



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA DE PRÊMIOS

Como uma importante ferramenta comercial, a distribuição gratuita de prêmios é utilizada por indústrias e estabelecimentos varejistas com o objetivo de promover ou fomentar as vendas de um determinado produto ou mesmo de uma determinada marca.

Nas indústrias de consumo e nos pontos de venda, muitas vezes os departamentos responsáveis por esse importante instrumento de marketing não observam a necessidade na obtenção de autorização para esse tipo de promoção, disciplinados pela Lei 5.768/71 e Decreto nº 70.951/72.

Abordaremos, a seguir, de forma sucinta, os principais pontos da lei que trata da aprovação do plano de operação, e, para tanto, definiremos as várias modalidades de distribuição gratuita de prêmios:

1) Sorteio

É uma modalidade que consiste na distribuição, somente pelos estabelecimentos da empresa autorizada, de elementos sorteáveis numerados em série de até cem mil números ou cupons, cujo resultado é necessariamente vinculado à extração da Loteria Federal. Somente 30% dos prêmios poderá desvincular-se da extração da Loteria Federal, desde que sorteados em programas de rádio e televisão aberta com livre acesso ao público.

Os cupons ou elementos sorteáveis não poderão conter vícios ou defeitos que impliquem em sua autenticidade e deverão conter toda qualificação da empresa responsável pela promoção, o número e ordem de série, prazo de validade da promoção, número da autorização, local, forma e data da apuração, entre tantas outras dispostas na legislação da Receita Federal.

2) Vale-Brinde

Essa modalidade consiste na emissão de vales-brindes numerados em ordem crescente, que serão colocados no interior do produto fabricado pela empresa autorizada ou em envoltório próprio de acordo com as normas sanitárias e de controle de pesos e medidas, devidamente informados pela empresa autorizada através de declaração da relação entre o número de vales-brindes e o de produtos colocados a venda, com ampla divulgação pública. O número de vales-brindes emitidos corresponderá ao número de prêmios a serem distribuídos.

Ressalte-se que os vales-brindes poderão ser impressos somente após a aprovação do plano de operação da promoção, devendo constar toda a qualificação da empresa (razão social, CNPJ, endereço, etc.), o número de ordem, indicação do prêmio e seu valor, declaração em negrito de que a distribuição é gratuita e demais informações completas sobre os detalhes da promoção.



3) Concurso

Essa modalidade poderá ser utilizada por empresas comerciais, indústrias ou empresas de compra e venda de bens imóveis para distribuição gratuita de prêmios mediante concurso de previsões, cálculos, testes de inteligência, seleção de predicados ou competição de qualquer natureza que serão ampla e claramente especificados no plano de operação. Nessa mesma modalidade poderão ser exigidos rótulos, cintas, embalagens ou quaisquer elementos de reclame relativo aos produtos como condição para participar do concurso.

A apuração se dará na sede da empresa autorizada ou nos auditórios de estações de rádio ou da televisão e deverá ser aprovada pela Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda ou a critério da autoridade que concede a autorização, resguardada a igualdade entre os concorrentes e asseguradas as disposições legais e regulamentares.

4) Operação Assemelhada

Tal modalidade consiste na combinação de fatores de cada uma das operações já mencionadas, como forma de apurar o ganhador. Poderá ser admitida quando houver mais de uma apuração autorizada. Serão definidas como assemelhadas a sorteio, assemelhada a vale-brinde e assemelhada a concurso.

Outras modalidades poderão ser utilizadas, desde que os procedimentos sejam rigorosamente seguidos.

RESTRICÇÕES

A distribuição gratuita de prêmios será deferida ou autorizada de acordo com as condições previstas na Lei nº 5.768/71 e no Decreto nº 70.951/72.

É importante ressaltar que não serão autorizadas as promoções cujos prêmios sejam medicamentos, armas e munições, fogos de artifício ou estampido, explosivos, bebidas alcoólicas, fumos e seus derivados, combustíveis e lubrificantes derivados de petróleo, além de outros produtos que poderão ser relacionados pelo Ministério da Fazenda.

Os planos de operação também não serão autorizados se:

- importarem em incentivo ou estímulo ao jogo de azar;
- proporcionarem lucro imoderado aos seus executores;
- permitirem a transformação do presente plano em processo de exploração dos sorteios, vales-brindes ou concursos como fonte de renda;
- importarem em distorção do mercado, com o objetivo de, através da promoção, alijar empresas concorrentes
- propiciarem exagerada expectativa de obtenção de prêmios;



- importarem em fator deseducativo da infância e da adolescência;
- a distribuição gratuita de prêmios tiver como base a organização de séries ou coleções de qualquer espécie, tais como símbolos, gravuras, cromos, figurinhas, objetos, rótulos, embalagens, envoltórios;
- implicarem a emissão de cupons sorteáveis ou de qualquer outro elemento que sejam impressos em formato ou com dizeres e cores que imitem os símbolos nacionais ou com eles se assemelhem;
- vincularem a distribuição de prêmios aos resultados da Loteria Esportiva;
- não assegurarem igualdade de tratamento para todos os concorrentes;
- vierem a ser considerados inviáveis, por motivo de ordem geral ou especial;
- condicionarem a entrega de prêmio à adimplência.

Os planos de operação tem como objetivo a promoção comercial dos produtos que se demonstrem sustentáveis além da distribuição gratuita de prêmios, ou seja, aqueles produtos que não dependem da promoção para sua continuidade no comércio, o que deverá ser comprovado mediante a apresentação de demonstrativos validados por auditores independentes. Os dados que demonstram a sustentabilidade dos produtos tais como projeção de vendas e receitas, margem de lucro, decomposição de custos, prospecção de mercado, demonstrativos contábeis aplicáveis, entre outros documentos, serão objeto de pedido formal de confidencialidade a ser protocolizado no órgão autorizador.

Deve ser observado, também, pela empresa que utilizar a distribuição como promoção comercial que é proibida a conversão do prêmio em dinheiro e que o valor total desses prêmios não poderá exceder, mensalmente, 5% da média da Receita Operacional relativa ao número de meses da promoção, imediatamente anteriores ao pedido do plano de operação.

PRÊMIOS

Podem ser distribuídos como prêmios mercadorias de produção nacional, 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 e em zona urbana, viagens de turismo (pacote completo) e bolsas de estudo.

Os prêmios a serem distribuídos devem ser adquiridos pela empresa autora do plano de operação e comprovados com a respectiva Nota Fiscal perante a SEAE/MF.

CONCLUSÃO

O instrumento da promoção através da distribuição gratuita de prêmios também pode se dar através de outras modalidades, mas as principais e mais rotineiras foram abordadas nesse breve estudo.



A observação de todos os detalhes é muito importante, bem como o rigor no estrito seguimento do plano de operação e regulamento que foram devidamente aprovados pelo órgão competente.

Não podem ser esquecidas as obrigações após a conclusão da promoção que são as informações a serem prestadas em prazo determinado aos órgãos competentes sobre o cumprimento do plano de operação, tais como o Ministério da Fazenda e órgãos de defesa do consumidor, bem como a comprovação da entrega dos prêmios. Não menos importante é a comprovação do recolhimento do Imposto de Renda à alíquota de 20% sobre o valor da operação e sobre os prêmios não distribuídos. Somente após a essa etapa é que o processo será considerado concluído.

Muitas vezes, por conta da rapidez nas ações de marketing planejadas pelos departamentos responsáveis da empresa, os detalhes aprovados pelo Ministério da Fazenda podem ser ignorados (como por exemplo a mudança do prêmio na última hora, a alteração dos horários e programas que exibirão o sorteio ou concurso, entre tantos outros obstáculos que poderão surgir). Nesse caso, a orientação é que seja avaliado o risco pelo profissional que elaborou todo o processo para a aprovação do plano. Esse profissional, contratado pela empresa ou interno, deverá conhecer as normas de defesa do consumidor e trabalhar juntamente com o serviço de atendimento ao consumidor, evitando assim o conflito entre a empresa e o consumidor final.

Essa estreita relação entre os departamentos de marketing, jurídico, atendimento ao consumidor, vendas, operação, entre outros, são fundamentais para o sucesso da promoção. A título de exemplo podemos citar uma determinada promoção toda planejada, mas que tenha sido preterido o planejamento com a produção para operacionalizar a colocação mecanizada do vale-brinde dentro da embalagem do produto ou mesmo o seu rigoroso controle no processo produtivo e nos lotes de fabricação. O departamento de *supply chain* também não pode perder o controle do destino desses lotes “premiados”, para um possível rastreamento após o fim da promoção, uma vez que muitas vezes o prazo de validade do produto é superior ao da promoção.

Nesses casos práticos e corriqueiros devem ser previstos os riscos de descontentamento do cliente por comprar um produto que contém o vale-brinde após expirado o prazo da promoção.

Muitos problemas podem ser evitados com um bom trabalho preventivo para que o instrumento da distribuição gratuita de prêmios cumpra sua função principal que é a alavancagem comercial de uma determinada marca ou produto.

Essas são algumas considerações sobre o tema e orientamos para que sejam seguidas e observadas as regras da legislação em vigor, a saber: Lei Federal nº 5.768/71, Decreto nº 70.951/72 e Portaria nº 90/2000 da SEAE/MF.