

LAS PROMOCIONES Y EL IMPUESTO A LOS SORTEOS

Por Marcelo Gallo⁽¹⁾

El impuesto a los premios de sorteos y concursos deportivos.

La ley 20.630 y sus modificatorias establecieron un impuesto "de emergencia" sobre los premios que se distribuyen mediante determinados juegos de sorteos y concursos deportivos. No obstante la calificación dada al gravamen como "de emergencia" y, por tanto, esencialmente transitorio, el impuesto continúa vigente a la fecha, transcurridos más de veinte años desde la sanción de la norma legal que lo creó.

La ley del impuesto establece como objeto del mismo a los premios ganados en juegos de sorteos (loterías, rifas y similares) así como en concursos de apuestas de pronósticos deportivos, organizados en el país por entidades oficiales o por entidades privadas con la autorización pertinente.

Las mencionadas entidades -oficiales o privadas, según el caso- son las obligadas a ingresar el impuesto en el carácter de "responsables sustitutos" de la obligación tributaria de los ganadores y dicho ingreso se realiza mediante la "retención" de una suma, que se detrae del importe total del premio -en caso de que éste sea en efectivo- o mediante el pago del impuesto, que debe exigirse al ganador al momento de la entrega del premio -en el caso de que éste sea en especie.

El gravamen considera como monto neto de cada premio al 90% del mismo, sobre el que debe aplicarse una alícuota del 30%. Me explico, el fisco nacional se "asocia" con los ganadores de los premios, llevándose para las arcas públicas el 27% de su valor -y alguna parte de su dicha.

¿El impuesto, es aplicable a cualquier sorteo, certamen o concurso?

(1) Abogado. Socio del Estudio Abeledo Gottheil Abogados. Especialista en los aspectos legales de la publicidad y el marketing.

En muchas oportunidades hemos sido consultados con relación a la aplicación del impuesto creado por la ley 20.630, sobre los premios que las empresas distribuyen mediante promociones de venta que incluyen concursos, certámenes o sorteos. Y más, en nuestra práctica profesional hemos conocido algunos casos en los cuales se descontó a los ganadores de premios el dinero necesario para afrontar su pago, por el simple hecho de que las personas favorecidas con dichos premios habían sido discernidas mediante un sorteo.

Por eso nos parece importante esclarecer cuándo es aplicable el referido gravamen y cuándo no.

Según establece el art. 1º, primer párrafo, "in fine", de la ley 20.630, las entidades privadas estarán encuadradas en el hecho imponible -únicamente- cuando deban requerir de una autorización oficial para la organización del sorteo, concurso o juego de que se trate.

En consecuencia, cuando dicha autorización no deba ser requerida a la autoridad competente, las entidades privadas organizadoras del sorteo, concurso o juego quedan fuera del presupuesto generador de la obligación tributaria y no resultan, por ende, alcanzadas por la ley del gravamen.

En otras palabras, la autorización es una característica determinante para la sujeción a la ley 20.630 y, por ende, para el pago del impuesto. Esto es que si la autorización no es necesaria, no se debe pagar el gravamen. Ello es corroborado no sólo por los términos de su art. 1º, sino también por el art. 6º del decreto reglamentario que al establecer el valor de los premios en especie se refiere, en el caso de juegos y concursos organizados por entidades privadas, al valor que haya sido asignado o aceptado por la autoridad competente al momento de otorgarse la "autorización respectiva".

Sorteos que requieren autorización oficial.

Dicha "autorización" es mencionada por la ley 18.232, que regula el régimen de Lotería de Beneficencia Nacional y Casinos en el ámbito de la Capital Federal, Tierra del Fuego e Islas del Atlántico Sur, en cuanto establece la prohibición de venta en la vía pública de billetes de lotería, rifas, tómbolas, bonos de contribución y demás participaciones de juegos de azar, no autorizados especialmente. Previsiones similares contienen leyes provinciales.

Puede afirmarse de modo general que la circunstancia que determina la obligatoriedad en la solicitud de la autorización oficial es el carácter de monopolio estatal que posee el juego en nuestro país. En este sentido, se debe requerir autorización siempre que de la comercialización

de una rifa, tómbola o bono de contribución, pudiera surgir la eventual competencia con aquellos que comercializa la Lotería Nacional de Beneficencia y Casinos -o Loterías Provinciales-, afectando de esa manera la situación de monopolio.

En estos términos, **los organizadores de una rifa, tómbola o cualquier otro juego de azar, que persigan un fin de lucro a través de la venta de los números, billetes o bonos, siempre deberán requerir la autorización** pertinente a la autoridad de aplicación competente y **consecuentemente los premios que otorguen quedarán alcanzados por el gravamen.**

Las promociones de venta con premios distribuidos por sorteos.

Por el contrario, quienes sólo tengan por objeto promocionar un producto o servicio mediante la organización de un sorteo, certamen o concurso con entrega de premios, sin que la participación en dicho sorteo, certamen o concurso dependa del pago de sumas de dinero adicionales al precio del producto o servicio, no se encuentran sujetos a autorización alguna.

Es el caso de las promociones de venta con premios o regalos que organizan las empresas al amparo de las disposiciones de la Ley 22.802, de Lealtad Comercial, en las cuales la posibilidad de obtención de los premios no está subordinada al pago de suma alguna adicional al precio del producto o servicio promovido.

Y más, el acceso a los premios ni siquiera depende de la adquisición del producto o de la contratación del servicio promovido por parte de los eventuales ganadores, ya que, por imperativo legal, debe permitirse al público en general acceder a la promoción y consecuentemente participar en los sorteos, concursos o certámenes organizados, gratuitamente; "sin obligación de compra". Por lo tanto, la organización de tales promociones se encuentra exenta de la obligación de solicitar autorización.

En resumen, **por no ser obligatoria la obtención de autorización alguna, en virtud de la "gratuidad" de las promociones de venta con entrega de premios, las empresas que las organizan no resultan alcanzadas por la ley del impuesto.** Por ello, al momento de entregar los premios a sus beneficiarios deberán hacerlo en su totalidad, sin retener -ni exigir el pago de- suma alguna en concepto de gravamen.

