
ROBERTA APARECIDA LUCAS DE ASSIS

PROMOÇÕES E SORTEIOS EM REDES SOCIAIS:
ASPECTOS JURÍDICOS E CONDIÇÕES PARA
REGULAMENTAÇÃO

JACAREÍ
2023

ROBERTA APARECIDA LUCAS DE ASSIS

PROMOÇÕES E SORTEIOS EM REDES SOCIAIS:
ASPECTOS JURÍDICOS E CONDIÇÕES PARA
REGULAMENTAÇÃO

Projeto apresentado ao Curso de **Direito** da
Instituição **Anhanguera**

Orientador:

JACAREÍ
2023

ROBERTA APARECIDA LUCAS DE ASSIS

PROMOÇÕES E SORTEIOS EM REDES SOCIAIS:
ASPECTOS JURÍDICOS E CONDIÇÕES PARA REGULAMENTAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Anhanguera Jacareí como requisito parcial para
a obtenção do título de graduado em Direito.

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Titulação Nome do Professor(a)

Prof(a). Titulação Nome do Professor(a)

Prof(a). Titulação Nome do Professor(a)

Jacareí, 31 de Março de 2023

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.” (Peter Drucker)

ASSIS, Roberta Aparecida Lucas. **Promoções e Sorteios em Redes Sociais: Aspectos Jurídicos e Condições para Regulamentações** 2022. 16. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito – Anhanguera, Jacareí, 2022).

RESUMO

A presente monografia tem como tema os aspectos jurídicos e condições para regulamentação de promoções e sorteios em redes sociais. Justifica-se o trabalho devidos as constantes mudanças na legislação vigente ocorrida nos últimos anos devido a transformação digital. O objetivo é identificar as modalidades de promoções e sorteios, bem como delinear os procedimentos necessários para pessoas físicas e jurídicas obterem autorização sem sofrer as penalidades e inflações estabelecidas na dentro da Lei Brasileira. A metodologia utilizada é de compilação bibliografia e utilização das Leis, tendo como foco os requisitos obrigatórios para exercício da atividade de promoções e sorteios. O texto está dividido em três capítulos, inicialmente abordando a temática e desenvolvimentos das redes sociais na sociedade, o segundo mostrando os aspectos normativos e obrigatórios para exercício da atividade. E, por fim, abordou-se a as penalidades prevista em leis aos infratores que não seguirem as normas estabelecidas.

Palavras-chave: Promoções. Sorteios. Redes Sociais. Leis.

ASSIS, Roberta Aparecida Lucas. **Promotions and Sweepstakes on Social Networks**: Legal Aspects and Conditions for Regulations 2022. 16. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito – Anhanguera, Jacareí, 2022).

ABSTRACT

This monograph has as its theme the legal aspects and conditions for the regulation of promotions and sweepstakes on social networks. The work is justified due to the constant changes in current legislation that have occurred in recent years due to digital transformation. The objective is to identify the modalities of promotions and sweepstakes, as well as to outline the necessary procedures for individuals and legal entities to obtain authorization without suffering the penalties and inflations established in Brazilian Law. The methodology used is to compile the bibliography and use the Laws, focusing on the mandatory requirements for carrying out the activity of promotions and sweepstakes. The text is divided into three chapters, initially addressing the theme and developments of social networks in society, the second showing the normative and mandatory aspects for the exercise of the activity. And, finally, the penalties provided by law to offenders who do not follow the established rules were addressed.

Keywords: Promotions. Sweepstakes. Social Networks.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. MODALIDADES DE PROMOÇÕES E SORTEIOS NAS REDES SOCIAIS	10
3. PROCEDIMENTOS JURÍDICOS PARA AUTORIZAÇÃO	17
4. FISCALIZAÇÃO E PENALIDADES AO DESCUMPRIMENTO DA LEI	21
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
REFERÊNCIAS	26

1. INTRODUÇÃO

Foi deliberada uma onda crescente de sorteios e promoções utilizando ferramentas digitais devido ao restrito acesso de locomoção que as pessoas encontraram para comprar produtos em lojas físicas comerciais devido a pandemia de COVID-19. Em um mercado competitivo, as empresas buscam dispositivos sociais para consolidar sua presença oferecendo brindes para atrair clientes e seguidores para suas marcas e produtos. Serão abordados nesse respectivo trabalho as modalidades de promoções comerciais e os procedimentos e regulamentações necessárias para as pessoas físicas e jurídicas que almejam estar efetuando o sorteio e promoções dentro das redes sociais, bem como mostrar as infrações e penalidades no descumprimento ou desvirtuamento das normas jurídicas que versam a temática tratada.

Justifica-se a temática uma vez que legislação brasileira vem sofrendo constantes mudanças sobre regulamentação acerca dos sorteios e promoções comerciais utilizando ferramentas digitais.

Com a transformação digital nos últimos anos, houve uma grande lacuna nas leis brasileiras sobre as promoções e sorteios comerciais utilizando redes sociais. O trabalho proposto é relevante para a sociedade sobre a regulamentação de tais promoções, mostrando os caminhos da legislação brasileira, bem como as infrações recorrentes no atual cenário das promoções e sorteios por falta de orientação jurídica adequada.

O objetivo no qual se embasa a pesquisa é o de analisar o tema, tendo para tanto a seguinte problematização: como devem ser efetuadas conforme o âmbito jurídico as participações e organizações de prêmios e sorteios em redes sociais para pessoas físicas e jurídicas ?

A contribuição do trabalho proposto para a sociedade visa mostrar e orientar os meios e formas para que as empresas comerciais e pessoas físicas se enquadrem dentro da Lei brasileira para realização das promoções e sorteios comerciais, devido o atual cenário de competitividade que as empresas necessitam para divulgar seus produtos e marcas. Assim, este trabalho foi sistematizado de forma didática em três partes.

No primeiro capítulo será abordada a questão das modalidades de promoções e sorteios nas redes sociais, tendo como propósito analisar os aspectos introdutórios acerca do tema objeto deste trabalho, bem como seu conceito e princípios constitucionais.

Posteriormente, será abordada os procedimentos jurídicos para autorização de sorteios e promoções em redes sociais.

Por fim, demonstrará as penalidades e inflações no descumprimento das normas jurídicas estabelecidas dentro da Lei brasileira.

Assim sendo, a questão dos sorteios e promoções em redes sociais merece um estudo aprofundado, demonstrando suas origens, e apresentar como é o procedimento da lei o que, e para atingir o objetivo proposto, o trabalho adota por metodologia a pesquisa bibliográfica.

A pesquisa desenvolvida espera colaborar, mesmo que de forma modesta o melhor entendimento da questão envolvida, indicando observações de fontes secundárias, tais como indicações de leis e posições doutrinárias que versam o tema.

2. MODALIDADES DE PROMOÇÕES E SORTEIOS NAS REDES SOCIAIS

Utilizar as redes sociais se tornou uma prática entre uma comunidade de pessoas, formado por duas ou mais pessoas que se relacionam. Assim como tudo, nessa comunidade existem princípios, ética e regras essenciais a serem seguidas.

Durante muito tempo vem sendo aperfeiçoado tipos de ferramentas virtuais, onde grupos de pessoas distribuem informações, através de recursos disponíveis em aplicativos. Atualmente existem outros diferentes tipos de redes sociais, cada grupo com um propósito, podendo assim publicar seus artigos e compartilhar conteúdos e realizar operações de prêmios e promoções.

Com o avanço do século XXI, novas tecnologias surgiram, e com elas o desenvolvimento de ferramentas para transmissão de informações para serem utilizadas nas redes sociais, tem crescido cada vez mais, podemos ver que por meio da internet e redes sociais, ouve o desenvolvimento da globalização da comunicação e informação, se desenvolvendo rapidamente. A comunicação por exemplo pode ser feita por duas ou mais pessoas, mesmo estando em diferentes lugares, possibilitando a troca mensagens e compartilhamento de informação de forma instantânea. Com o progresso da tecnologia da informação, torna-se fácil o acesso para explorar artigos e aprofundar-se nos conhecimentos, entretanto devemos nos atentar com consciência e ética ao usarmos o livre acesso das plataformas digitais, para que não haja o uso indevido. Importante ressaltar que também nas redes sociais possuem leis que penalizam por usar a ferramenta de forma errônea.

As tecnologias da informação e as redes sociais têm desempenhado um papel de suma importância na cultura e nas formas de relacionamentos sociais. Grandioso o impacto das redes sociais em nossa sociedade, pois dificilmente encontraremos algum indivíduo social que não utilize das novas formas de relacionamentos digitais. A privacidade como um dos maiores pontos de impacto perante as novas tecnologias e, principalmente, as redes sociais, recebe a confirmação de sua proteção pelo Marco Civil da Internet que, quando de sua violação, estabeleceu o Poder Judiciário como competente para o julgamento das causas

O mundo digital se tornou a extensão da personalidade do homem, com múltiplas características de cada personagem e cultura. Pode-se dizer que muitas mudanças ocorreram com as inovações da tecnologia, tudo se transformou, os costumes e o relacionamento com as pessoas próxima. Com o aumento de busca para as redes sócias, foram o aperfeiçoado as ferramentas, tornando- se as pessoas mais próximas uma das outras, e com o passar do tempo, foram surgindo ferramentas nos aplicativos que interligam a rede social para serem utilizadas como ganho. Pessoas começaram a usar a rede social como uma forma de trabalho, levando a facilidade e agilidade de adquirir produtos. Assim foram abrindo portas para ramos diferentes de trabalho na internet.(SOARES; GÊNOVA, 2018, p 10)

Podemos observar que as redes sociais sempre estiveram presentes na vida das pessoas, o que modifica, é a escolha que as pessoas fazem para se interagir uns com os outros. O surgimento da primeira rede social foi no ano de 1995, nos Estados Unidos e no Canadá, se chamava *Classmates*. Hoje em dia existem diferentes tipos de redes sociais disponíveis, utilizada por profissionais e outras para relacionamento, sendo a última a mais solicitada. Podemos citar o Twitter, Facebook e o Instagram.

O Brasil é o segundo colocado entre os países em que mais se acessa redes sociais, perdendo apenas para os Estados Unidos. O direito vem trazendo normas para o uso dessas novas tecnologias. Existem algumas leis no Brasil, que visam impor limites e segurança aos usuários da Internet. Podemos citar, a Lei 12.737/12, conhecida como Lei Carolina Dieckman, de acordo com a classificação de crimes informáticos. Esta lei tem ocasionado tensões envolvendo especialistas da área penal, bem com as autoridades em Direito Digital, em especial, quanto a sua eficácia.

Tem sido muito comum a realização de partilha de prêmios que envolve o processo de sorteios gratuito, e nesse atual cenário o processo para o alcance dos prometidos brindes, acaba sendo um caminho burocrático. A realização de qualquer ação que denomina marketing, sorteios de prêmios, exige a atenção no que determina a Lei 5.768/1971; legislação regente sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências.

Art 1º A distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda quando efetuada mediante sorteio, vale-brinde, concurso ou operação assemelhada, dependerá de prévia autorização do Ministério da Fazenda, nos termos desta lei e de seu regulamento.

§ 1º A autorização somente poderá ser concedida a pessoas jurídicas que exerçam atividade comercial, industrial ou de compra e venda de bens imóveis comprovadamente quites com os impostos federais, estaduais e municipais, bem como com as contribuições da Previdência Social, a título precário e por prazo determinado, fixado em regulamento, renovável a critério da autoridade.

Art 4º Nenhuma pessoa física ou jurídica poderá distribuir ou prometer distribuir prêmios mediante sorteios, vale-brinde, concursos ou operações assemelhadas, fora dos casos e condições previstas nesta lei”.

Ao analisar os casos e posições estabelecidos em lei, compreende-se que somente as pessoas jurídicas que atuam em atividades comerciais, industriais, de compra e venda de bens imóveis ou prestação de serviços têm permissão para realizar promoções comerciais. Além disso, essas empresas precisam estar em dia com o pagamento de impostos federais, estaduais e municipais, bem como com a Previdência Social.

Segundo a Lei 5.768/1971 também é recomendado a exigência de um Certificado de licença, da promoção comercial emitido pelo Ministério da Fazenda. Com a aprovação, os empresários poderão realizar promoções e sorteios.

Com o desenvolvimento da tecnologia, fez-se necessário que entrasse em vigor uma nova lei em 2018, sendo necessária a orientação de como realizar sorteio com base na análise da Lei nº 13.756 de 2018, que conduziu alterações à legislação de 1971, quanto com as Portarias nº 41/2008 e nº 442/2013 do Ministério da Fazenda.

Em 2022 uma nova atualização ocorreu na Lei por meio da Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 DE OUTUBRO DE 2022 que veio esclarecer as práticas de realização de prêmios em redes sociais conforme consta na Portaria:

Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 DE OUTUBRO DE 2022

Art. 23. A promoção comercial realizada em rede social deverá, de forma clara e inequívoca, estabelecer e viabilizar:

- I - a forma de confirmação da inscrição e participação na promoção;
- II - a descrição detalhada das condições necessárias à obtenção do prêmio e a forma de definição do contemplado, vedada a contemplação por meio randômico.

Art. 24. Além das especificações relacionadas no art. 23 e no Anexo II desta Portaria, o plano de distribuição de prêmios da promoção comercial realizada em rede social deverá prever:

- I - declaração de que a pessoa jurídica autorizada se responsabiliza em seguir os termos de uso da mídia social utilizada, inclusive seus impedimentos;
- II - declaração de que a pessoa jurídica autorizada garante a integridade e disponibilidade dos dados cadastrais e materiais produzidos pelos participantes, com segurança, fora do ambiente da mídia social utilizada;
- III - declaração de que a pessoa jurídica autorizada garante contingência eficaz que assegure a continuidade da promoção por todo período previsto, sem prejuízos aos participantes, por qualquer motivo;
- IV - cláusula informando que a promoção comercial é de inteira responsabilidade da pessoa jurídica autorizada, sem qualquer envolvimento ou participação da mídia social utilizada, salvo se aderente à campanha promocional;
- V - cláusula em que o participante reconhece e concorda que os dados e materiais publicados diretamente na mídia social utilizada estarão sujeitos às interações da referida mídia, inclusive por outros usuários;

VI - cláusula de desclassificação nos casos em que o participante utilizar meios mecânicos, robóticos ou fraudulentos para interferir no resultado da promoção.

É comum observarmos influenciadores digitais, na qualidade de pessoas físicas, promovendo essas campanhas comerciais como uma técnica de marketing. No entanto, de acordo com a legislação, a legalização de sorteios só pode ser concedida a pessoas jurídicas que atuam em atividades comerciais, industriais ou de compra e venda de bens imóveis.

Deste modo, a empresa que almeja desenvolver a promoção mediante a distribuição de prêmios, inicialmente deve-se atentar se completa os requisitos mínimos, tendo um bom planejamento em relação ao tempo que correrá os itens burocráticos, para cumprimento da atividade em questão.

Não é permitido que os sorteios sejam realizados por aplicativos automáticos de sorteio em mídias sociais.

A realização de promoções comerciais é permitida somente às pessoas jurídicas que atuam em atividades comerciais, industriais ou de compra e venda de bens imóveis, desde que tenham feito o pedido ao Sistema de Controle de Promoção Comercial (SCPC), do Ministério da Economia, com 40 a 120 dias de antecedência. Organizações da sociedade civil e sorteios filantrópicos também precisam de autorização do governo para realizar tais atividades.

É importante destacar que há restrições de produtos que não podem ser alvo de promoções e sorteios, tais como armas, explosivos, fogos de artifício, bebidas alcoólicas e fumo. Além disso, promoções que envolvam jogos de azar ou que possam gerar lucro para os promotores não são permitidas, e todas as promoções devem garantir igualdade de tratamento para todos os concorrentes.

A Lei 5.768 de 1971 estabelece quatro modalidades para distribuição gratuita de prêmios: sorteio, vale-brinde, concurso ou operação assemelhada.

2.1 MODALIDADE SORTEIO

O sorteio é uma modalidade de distribuição de prêmios que seleciona os contemplados com base na combinação dos números dos resultados da Loteria

Federal e deve ser distribuído de forma gratuita. É proibido utilizar um sistema próprio para realizar o sorteio, devendo-se adotar a Loteria Federal como base para a seleção dos ganhadores.

A distribuição dos cupons para participação no sorteio deve ser feita por empresas credenciadas e autorizadas pelos órgãos competentes do governo. É proibida a entrega de cupons em vias públicas e espaços coletivos. Esses cupons devem ser emitidos de acordo com a regulamentação do Ministério da Economia, estabelecida na Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 de Outubro de 2022:

Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 de Outubro de 2022:

Art. 2º Para os fins desta Portaria, entende-se por:

II - Sorteio: modalidade de promoção comercial, na qual são emitidos, em séries de no máximo cem mil números, elementos sorteáveis numerados, distribuídos de forma concomitante, aleatória e equitativa, cujos contemplados são definidos com base em resultados de extrações da Loteria Federal, de concursos das demais modalidades lotéricas federais ou, ainda, na combinação de números desses resultados;

2.2 MODALIDADE VALE BRINDE

A modalidade Vale brinde consiste uma prática comum nos comércios para atrair e fidelizar clientes, colocando objetos e brindes a disposição se os clientes atenderem determinados requisitos mínimos.

Ela difere do sorteio, pois sua premiação deve ser imediata, não tendo que esperar determinado tempo para obter o resultado, devem ser prescritas nos órgãos do governo qual a duração da distribuição dos vale-brindes, bem como a quantidade, pois deve garantir que todos aqueles que alcançarem os requisitos mínimos num intervalo de tempo, obtenham a premiação.

Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 de Outubro de 2022:

Art. 2º Para os fins desta Portaria, entende-se por:

III - Vale-brinde: modalidade de promoção comercial na qual a forma de contemplação é instantânea, em que o brinde é colocado no interior do produto ou dentro do respectivo envoltório, atendidas normas prescritas por órgãos de saúde pública e de controle de pesos e medidas, e mediante adoção de mecânica com previsão de quantidade fixa de prêmios, limitadas a determinado nível de estoque do produto;

2.3 MODALIDADE CONCURSO

Outra modalidade de promoção comercial é o concurso, que pode envolver previsões, cálculos, testes, seleção de predicados ou competições de qualquer natureza. Nesse tipo de promoção, os participantes são avaliados por uma banca examinadora que analisa suas habilidades e méritos para determinar os vencedores. Atualmente, essa modalidade é bastante utilizada nas redes sociais.

Para garantir a regularidade da competição, a empresa que escolhe essa modalidade de promoção comercial deve assegurar a conformidade dos meios utilizados para realizar o concurso. A apuração pode ser feita na sede da empresa autorizada ou em auditórios de estações de rádio ou televisão, com entrada livre ao público.

Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 de Outubro de 2022:

Art. 2º Para os fins desta Portaria, entende-se por:

IV - Concurso - modalidade de promoção comercial mediante concurso de previsões, cálculos, testes de inteligência, seleção de predicados, mecânicas com previsão de premiação aos primeiros consumidores a cumprir o critério de participação, limitadas a estoque do produto ou competição de natureza variada; e

2.4 MODALIDADE OPERAÇÃO ASSEMELHADA

Uma operação assemelhada é concebida a partir da combinação de fatores aplicáveis a cada método de distribuição de prêmios gratuitos, mantendo o conceito original, como forma de qualificar os competidores e determinar o vencedor.

Por exemplo, existe a modalidade "assemelhado a concurso", consistindo em uma competição baseada em teste de inteligência em que pode haver empate entre os participantes que acertarem o teste. Um desempate é concedido condicionando os cupos, no qual todos os cupons contendo a resposta correta são colocados em uma urna e um vencedor é escolhido aleatoriamente.

Portaria SEAE/ME Nº 7.638, de 18 de Outubro de 2022:Art. 2º Para os fins desta Portaria, entende-se por:

V - Modalidade Assemelhada - modalidade de promoção comercial concebida a partir da combinação de fatores específicos das modalidades sorteio, vale-brinde ou concurso, preservando-se as respectivas características básicas, como meio de habilitar concorrentes e apurar ganhadores, de acordo com os seguintes conceitos:

- a) Assemelhada a Sorteio - modalidade na qual a mecânica promocional combina fatores característicos das modalidades concurso ou vale-brinde, permanecendo obrigatoriamente o vínculo dos números atribuídos com os resultados de extração ou extrações da Loteria Federal ou de concursos ou concursos das demais modalidades lotéricas federais;
- b) Assemelhada a Vale-brinde - modalidade na qual a forma de contemplação é instantânea, sem que todos os elementos de participação correspondam a um brinde e vedada a definição do contemplado por meio randômico, devendo a definição de contemplado ocorrer com base, apenas, em contador ou cronograma de data e horário; e
- c) Assemelhada a Concurso - modalidade em que a definição do contemplado ocorre por meio de escolha aleatória entre os cupons impressos e acondicionados em urna única, recipiente único ou local restrito.

No próximo capítulo serão apresentados os procedimentos jurídicos para autorização de sorteios e promoções em redes sociais de acordo as leis e portarias previstas pelo Ministério da Economia.

3. PROCEDIMENTOS JURÍDICOS PARA AUTORIZAÇÃO

Os procedimentos jurídicos para autorização consistem uma série de etapas obrigatórias que devem ser cumpridas para que a empresa obtenha sucesso na requisição da autorização.

A autorização é concedida à empresa que exerça atividade comercial, industrial ou aquisição de imóveis e que comprove o recolhimento de tributos federais, estaduais, municipais ou regionais e contribuições previdenciárias.

Para a concessão de certificados de autorização para qualquer tipo de sorteio e atividades promocionais, o enquadramento para atividades comerciais atenderá ao disposto na Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.

Art. 5 º-A menoridade cessa aos dezoito anos completos, quando a pessoa fica habilitada à prática de todos os atos da vida civil.

Parágrafo único. Cessará, para os menores, a incapacidade:
V - Pelo estabelecimento civil ou comercial, ou pela existência de relação de emprego, desde que, em função deles, o menor com dezesseis anos completos tenha economia própria.

Fica evidente que somente maiores de 18 anos com atividade comercial registrada poderão exercer as modalidades anteriormente detalhadas, contrariando a onda crescente de jovens menores de 16 anos que vem utilizando as redes sociais indevidamente para exercer essas atividades.

A autorização e a fiscalização quanto à distribuição de prêmios são realizadas pela Secretaria de Acompanhamento Econômico, Advocacia da Concorrência e Competitividade – SEAE, sucessora da Secretaria de Avaliação, Planejamento, Energia e Loteria – SECAP que anteriormente substitui a Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE / SEFEL - Secretaria de Fiscalização, Energia e Loterias.

A Secretaria passou por uma reestruturação nos últimos anos, sendo que as responsabilidades de fiscalização e autorização foram transferidas para a unidade da SEAE em Brasília-DF, tendo como a Coordenação-Geral de Regulação Promoção Comercial o subsetor encarregado de analisar todas requisições e processos e pedidos de autorização para Promoção Comercial que deverão ser realizados por meio do Sistema de Controle de Promoção Comercial (SCPC).

Todos os pedidos de autorização devem ser realizados por meio do Sistema de Controle de Promoção Comercial (SCPC):

Figura 1 – Site do Sistema Controle de Promoção Comercial

SCPC
Sistema de Controle de Promoção Comercial

Autenticar no Sistema

Instruções para o Primeiro Acesso

Acesso com Certificação Digital:

- Insira o Certificado Digital
- Clique na imagem Certificado Digital
- Informe sua senha

Certificado Digital?

Acesso para usuários previamente habilitados

- Informe o CPF e senha
- Clique no botão Entrar

Esqueci minha senha

Entrar

Para acessar o Manual do Usuário do SCPC, clique aqui

Em caso de dúvidas consulte o FAQ - Perguntas Mais Frequentes ou contate os canais de atendimento do SCPC que funcionam 24 horas por dia, nos 7 dias da semana: Preencha e Envie o formulário ou Ligue Central de Atendimento Telefônico 0800-9782332.

[Consulta Pública da Promoção Comercial](#)
[Verificar Autenticidade de Documento](#)

SCPC - Sistema de Controle de Promoção Comercial - Versão: 2.12.2.16

Fonte <https://scpc.seae.fazenda.gov.br/scpc/login.jsf>

A Portaria SEAE/ME Nº 7.638 prevê que a solicitação para autorização do protocolo de processo de autorização deve ser de 40 a 120 dias antes da data do início da promoção.

CAPÍTULO III Do pedido de autorização .

Art. 17. O pedido de autorização para a realização de promoção comercial deve ser apresentado em meio eletrônico, por intermédio do Sistema de Controle de Promoções Comerciais (SCPC), no endereço eletrônico scpc.seae.fazenda.gov.br.

Art. 20. O pedido de autorização deverá ser formalizado no prazo mínimo de quarenta e máximo de 120 dias antes da data do início da promoção comercial.

O regulamento também estabelece que as pessoas jurídicas devem pagar taxas de fiscalização, que são remunerações previstas em lei para o funcionamento do processo de prestação de serviços públicos, promoção comercial, dependendo do valor do prêmio, conforme tabela abaixo:

Tabela 1 – Tabela para Taxa de Fiscalização

VALOR DOS PREMIOS OFERECIDOS	TAXA DE FISCALIZAÇÃO
R\$ 1.000,00	R\$ 27,00
R\$ 1.000,01 a 5.000,00	R\$ 133,00
R\$ 5.000,01 a 10.000,00	R\$ 267,00
R\$ 10.000,01 a 50.000,00	R\$ 1.333,00
R\$ 50.000,01 a 100.000,00	R\$ 3.333,00
R\$ 100.000,01 a 500.000,00	R\$ 10.667,00
R\$ 500.000,01 a 1.667.000,00	R\$ 33.333,00
R\$ 1.667.000,01	R\$ 66.667,00

Fonte: <https://danielalvarocm.jusbrasil.com.br/artigos/783825785/legalizacao-de-sorteios-e-promocoes-comerciais>

Para obter a autorização de uma promoção comercial, a empresa deve enviar através do Sistema de Controle de Promoções Comerciais - SCPC, um comprovante de pagamento da taxa de fiscalização, juntamente com os documentos exigidos para realizar as atividades previstas na Portaria SEAE/ME N° 7,638, de 18 de Outubro de 2022.

Aqui estão os documentos necessários para solicitar a autorização:

CAPÍTULO III Do pedido de autorização .

Art. 18. O pedido de autorização deve ser instruído com os seguintes documentos:

- I - comprovante de recolhimento da taxa de fiscalização;
- II - procuração outorgada pela pessoa jurídica requerente, se for o caso, com poderes específicos, por meio de instrumento público ou particular;
- III - atos constitutivos da requerente, e suas respectivas alterações, arquivados ou registrados na Junta Comercial ou no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o regime próprio aplicável, bem como a Ata de eleição da diretoria atual, se for o caso;
- IV - certidões negativas, ou positivas com efeito de negativas, de débitos da pessoa jurídica requerente, expedidas pelos órgãos oficiais, relativas à Dívida Ativa da União e a tributos federais, estaduais e municipais de caráter mobiliário;
- V - termos de adesão de todas as pessoas jurídicas aderentes à promoção comercial coletiva, assinados por seus respectivos representantes legais;
- VI - termo de mandatária, ou termo de responsabilidade, emitido pela pessoa jurídica mandatária, respondendo solidariamente pelas obrigações assumidas e infrações cometidas em decorrência da promoção comercial coletiva, assinado por representante legal ou representantes legais;
- VII - demonstrativo consolidado da receita operacional, assinado por representante legal da pessoa jurídica requerente e por contador ou técnico em Contabilidade, relativo a tantos meses, imediatamente anteriores, quantos forem os de duração da promoção comercial.

Parágrafo único. A certidão relativa à dívida ativa da União e a tributos federais será emitida automaticamente pelo SCPC, no momento da solicitação da autorização.

Art. 20. O pedido de autorização deverá ser formalizado no prazo mínimo de quarenta e máximo de 120 dias antes da data do início da promoção comercial.

Nos próximos capítulo serão abordados os meios de fiscalização e as penalidades ao descumprimento da Lei.

4.FISCALIZAÇÃO E PENALIDADES AO DESCUMPRIMENTO DA LEI

O SEAE é o órgão competente por fiscalizar e realizar o controle de promoção comercial no país.

4.1 OBJETOS QUE PODEM OU NÃO SER PROMOVIDOS

A Lei número 5.768 estabelece uma lista de itens que não podem ser promovidos, como medicamentos, armas, munições, explosivos, fogos de artifício, bebidas alcoólicas, fumos e derivados, e outros produtos indicados pelo Ministério da Fazenda. Além disso, é proibido converter prêmios em dinheiro ou distribuí-los dessa forma.

A legislação também especifica quais itens podem ser sorteados ou promovidos, como produtos nacionais ou importados regularmente, títulos da dívida pública, unidades residenciais urbanas localizadas no país, viagens de turismo, incluindo transporte, hospedagem e refeições, e bolsas de estudo.

Planos que estimulam jogos de azar ou permitem a transformação da autorização em processo de exploração de sorteios, concursos ou vale-brindes não são permitidos. Esses planos não podem ser usados como fonte de renda e não devem distorcer o mercado, com o objetivo de eliminar a concorrência.

Não é permitido criar expectativas exageradas de obtenção de prêmios, principalmente quando isso prejudica a educação de crianças e adolescentes. Além disso, não é permitida a distribuição de prêmios com base na organização de séries ou coleções de qualquer tipo, nem o uso de elementos que imitem símbolos nacionais ou moedas nacionais. Também é proibida a vinculação da distribuição de prêmios aos resultados da Loteria Esportiva e todos os concorrentes devem receber tratamento igual.

4.2 PRESTAÇÃO DE CONTAS

As empresas têm um prazo de 180 dias a partir da expiração do prazo de vencimento dos prêmios para providenciar a entrega dos prêmios aos ganhadores. Se, nesse período, ainda houver prêmios não entregues, a empresa tem mais 45 dias

para recolher o valor correspondente desses prêmios prescritos. Depois desse período, a empresa tem 30 dias para apresentar a documentação de prestação de contas do processo de promoção comercial através do Sistema de Controle de Promoções Comerciais - SCPC.

A documentação necessária para prestação de contas inclui comprovantes de propriedade dos prêmios ou de depósitos bancários vinculados ao plano, recibos assinados pelos ganhadores, cópia do documento de identidade e do CPF do ganhador para prêmios acima de dez mil reais, atas detalhadas de apuração, DARF correspondente ao imposto de renda de 20% sobre o valor dos prêmios e o DARF correspondente ao valor dos prêmios não entregues (prescritos), recolhido à União no prazo de até 45 dias após a prescrição.

Para promoções comerciais do tipo "Vale-Brinde" ou assemelhada a "Vale Brinde", a lei estabelece a seguinte prescrição:

CAPÍTULO III Do pedido de autorização .

Art. 48. Para as modalidades vale-brinde e assemelhada a vale-brinde, a pessoa jurídica autorizada deverá instruir a prestação de contas com os seguintes documentos:

I - declaração de entrega de brindes e guarda de comprovantes, conforme modelo constante do Anexo VIII desta Portaria;

II - cópia autenticada do comprovante de propriedade dos brindes, emitido antes da data de início da promoção comercial, conforme disposto no inciso I do caput do art. 49 desta Portaria;

III - comprovante de pagamento, autenticado, do Documento de Arrecadação de Receitas Federais (Darf), no valor dos brindes não-entregues ou prescritos, se for o caso, recolhido à União, com código de recolhimento 0394, no prazo de até quarenta e cinco dias após o encerramento da promoção comercial ou após o prazo de prescrição, respectivamente, conforme previsto no art. 64 desta Portaria.

Se as empresas não cumprirem as exigências de prestação de contas, elas estarão sujeitas a sanções que incluem a cassação da autorização, a proibição de realizar tais operações por até dois anos e multas de até 100% do valor total dos prêmios oferecidos.

Se a empresa não cumprir o prazo para a conclusão da prestação de contas, o processo será marcado como "não homologado" automaticamente pelo Sistema de

Controle de Promoção Comercial - SCPC, e o infrator estará sujeito à abertura de processo administrativo de multa por ausência de prestação de contas.

2.4 PENALIDADES

Quando uma empresa decide realizar distribuição gratuita de prêmios, é importante lembrar que existem normas e regulamentos que devem ser seguidos para evitar sanções e prejuízos financeiros.

Caso a empresa realize promoções sem autorização ou não cumpra o regulamento aprovado, está sujeita a uma série de penalidades previstas na legislação. Entre essas penalidades, destaca-se a proibição de realizar novas promoções, além de outras sanções cabíveis.

Uma das disposições mais importantes a serem observadas é a prestação de contas. A empresa tem o dever de apresentar toda a documentação necessária para comprovar que a promoção foi realizada de acordo com as regras estabelecidas.

A não apresentação de documentos ou a falta de transparência na prestação de contas pode levar à abertura de processo administrativo e aplicação de multa, que pode chegar a até cem por cento do valor dos bens prometidos como prêmio.

Por isso, é essencial que a empresa esteja atenta às normas e regulamentos aplicáveis a promoções comerciais, e que cumpra rigorosamente todas as disposições exigidas para evitar prejuízos e sanções. Além disso, é recomendável que a empresa busque assessoria jurídica especializada para garantir que todas as etapas do processo sejam realizadas de forma adequada e segura.

Vejamos os detalhes da Portaria SEAE/ME N° 7,638, de 18 de Outubro de 2022. referente as penalidades:

CAPÍTULO X

DA FISCALIZAÇÃO E DAS PENALIDADES ADMINISTRATIVAS

Art. 60. Caberá ao órgão autorizador aplicar as sanções administrativas previstas em lei, em razão de infringência aos termos da Lei nº 5.768, de 1971, do Decreto nº 70.951, de 1972, e desta Portaria, mediante o devido processo legal, garantidos o contraditório e a ampla defesa, sem prejuízo de outras sanções de natureza civil ou penal cabíveis.

§1º São as seguintes as hipóteses de sanção a que se referem o caput deste artigo:

I - cassação da autorização, quando couber;
II - proibição de realizar tais operações durante o prazo de até dois anos; e
III - multa de até 100% (cem por cento) da soma dos valores dos bens prometidos como prêmio.

§2º As sanções podem ser aplicadas de modo individualizado ou cumulativamente.

§3º As penalidades podem ser aplicadas independentemente de cancelamento ou suspensão da autorização concedida.

Vemos nesse capítulo que o SEAE é o órgão responsável pela fiscalização de todas as promoções comerciais em âmbito nacional, regulando todas as atividades de pessoas jurídicas para que elas sigam o que está determinado nas leis e portarias específicas relatadas anteriormente. Portanto as pessoas jurídicas estão condicionadas aos termos das leis sobre os objetos que podem e não podem ser promovidos bem como as prestações de contas e penalidades,

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto no presente trabalho, pode-se constatar que as pessoas físicas não podem estar realizando promoções e sorteios nas redes sociais, sendo vedado esse direito somente as pessoas jurídicas devidamente cadastradas no órgão SEAE que regulamenta e fiscaliza as promoções comerciais no país. Fundamentou-se utilizando a Lei 5.768/1971, legislação regente sobre a distribuição gratuita de prêmios e a Lei nº 13.756 de 2018, que conduziu alterações à legislação de 1971 e a utilização da nova Portaria SEAE/ME Nº 7.638 do Ministério da Economia que surgiu com o avanço das tecnologias nos últimos anos.

Dentro dessa gama de promoções e sorteios foram explicadas várias modalidades no capítulo 01, relatando uma exigência dos cumprimentos de várias regras, demonstrando que a empresa que deseja realizar uma promoção deve procurar orientação jurídica para entender qual modalidade se aplica ao seu campo de negócio.

No capítulo 02 se expôs os procedimentos jurídicos para obtenção da autorização de realizar promoções comerciais, sendo esse, uma série de etapas a ser cumpridas obrigatoriamente no decorrer do processo. Nessa fase foram relatados os prazos, valores e sites que devem ser consultados e registrados para a requisição da autorização

E, por fim, no capítulo 03 demonstra-se e orienta-se sobre os objetos que podem e não podem ser comercializados, bem como a prestação de contas incluindo toda a documentação que deve ser apresentada ao Sistema de Controle de Promoções Comerciais – SCPC, foram relatados também as penalidades e sanções que as empresas estão sujeitas ao descumprimento da lei.

Conclui-se assim, que o trabalho proposto atingiu a proposta inicial de relatar os meios e etapas para que a sociedade como um todo tenha a compreensão do que seja as promoções comerciais e enfatizando assim, a exigência de um profissional jurídico para suportar as empresas além dos departamentos de marketing e propaganda, servindo também como esclarecimento as pessoas físicas que desejam realizar promoções comerciais e queiram se enquadrar nos termos da lei.

REFERÊNCIAS

SOARES, K. F.; GÊNOVA, L. **Redes Sociais: Aspectos Jurídicos**. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqPics/1311401298P647.pdf>. Acesso em: 22 abril. 2021.

GODOY, WAGNER, **SECAP mudou para SEAE**, Disponível em: <https://evolutionmarketing.com.br/secap-mudou-para-seae/> Acesso em: 20 fevereiro. 2022.

NETO, S. ANTONIO, **Desvendando a nova Portaria SEAE/ME nº 7.368**, Disponível em: <https://www.promoview.com.br/blog/antonio-salgado/promocao/desvendando-a-nova-portaria-seaeme-n-7368.html> Acesso em: 24 março. 2023.

BRASIL. Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971. **Abre a legislação sobre distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda, estabelece normas de proteção à poupança popular, e dá outras providências.**: Brasília, DF, pg. 10521, 21 dez. 1971.

BRASIL. Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018. **Dispõe sobre o Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), sobre a destinação do produto da arrecadação das loterias e sobre a promoção comercial e a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa; altera as Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 9.615, de 24 março de 1998, 10.891, de 9 de julho de 2004, 11.473, de 10 de maio de 2007, e 13.675, de 11 de junho de 2018; e revoga dispositivos das Leis nºs 6.168, de 9 de dezembro de 1974, 6.717, de 12 de novembro de 1979, 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 9.649, de 27 de maio de 1998, 10.260, de 12 de julho de 2001, 11.345, de 14 de setembro de 2006, e 13.155, de 4 de agosto de 2015, da Lei Complementar nº 79, de 7 de janeiro de 1994, e dos Decretos-Leis nºs 204, de 27 de fevereiro de 1967, e 594, de 27 de maio de 1969, as Leis nºs 6.905, de 11 de maio de 1981, 9.092, de 12 de setembro de 1995, 9.999, de 30 de agosto de 2000, 10.201, de 14 de fevereiro de 2001, e 10.746, de 10 de outubro de 2003, e os Decretos-Leis nºs 1.405, de 20 de junho de 1975, e 1.923, de 20 de janeiro de 1982. Vigência, Brasília, DF, pg. 1, 13 dez. 2018.**

BRASIL. Portaria nº 41, de 19 de fevereiro de 2008. **Regulamenta a distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda, quando efetuada mediante sorteio, vale-brinde, concurso ou modalidade assemelhada, a que se refere à Lei nº 5.768, 20 de dezembro de 1971, e o Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972.**

BRASIL. Lei Nº10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Disciplina as normas e os direitos relativos às pessoas, aos bens e aos fatos jurídicos, abrangendo todas as relações de âmbito privado.**

BRASIL. Portaria SEAE/ME Nº7.638, de 18 de outubro de 2022. **Regulamenta a distribuição gratuita de prêmios a que se referem a Lei 5.768, 20 de dezembro de 1971, e o Decreto 70.951, de 9 de agosto de 1972.**