas para apuração do vencedor.

PROMOÇÕES COMPRE E GANHE

As ações promocionais conhecidas popularmente como “Compre e ganhe” ou “comprou-ganhou” são aquelas nas quais as empresas distribuem um determinado prêmio/brinde ao consumidor mediante a compra de um valor mínimo de produtos.

Até 02 de outubro de 2018 tais ações não dependiam de autorização prévia para sua execução. Porém, com a publicação da Nota Informativa SEI no 11/2018, passou depender de autorização a “operação de distribuição gratuita de prêmios comumente denominada pelo mercado “comprou-ganhou e operações do gênero”.

Em setembro de 2019 a SECAP realizou um workshop onde esclareceu diversas dúvidas do mercado acerca das hipóteses nas quais as promoções “comprou-ganhou e operações do gênero” dependem de autorização, nos termos da referida Nota Informativa. **Com isso, dentre as 7 hipóteses anteriormente previstas, 4 foram revogadas e ficou estabelecido que dependerão de autorização promoções que:**

- Limitarem estoque dos prêmios;
- Fixarem o número de brindes/prêmios a serem distribuídos;
- Limitarem a distribuição aos primeiros que cumprirem determinada condição

CAMPANHAS FILANTRÓPICAS

São Promoções Comerciais realizadas na modalidade Sorteio, organizadas exclusivamente por Instituições de fins filantrópicos e declaradas para este fim, cujo objetivo é a obtenção de recursos financeiros para o custeio de obras sociais a que se dedicam.

De acordo com a principal legislação reguladora de Promoções Comerciais (5768/71), podem realizar sorteios filantrópicos as entidades sem fins lucrativos, as sociedades cooperativas e organizações religiosas, contudo, ainda assim dependem de prévia aprovação da SECAP.

Ou seja, não basta simplesmente se encaixar nestas categorias para que o benefício da realização de campanhas filantrópicas seja concedido, a Empresa Promotora deverá comprovar que possui objeto social com finalidades humanitárias e socioculturais, o que inclui, a promoção da assistência social e da saúde, conservação do meio ambiente, incentivo à cultura, combate à pobreza, defesa do patrimônio histórico, dentre outros similares.

Ademais, deverá a Empresa Promotora comprovar, perante a SECAP, a devida destinação dos recursos e provar que os bens que serão sorteados são originários de doação de terceiros interessados no fim sociocultural da Promoção.

O QUE POSSO OU NÃO POSSO DISTRIBUIR COMO PRÊMIO?

PRÊMIOS LIBERADOS

- Mercadorias de produção nacional ou regularmente importadas;
- Títulos da Dívida Pública da União e outros títulos de créditos que forem admitidos pelo Ministro da Fazenda e Planejamento;
- Unidades residenciais, situadas no país, em zona urbana;
- Viagens de turismo (transporte residência/destino/residência, hospedagem e no mínimo uma refeição) e passagem aérea, oferecidos em conjunto com elemento físico de qualquer valor (brinde).
- Bolsas de estudo;
- Certificados de barras de ouro;
- Ingressos de Shows, festas e espetáculos, oferecidos ou não em conjunto com elemento físico de qualquer valor (brinde).

PRÊMIOS PROIBIDOS

- Medicamentos;
- Armas e munições;
- Explosivos, fogos de artifício ou estampido;
- Bebidas alcoólicas;
- Fumos e seus derivados; e
- Outros produtos que venham a ser relacionados pelo Ministério da Fazenda.

O valor total dos prêmios não pode exceder a 5% da Receita Operacional relativa aos meses anteriores ao pedido de autorização e aos meses do ano da operação. Empresas novas calcula-se com base no capital.

REGULAMENTOS QUE NÃO SERÃO APROVADOS:

- Aqueles que importem em incentivo ou estímulo ao jogo de azar;
- Proporcionem lucro imoderado aos seus executores;
- Permitam aos interessados transformar a autorização em processo de exploração de sorteios, concursos ou vale-brindes, como fonte de renda;
- Importem em distorção de mercado, objetivando, através da promoção, a eliminação de empresas concorrentes;
- Propiciem exagerada expectativa de obtenção de prêmios;
- Importem em fator não educativo da infância e da adolescência;
- Tenham por condição a distribuição de prêmios com base na organização de séries ou coleções de qualquer espécie (figurinhas, objetos e embalagens, por exemplo);
- Impliquem na emissão de cupons sorteáveis ou de qualquer outro elemento que sejam impressos em formato e com dizeres e cores que imitem símbolos nacionais e cédulas de papel-moeda ou moeda metálica ou com eles se assemelhem;
- Vinculem a distribuição de prêmios aos resultados da Loteria Esportiva;
- Não assegurem igualdade de tratamento para todos os concorrentes; e
- Acumulem cupons de uma apuração para outra.

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

- ▶ Procuração
- ▶ Atos Constitutivos
- ▶ Certidões Negativas Relativas a Tributos
- ▶ Demonstrativos de Receita Operacional
- ▶ Modelos dos Termos de: Quitação; Adesão (se houver); Mandatária; Responsabilidade (se houver) e Carta de Compromisso
- ▶ Arte Final de Cupom (se houver)
- ▶ Cópia do Comprovante de Pagamento da Taxa de Fiscalização

TAXAS DE FISCALIZAÇÃO

A taxa de fiscalização, que deve ser paga previamente ao pedido de autorização da promoção, deve ser calculada com base no valor total dos prêmios que serão distribuídos, conforme tabela progressiva a seguir:

VALOR DOS PRÊMIOS	TAXA
Até R\$1.000,00	R\$ 27,00
De R\$1.000,01 a R\$5.000,00	R\$ 133,00
De R\$5.000,01 a R\$10.000,00	R\$ 267,00
De R\$10.000,01 a R\$50.000,00	R\$ 1.333,00
De R\$50.000,01 a R\$100.000,00	R\$3.333,00
De R\$100.000,01 a R\$500.000,00	R\$10.667,00
De R\$500.000,01 a R\$1.667.000,00	R\$33.333,00
Acima de R\$ 1.667.000,01	R\$66.667,00

PONTOS IMPORTANTES

- ▶ Atentar-se ao prazo mínimo de protocolo do pedido de autorização de 30 dias anteriores a data de início da promoção.
- ▶ Comprovação da propriedade dos prêmios em até 8 dias antes do início da promoção.
- ▶ Disponibilizar o regulamento da promoção comercial em local de fácil acesso dos participantes.
- ▶ Divulgar a Promoção Comercial somente após a expedição do Certificado de Registro correspondente
- ▶ Fazer referência ao número do certificado de autorização em todos os materiais de divulgação da promoção comercial.
- ▶ Não utilizar programas de sorteios eletrônicos, pois não são permitidos.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

- As empresas promotoras deverão prestar contas no prazo máximo de 30 dias após a data de prescrição (180 dias após a apuração) dos prêmios e mediante a apresentação dos seguintes documentos:
- Formulário de Prestação de Contas;
- Cópia autenticada do documento que comprove a propriedade do prêmio com data de até 8 dias anteriores à apuração;
Ata de apuração detalhada;
- Recibo de entrega dos prêmios assinados pelos contemplados; e
- Cópia autenticada do comprovante de pagamento do IR a ser recolhido na alíquota de 20% sobre a soma dos valores dos prêmios.

O recolhimento da guia DARF correspondente ao IR deverá ser feito no 3o dia útil do decêndio seguinte à data de apuração da promoção

ASSESSORIA

- Atuação desde a fase que antecede ao pedido de autorização, até a homologação da prestação de contas junto a SECAP e/ou SEAE/MF;
- Análise do projeto da ação comercial para enquadramento e verificação de atendimento aos requisitos e permissões legais;
- Elaboração de toda documentação necessária ao pedido de autorização perante a SECAP e/ou SEAE/MF;
- Estruturação do regulamento de acordo com a mecânica da promoção;
- Emissão de taxa federal;
- Cumprimento de exigências;
- Elaboração e/ou revisão de ata de apuração;
- Elaboração e revisão de documentação para prestação de contas; Acompanhamento da homologação da prestação de contas.

Confira as publicações do BVA na mídia sobre promoções comerciais:

VALOR ECONÔMICO - Regulação de Ações Promocionais

<https://valor.globo.com/noticia/2017/10/04/regulacao-de-acoes-promocionais.ghtml>

Mundo do Marketing - Promoções Comerciais de sucesso e sem dor de cabeça

<https://www.mundodomarketing.com.br/artigos/felipe-veiga-e-daniel-barbosa/37982/promoco-es-comerciais-de-sucesso-e-sem-dor-de-cabeca.html>





www.bvalaw.com.br

Danniel Rodrigues – Propriedade Intelectual e Direito do Marketing

danniel@bvalaw.com.br

Copyright BVA Advogados © 2020 - Todos os direitos reservados