



RELATÓRIO N° 1/2026 DE ANÁLISE DE IMPACTO REGULATÓRIO

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. A Secretaria de Prêmios e Apostas do Ministério da Fazenda (SPA/MF) identificou a necessidade de modernização da regulação e dos procedimentos relacionados à distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, concurso ou vale-brinde, denominada como promoção comercial, tendo em vista a antiguidade da lei que rege a atividade (Lei nº 5.768/71) e do decreto que a regulamenta (Decreto nº 70.951/72). Esse diagnóstico inicial foi reforçado com as manifestações sobre o tema apresentadas no âmbito da CONSULTA PÚBLICA SPA/MF N° 1/2025, registradas no Termo de Abertura 52427247 desse Procedimento de Elaboração e Participação em Proposta Regulatória.
2. Ademais, observa-se a necessidade de maior adequação dos comandos legais vigentes aos objetivos específicos da legislação setorial, uma vez que tal alinhamento é essencial para fortalecer a efetividade da regulação na prevenção do desvirtuamento das promoções comerciais, bem como para assegurar fiscalização, monitoramento e responsabilização mais eficazes e tempestivos de atividades irregulares.
3. Cabe destacar que a Secretaria é demandada de forma contínua a se manifestar tecnicamente sobre iniciativas legislativas relacionadas ao tema, em razão da apresentação recorrente de propostas e projetos de lei no Congresso Nacional voltados à alteração da legislação vigente.
4. Em resumo, entende-se que o tratamento uniforme imposto pela legislação vigente aos diversos tipos de promoções comerciais, sem observância a diferentes graus de risco acarretado por cada modalidade e porte de promoção comercial, impõe custos desproporcionais para os administrados e para a administração.
5. Propõe-se, portanto, alterações normativas de forma a superar os problemas regulatórios a seguir pormenorizadamente descritos.

PROBLEMA REGULATÓRIO

6. Conforme já exposto no Termo de Abertura 52427247 desse Procedimento de Elaboração e Participação em Proposta Regulatória, a regulação de sorteios e promoções comerciais no Brasil enfrenta diversos desafios que impactam a eficiência operacional do setor.
7. A promoção comercial é um instrumento oriundo da economia analógica em que um estabelecimento comercial promove sua marca/reputação ou a venda de algum bem ou serviço a partir de um sorteio (ou outra forma de geração de resultado aleatório) que contempla com prêmio(s) apenas uma parte dos participantes. O objetivo não é lucrar com a promoção comercial em si, muito menos fazer das promoções comerciais sua principal atividade, mas promover sua atividade-fim, ou seja, alavancar diretamente a venda dos bens e serviços em questão ou alcançar este objetivo através da valorização e publicidade em torno de sua marca.
8. Abaixo, uma análise sobre os objetivos regulatórios da atividade estatal de regulação e fiscalização sobre as promoções comerciais - ou *para que serve a regulação?* - obtidos a partir de análise da legislação aplicável, reuniões com os servidores responsáveis pelos procedimentos relacionados à promoção comercial e discussões internas, ainda sem considerar a questão da competência, isto é, qual(ais) órgãos estatais são responsáveis por perseguir tais objetivos, ou como tal regulação e fiscalização será implementada:

Prevenção da exploração ilegal de jogos de azar: Evitar que a atividade de promoção comercial seja utilizada como forma irregular de exploração de jogos de azar ou fonte de receita principal de seus exploradores.

Proteção ao Consumidor: Garantir que a promoção seja justa, transparente e que o prêmio prometido seja efetivamente entregue. Isso evita fraudes, publicidade enganosa e práticas abusivas.

Prevenção à Lavagem de Dinheiro: Prêmios podem ser usados para movimentar dinheiro de origem ilícita se não houver fiscalização.

Arrecadação de Impostos: Muitos países, incluindo o Brasil, tributam o valor dos prêmios distribuídos, seja na fonte (da empresa promotora) ou na pessoa do ganhador.

9. Em relação aos objetivos acima, verifica-se estreita vinculação da necessidade de Prevenir a Exploração Ilegal de Jogos de Azar com as competências dessa SPA. Como apontado posteriormente, no entanto, faltam instrumentos legais para coibir de forma efetiva o uso desse instrumento da distribuição gratuita de prêmios como forma de exploração ilegal de jogos da azar.
10. Quanto aos demais objetivos, são de competência de diferentes órgãos da Administração Pública, federal, estadual e municipal: órgãos de defesa do consumidor, como Secretaria Nacional do Consumidor - Senacor e Procon's; Receita Federal do Brasil - RFB; e Conselho de Controle de Atividades Financeiras - COAF.
11. Tendo em vista a especialização desses órgãos quanto aos objetivos acima, entende-se oportunidade melhor divisão de competências entre as agências envolvidas, com a consequente harmonização de normas.
12. Nesse sentido, cabe aprofundar a análise das características específicas das promoções comerciais que não poderiam ser endereçadas pela aplicação de normas gerais, especialmente aquelas referentes à proteção do consumidor, e que, portanto, justificariam a necessidade de regulação *ex ante*.

13. A esse respeito, entende-se que o aspecto essencial que demanda atenção é a intransponível assimetria de informações entre os promotores de operações e os participantes dessas promoções, quando há limitação ao acesso aos prêmios pelos participantes, tendo por critérios de seleção dos participantes sorteios ou, em termos mais gerais, qualquer tipo de aleia e, em menor medida, competição entre os consumidores participantes, ou anterioridade de participação, dado que esses elementos podem dar ensejo à fácil manipulação de resultados que não é possível de ser observável sem que os agentes promotores dessas operações estejam obrigados, *ex ante*, a seguir determinados procedimentos e a apresentarem informações específicas que possam ser rotineiramente auditáveis por um órgão fiscalizador.

14. Além disso, pode-se entender que algumas regras específicas que limitam determinados tipos de publicidade, tipos de premiações (p.ex. prêmios em dinheiro), bens e serviços que podem ser promovidos (álcool, medicamentos, jogos de fortuna, por exemplo) e eventualmente participantes (menores de 18 anos) também possam fazer parte do escopo regulatório específico.

15. Contrariamente, outros tipos de requisitos, como relacionados à transparência de regras, publicidade enganosa, descumprimento de regulamentos, etc, ainda que possam ser genericamente abordados na regulamentação setorial, podem ser melhor fiscalizados pelas agências de defesa do consumidor.

16. No mesmo sentido, acredita-se que o cumprimento de obrigações fiscais pode também ser melhor fiscalizado pelos órgãos da administração tributária.

17. Por fim, em relação à prevenção à lavagem de dinheiro, tal função carece de acompanhamento pelo órgão de controle de atividades financeiras, o COAF, sem prejuízo de supervisão dessa SPA quanto ao cumprimento de normas setoriais impostas aos regulados para adoção de políticas de PLD.

18. Feitas essas considerações iniciais, passa-se a tratar de aspectos específicos da legislação que acredita-se possam ser aprimorados.

a) Necessidade de autorização prévia para todas as modalidades e portes de cada promoção comercial

19. A legislação atual impõe a necessidade de autorização prévia para todos os tipos de modalidades de promoção comercial (sorteio, concurso, vale brinde e assemelhados), independente do valor total da promoção ou dos prêmios associados. A necessidade de autorização prévia é ainda devida para cada promoção realizada e não para um número variado de operações dentro de um período limitado.
20. Tal exigência não encontra similar na experiência internacional (ver quadro abaixo), em que se verifica, em geral, exigência apenas de comunicação de determinados tipos de promoções comerciais ao Poder Público, dependendo do valor e, em determinados casos, de uma permissão para sorteios, também acima de determinado valor.
21. A obrigatoriedade de autorização prévia pode afastar os princípios da liberdade econômica, da boa fé do particular, da subsidiariedade da intervenção estatal e da

vulnerabilidade do particular perante o Estado, previstos na Lei nº 13.874/19.

22. Em que pese quase R\$ 1 bilhão sejam alocados anualmente em promoções submetidas a esse órgão regulador, verifica-se, em consulta aos dados do Sistema de Controle de Promoções Comerciais - SCPC (Anexo abaixo), que aproximadamente 1/3 do número das promoções solicitadas à Secretaria de Prêmios e Apostas -SPA, no período entre 2018-2025 (julho), tem como valor total menos de R\$ 10 mil.

23. No mesmo sentido, verifica-se que aproximadamente 23% do número das promoções solicitadas referem-se às modalidades vale brinde e concurso, que, internacionalmente, demandam menor escrutínio regulatório, tanto em razão da ausência de acesso limitado aos prêmios distribuídos para participantes, quanto da inexistência de procedimento aleatório para escolha.

24. Cabe contextualizar que o Projeto de Lei nº 3.626, em sua redação originalmente proposta, previa a dispensa de autorização prévia para operações de distribuição gratuita de prêmios de até R\$ 10.000,00, mantendo-se, contudo, a obrigatoriedade de comunicação à SPA, além de autorizar o Ministério da Fazenda a estabelecer outras hipóteses de dispensa. Referidas alterações constaram do PL nº 3.626, posteriormente convertido na Lei nº 14.790, de 2023, tendo sido rejeitadas no Senado Federal, após aprovação no âmbito do Ministério da Fazenda, da Casa Civil e da Câmara dos Deputados. Não há registro formal quanto às razões que motivaram a rejeição dessas mudanças pelo Senado.

25. Feitas essas considerações, propõe-se refletir sobre a adequação dos procedimentos de autorizações prévias, com a definição de requisitos aplicáveis às operações de distribuição gratuita de prêmios com base em critérios de avaliação de riscos, de forma a alinhar os controles aos riscos específicos associados às diferentes situações.

26. A esse respeito, note-se que a abordagem baseada em risco decorre da premente necessidade de otimização de recursos, tendo em vista o elevado e crescente número de solicitações apresentados anualmente em comparação ao quantitativo de pessoal dedicado a esse setor na SPA, em torno de 15 pessoas, entre servidores, estagiários e terceirizados, ocupados não somente com a autorização das operações, mas também com análise de prestação de contas e sancionamento, além das mesmas tarefas relacionadas à atividade de captação antecipada de poupança.

27. Esse quantitativo de pessoal, por sua vez, representa aproximadamente um terço do quadro de pessoal da SPA, a quem compete ainda outras funções regulatórias e fiscalizatórias relacionadas às Apostas de Quota Fixa e Loterias.

28. Ressalte-se que essa sugestão constitui, justamente, o objeto de reflexão a ser desenvolvido, considerando seu potencial de implicar mudanças mais amplas e estruturais no modelo regulatório vigente, à luz dos princípios da sustentabilidade e da inteligência regulatória, inclusive quanto à eventual necessidade de inovação legislativa.

b) Inclusão de Pessoas Físicas como agente explorador de Promoções Comerciais

29. A Lei nº 5.768/71 restringe expressamente a concessão de autorização a pessoas jurídicas que exerçam atividade comercial, industrial ou de compra e venda de imóveis, exigindo comprovação de quitação com impostos federais, estaduais, municipais e contribuições previdenciárias.

30. Sob esta ótica, qualquer promoção comercial realizada por pessoa física não é passível de autorização, independentemente das características da atividade promocional, exceto quando a pessoa jurídica estiver ligada com entidade beneficiante.

31. Esta interpretação gera restrições de atuação e consequências práticas gravíssimas. É o caso, por exemplo, de influenciadores digitais que atuam em plataformas como Instagram e Facebook, que frequentemente realizam sorteios e promoções para engajar, impulsionar vendas e algumas vezes alavancar marcas. Muitos desses agentes operam como pessoas físicas e milhares de promoções ocorrem diariamente nas redes sociais sem qualquer autorização governamental, criando um vácuo de fiscalização e potencial insegurança jurídica, tanto para promotores, quanto para consumidores participantes, diante da realização de jogos de azar, sem acompanhamento estatal.

32. A hermenêutica contemporânea privilegia a interpretação teleológica e evolutiva. O propósito fundamental da Lei 5.768/71 foi regular atividades promocionais para proteger consumidores, garantir transparência, prevenir fraudes e assegurar recolhimento tributário.

33. Nenhum desses objetivos é intrinsecamente incompatível com atividades realizadas por pessoas físicas que estiverem realizando promoções comerciais. A exclusão de pessoas físicas não era um fim em si, mas decorria da realidade empresarial de 1971, quando atividades promocionais eram efetivamente restritas a grandes corporações.

34. A evolução social e econômica demanda releitura da norma à luz de seus propósitos fundamentais. Princípios constitucionais como livre iniciativa, proporcionalidade e função social da propriedade sugerem que o regime regulatório deve adaptar-se para abranger todas as formas de atividade econômica relevante.

35. Sugere-se, portanto, reflexão acerca de inovação legislativa para prever a possibilidade de concessão de autorização para pessoas físicas que realizam promoções comerciais.

c) Prevenção de desvirtuamento das promoções comerciais como forma de exploração de jogos de fortuna ou como fonte principal de receita

36. A Lei nº 5.768/71, a partir de 2020, veda a realização de promoções que configurem jogo de azar ou bingo. No mesmo sentido, dispõe o Decreto nº 70.951/72 que não devem ser autorizados promoções que incentivem ou estimulem jogo de azar ou que sejam mera fonte de receita. Dispositivos mais específicos da regulamentação buscam dar concretude aos comandos acima.

37. Nesse sentido, no art. 3º do Decreto 70.951/72, prevê-se limites quanto ao percentual que representa o valor total dos prêmios em relação à Receita Operacional da solicitante da autorização.

38. No art. 11, inciso XII do Decreto, prevê-se a possibilidade de não autorização de planos de distribuição de prêmios que venham a ser considerados inviáveis.

39. No inciso IX do mesmo artigo, prevê-se a possibilidade de não autorização de planos referentes a aquisição de bens de valor individual ou conjunto inferiores a 40% do maior salário mínimo vigente.

40. Complementando o teor das normas acima, a Portaria SEAE nº 7.638/2020 dispõe, em seu artigo 7º, sobre a inviabilidade de planos de distribuição de prêmios destinados à promoção comercial de produtos que não demonstrem sua sustentabilidade independentemente da promoção.

41. Em que pese os dispositivos acima, entende-se necessária a consolidação e atualização de regras preventivas do desvirtuamento de promoções e elaboração de ferramentas que possibilitem a sua implementação, tendo em vista a insuficiência e desatualização dos critérios objetivos acima apresentados.

42. Note-se, a propósito, que o critério referente à proporção do valor dos bens adquiridos ao salário mínimo se tornou de difícil implementação, tendo em vista a valorização do salário mínimo entre tempo da elaboração do Decreto e os dias atuais. Utilizando-se o critério disposto no Decreto, teríamos que o valor do bem adquirido que ensejaria a participação na promoção deveria ser superior a R\$ 600,00, inviabilizando parte considerável das operações. Torna-se portanto necessária a revisão desses valores.

43. Por fim, note-se, quanto a análise da viabilidade do plano de distribuição, que tal procedimento demanda razoável emprego de tempo e recursos, tornando seu emprego rotineiro como algo também distante da realidade.

44. Sugere-se, portanto, aprofundamento de estudos sobre a devida atualização dos critérios objetivos já previstos, bem como a criação de outros que possam tornar o procedimento de autorização mais simplificada.

d) Vinculação dos sorteios com resultados da Loteria Federal

45. A Lei nº 5.768/71 e a regulamentação subsequente determina que as promoções realizadas na modalidade "sorteios" obedecerão aos resultados da extração das Loterias Federais, dispondo ainda sobre alternativas de processamento por meio de programas públicos nos auditórios de rádio e televisão.

46. Em consulta aos dados agregados do Sistema de Controle de Promoção Comercial - SCPC (ver Anexo abaixo), verifica-se que, do total de pedidos de promoções realizado no período de 2018 a 2025, próximo a 46 mil, somente 29% diz respeito a sorteios e assemelhadas a sorteios, sendo que a modalidade assemelhada ao concurso, que conta com predominante fator aleia, responde por 38% dos pedidos. Em relação a essa modalidade, no entanto, não é exigida a vinculação dos resultados do sorteio com a extração das loterias federais.

47. Note-se a esse propósito, que garantir a lisura dos procedimentos de sorteio é competência exclusiva e primordial desta Secretaria, dela decorrendo a principal garantia de prevenção a fraudes e a lavagem de dinheiro.

48. Nesse contexto, recomenda-se analisar a conveniência e a oportunidade de eventual inovação legislativa que permita delegar ao Poder Executivo a regulamentação de outras formas de realização de sorteios, possibilitando a adoção de procedimentos alternativos que sejam proporcionais aos riscos, menos onerosos aos regulados e, ao mesmo tempo, eficazes do ponto de vista do controle e da fiscalização. Tal análise poderá contemplar, inclusive, a aplicação desses mecanismos a modalidades atualmente classificadas como assemelhadas a concurso ou a vale-brinde.

49. Adicionalmente, sugere-se que o aprofundamento dos estudos inclua a reavaliação das definições das modalidades de promoções comerciais previstas na regulamentação infralegal vigente, tendo em vista que a clareza conceitual é elemento fundamental para a adequada delimitação das obrigações regulatórias, inclusive aquelas relacionadas à prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo (PLD/FT).

e) Proibição de distribuição de prêmios subordinada à cobrança de ingresso em espetáculo

50. O Decreto nº 70.951/72, em seu art. 13, proíbe a distribuição de prêmios mediante sorteio ou concurso, subordinada à cobrança de ingresso em qualquer espécie de espetáculo.

51. Tal proibição é amplamente combatida pelos setores culturais, especialmente pela indústria cinematográfica, como registrado na CONSULTA PÚBLICA SPA/MF Nº 1/2025.

52. Observa-se, ainda, a ausência de fundamentação legal específica que justifique a restrição ao exercício da propaganda na forma de distribuição gratuita de prêmios pelo setor de espetáculos, tal como prevista no referido Decreto, o que pode suscitar questionamentos quanto à sua compatibilidade com o art. 4º, inciso VIII, da Lei nº 13.874/19.

53. Nesse contexto, propõe-se refletir, sobre a conveniência de eventual revogação do art. 13 do Decreto nº 70.951/72.

f) Fiscalização e Tempestividade e Sancionamento

54. Não há dados seguros quanto ao volume total das operações que, em tese, deveriam ser submetidas à apreciação da SPA. Segundo dados publicados no jornal Valor Econômico (<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/05/02/publicidade-movimentou-r-575-bilhoes-no-brasil-em-2023-mostra-analise>), os investimentos totais em publicidade em 2023 no Brasil atingiram R\$57,5 bilhões. Há relatório individualizado de alocação de aproximadamente 30% de orçamento de marketing para ações promocionais (<https://propmark.com.br/mais-de-30-do-nosso-orcamento-destinado-ao-marketing-sao-para-promocoes>). Assumindo, em um viés conservador, que somente 3% dos gastos totais de publicidade sejam alocados para distribuição gratuita de prêmios, chegamos a uma estimativa de R\$ 1,7 bilhão no valor total de operações, por ano.

55. Segundo dados do SCPC, o valor total das promoções submetidas anualmente tem alcançado, nos últimos 3 anos, valores próximos a R\$ 1 bilhão de reais, não muito longe, em valores absolutos, da estimativa acima, porém indicativa de subnotificações que podem corresponder a aproximadamente 50% do total.

56. Indicativo de possível subnotificações, verifica-se que quase a metade dos solicitantes de autorizações (aproximadamente 4 mil solicitantes, do total de mais de 8 mil) apresentaram pedidos somente uma única vez de 2018 até agora, o que, à luz de denúncias e fiscalizações realizadas pela SPA, sugere o "reaproveitamento" da autorização concedida para novas operações não notificadas. Há indícios que tal prática seja adotada também por solicitantes recorrentes. A prevenção do "reaproveitamento" requer adoção de estratégia de fiscalização moderna, valendo-se de ferramentas tecnológicas que possam permitir a rastreabilidade eletrônica da autorização.

57. Considerando o número de operações potencialmente realizadas, a jurisdição nacional da SPA, órgão centralizado em Brasília/DF, o escopo possivelmente local ou regional de inúmeras operações, entende-se pertinente a possibilidade da SPA estabelecer acordos de cooperação com outros órgãos públicos, de maior capilaridade, como a SRF e órgãos de defesa do consumidor, de forma a monitorar as operações realizadas e as eventuais infrações administrativas.

58. Tal possibilidade já se encontra prevista no art. 54 da Portaria SEAE nº 7.638/2020, porém vislumbra-se possibilidade de maior institucionalização da cooperação com a previsão legal dessa hipótese, sobretudo com a RFB, a quem interessa a administração dos tributos devidos na distribuição de prêmios, e com o COAF, a quem pode interessar a integração com dados do SCPC para monitoramento de lavagem de dinheiro.

59. Quanto às operações autorizadas, verifica-se que as situações irregulares (Prestações de contas não apresentadas e rejeição por descumprimento de plano de trabalho) respondem por 9% das autorizações. Tais situações geraram 62% dos Processos Administrativos Sancionadores instaurados. Dos Processos já julgados em 1ª instância, 46% resultaram em imposição de multa, das quais 55% foram inferiores a R\$ 10 mil, valores potencialmente pouco dissuasórios para parte dos sancionados.

60. Em consulta ao SCPC, verifica-se que as prestações de contas na situação "Não homologadas" são atribuídas a 1361 autorizados (de um total de mais de 8 mil), dos quais somente 352 autorizados tiveram prestações de contas recorrentemente (anos seguidos) não homologadas, respondendo por 62% do total de rejeições.

61. Tal fato, além de apontar para eventual necessidade de outra abordagem nos controles estabelecidos, tais como fiscalização por amostragem e denúncias, com base em critérios de risco, indica a potencial falta de instrumentos legais que possibilitem uma resposta mais imediata, como, por exemplo, a estruturação de incentivos financeiros e operacionais que premiem os agentes com histórico de conformidade. De fato, trata-se de elevado volume de operações a serem monitoradas e fiscalizadas (aproximadamente 7 a 8 mil por ano), o que torna uma abordagem universal propícia para pouca efetividade da ação regulatória.

62. Há modelos regulatórios já estabelecidos que adotam regimes de Supervisão Baseada em Riscos (SBR) e que estipulam incentivos e benefícios em razão de padrão de conformidade. Cita-se, a propósito, o planejamento SBR seguido pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM (<https://www.gov.br/cvm/pt-br/acesso-a-information-cvm/acoes-e-programas/plano-de-supervisao-baseada-em-risco>) e o Programa OEA - Operador Econômico Autorizado, adotado pela Administração Aduaneira da RFB (<https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior/importacao-e-exportacao/oea>).

63. O modelo de monitoramento e fiscalização utilizado pela própria SPA, relativo às atividades de exploração da modalidade lotérica de aposta de quota fixa, adota como premissa a atuação baseada em riscos. (<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-spa/mf-n-1.225-de-31-de-julho-de-2024-575691787>)

64. Além disso, verifica-se lacuna na Portaria SEAE nº 7.638/2020 quanto ao rito processual sancionatório, referente à forma de notificação e intimação dos administrados, prazos processuais, exercício de defesa, produção de provas, procedimentos recursais, critérios de dosimetria da pena, regime prescricional, celebração de termo de compromisso, dentre outros elementos.

65. Por fim, vislumbra-se possível necessidade de alteração das penalidades, tendo em vista que inexiste no regime atual de sancionamento correlação entre a penalidade aplicada e o porte econômico da empresa infratora. Uma multinacional com faturamento bilionário e uma pequena empresa local enfrentam, proporcionalmente, consequências drasticamente diferentes pela mesma infração. Para grandes corporações, a multa baseada no valor dos prêmios pode representar uma fração insignificante do faturamento, transformando-se em mero custo operacional absorvível, sem efeito dissuasório real. Por essas considerações, sugere-se adoção de parâmetros que considerem tanto o faturamento bruto da empresa quanto o valor econômico da promoção irregular, aplicando percentuais progressivos conforme a classificação da infração. Além disso, entende-se salutar a incorporação de circunstâncias agravantes (dolo, ocultação, dano efetivo) e atenuantes (cooperação, correção voluntária, ausência de antecedentes) que permitam ajuste fino da penalidade ao caso concreto.

66. Feitas essas considerações, sugere-se aprofundamento analítico quanto aos temas aqui tratados, de forma a se verificar a conveniência de alterações normativas e procedimentais.

g) Prevenção e Lavagem de Dinheiro

67. As operações de distribuição de prêmios mediante sorteio, sujeitam-se às obrigações de Identificação de Clientes e Manutenção de Registros e Comunicação de Operações Financeiras, nos termos dos arts. 9, 10 e 11 da Lei nº 9.613/1998 (as sociedades que, mediante sorteio, método assemelhado, exploração de loterias, inclusive de apostas de quota fixa, ou outras sistemáticas de captação de apostas com pagamento de prêmios, realizem distribuição de dinheiro, de bens móveis, de bens imóveis e de outras mercadorias ou serviços, bem como concedam descontos na sua aquisição ou contratação).

68. Como órgão regulador e fiscalizador das atividades de promoção comercial, entende-se que cabe à SPA regulamentar as obrigações de identificação de clientes e manutenção de cadastro, definir limites de valores de operações para fins de manutenção de registro de transações; e disciplinar os procedimentos e controles internos referentes à PLD.

69. Feitas essas considerações, apresenta-se abaixo quadro com os problemas regulatórios identificados, bem como as respectivas sugestões de propostas e ações necessárias, que subsidiarão as discussões a serem levadas a efeito no âmbito do Grupo de Trabalho

	Problema Regulatório	Propostas de aprofundamento analítico	Ação Necessária
1	Necessidade de autorização universal e individual	Revisão de procedimentos de autorização para valores reduzidos, com comunicação prévia / Autorizações multipromocionais / Pessoa física	Proposta de alteração da Lei 5.678/71 e 13.756/18

2	Vinculação exclusiva com Loteria Federal para realização de sorteio	Previsão de outro procedimento autorizado pela SPA	Propostas de alteração da Lei 5768/71 e do Decreto 70.951/72
3	Sorteios não verificáveis Assemelhadas	Redefinição de conceitos	Alteração Portaria SEAE 7.638/2020
4	Insuficiência de critérios de prevenção de desvio de finalidade	Consolidação, atualização e inovação de critérios	Propostas de Alteração do Decreto 70.951/72
5	Mecanismo antifraude	Rastreamento eletrônico autorizações	Proposta de Alteração do Decreto 70.951/72
6	Vedação venda de ingressos para espetáculos	Revogação da proibição	Proposta de Alteração do Decreto 70.591/72
7	Monitoramento e Fiscalização prescritivo universal	Supervisão Baseada em Riscos - Amostragem / Denúncias	Alteração da Portaria SEAE 7.638/2020
8	Ausência de regulamentação sobre PLD	Acréscimo de dispositivos Portaria SEAE 7.638/2020	Alteração da Portaria SEAE 7.638/2020
9	Regulamentação do Procedimento Sancionatório	Acréscimo de dispositivos Portaria SEAE 7.638/2020	Alteração da Portaria SEAE 7.638/2020
10	Tratamento diferenciado para promotores recorrentes regulares	Programa de Conformidade	Concessão de descontos de taxa de autorização para Programa de Conformidade / Proposta de Alteração da Lei 14.790/23
11	Contumácia	Elevação de penalidades ou poder cautelar	elevação penalidades Proposta de alteração da Lei 14.790/23
12	Sobrecarga da SPA	Divisão de competências com outros órgãos	Proposta de Previsão de competências no Decreto 70.591/72 ou em Acordos com outros órgãos
13	Ausência de indicadores sobre efetividade da política regulatória	Estruturar fontes e dados	Pesquisar mercado

70. Todas as alterações implicam em algum tipo de alteração no SCPC.

AGENTES ECONÔMICOS, USUÁRIOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS E DEMAIS GRUPOS AFETADOS

71. O problema afeta diretamente empresas, organizações civis e consumidores. Além disso afeta a administração fiscal e de monitoramento de atividades financeiras.

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

72. A competência da SPA/MF decorre da CF, art. 22, inciso XX, da Lei nº 5.768/71, do decreto que a regulamenta, Decreto nº 70.951/72 e da Decreto nº 11.907/2024 (estrutura regimental do MF)

OBJETIVOS

73. Como já mencionado acima, as regulamentações sobre promoções comerciais devem existir principalmente para Prevenir a Exploração Ilegal de Jogos de Azar, Proteção ao Consumidor, Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Arrecadação de Impostos.

74. Além desses macro objetivos, busca-se ainda harmonizar os interesses públicos acima qualificados com a preservação da liberdade de iniciativa, simplificando os procedimentos de forma reduzir os custos operacionais dos agentes privados.

75. Nesse sentido, almeja-se:

- a) focar a atuação da SPA na competência central do órgão, atuando para que o instrumento da distribuição gratuita de prêmios não seja usada como exploração de jogos de azar ou como fonte principal de receita, nem tampouco propiciem fraudes decorrentes da falta de transparência dos procedimentos de sorteio.

- b) elevação do número e valores das promoções comerciais notificadas à SPA, buscando-se atingir a totalidade das operações elegíveis submetidas ao SCPC, com a celebração de acordos com órgãos públicos com maior capilaridade e inclusive com a permissão para setores hoje proibidos de explorar essa atividade, como de "espetáculos";
- c) criar incentivos não sancionatórios para conformidade das pessoas jurídicas às normas estabelecidas para a exploração da atividade, estabelecendo um regime diferenciado para agentes com histórico de conformidade;
- d) manter a flexibilidade regulatória adequada para inovações tecnológicas e mercadológicas;

ALTERNATIVAS

76. As alternativas possíveis dependem do nível hierárquico das normas a serem alteradas. Essas alternativas implicam em "pacotes" diferentes de alterações. As alternativas "b", "c" e "d" não são excludentes.

a) **Não ação:** manter a regulamentação vigente.

b) **Alteração da Portaria SEAE nº 7.638/2020**

c) **Alteração do Decreto nº 70.951/72 e Portaria SEAE.**

d) **Alteração da Lei nº 5.768/71, e alteração do Decreto e Portaria SEAE**

PROCESSOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL

77. Como Procedimento de Elaboração Participativa de Proposta Regulatória (ProEP), adotou-se a consulta interna com as áreas pertinentes e análise da base de dados do SCPC. Ressalte-se ainda as manifestações de interessados na CONSULTA PÚBLICA SPA/MF N° 1/2025, em que se tratou da Agenda Regulatória da SPA no biênio 2025/2026.

EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

78. Foram analisados os regimes regulatórios de diferentes jurisdições, conforme tabela abaixo. Não há um padrão único verificado internacionalmente. No entanto, verifica-se a prevalência de menores controles regulatórios, com prevalência de maior escrutínio nas operações de maior risco, que envolvem o fator sorte na atribuição de prêmios.

Tabela comparativa - Requisitos para liberação de Promoções Comerciais

País (Regulador)	Ato Público de Liberação	Órgão Responsável	Supervisão	Requisitos	Site
Portugal	Autorização para modalidades afins de jogos de fortuna ou azar	Secretaria Geral do Ministério da Administração Interna		Garantia bancária ou seguro de caução Sorteio realizado na presença de representante das Forças de Segurança ou nas dependências do MAI	https://www.sg.mai.gov.pt/EspacoCidadao/ConcursosPublicitarios/Paginas/default.aspx https://www2.gov.pt/servicos/pedir-autorizacao-para-a-realizacao-do-jogo-de-fortuna-ou-azar https://www.sg.mai.gov.pt/EspacoCidadao/CartaIdentidade/Documents/DL_114_2011%20de%20Setembro%20de%202011.pdf
EUA	Nova Iorque - Registro de sorteio com valor de prêmio superior a U\$ 5 mil	Departamento de Estado		Fiança Lista pública de ganhadores <i>Non Purchase Necessary</i>	https://dos.ny.gov/games-chance-registration
	Flórida - Registro de sorteio com valor de prêmio superior a U\$ 5 mil	Departamento de Agricultura e Serviços ao Consumidor (FDACS)		Lista de ganhadores entregue a quem solicitar	https://www.fdacs.gov/Business-Services/Game-Promotions-Sweepstakes
Itália	Formulário de autocertificação "Operações a Prêmio" - recompensa direta Comunicação posterior	Ministério do Desenvolvimento Econômico	Relatos de interessados ou de ofício	Caução de 20% do valor dos prêmios	https://www.mimit.gov.it/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commercio/manifestazioni-di-concorrenza-e-commerce https://www.mimit.gov.it/index.php/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commercio/mani-premio/operazioni-a-premio
	Comunicação prévia para "Concursos a Prêmio" - distribuição de prêmio depende de sorte ou habilidade	Ministério dos Negócios - Direção Geral do Consumidor e do Mercado	Amostragem ou relatos de interessados	Fiança no valor dos prêmios Declaração de conformidade Supervisão por Tabelião	https://www.mimit.gov.it/index.php/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commercio/mani-premio/concorsi-a-premio
Lituânia	Notificação para prêmios acima de 10.000 Euros	<i>Tax and Customs Board</i> (verificar a aleatoriedade)		Prêmios até 100.000 Euros	Gambling Act, § 47 e ss www.riigiteataja.ee/
	Permissão para Organizações Civis	Ministério das Finanças			Gambling Act, § 44 e ss www.riigiteataja.ee/

Argentina	Autorização para sorteios acima de determinados valores	Diferentes órgãos de cada província (autoridade de jogos provincial ou escritório público)		Fiança ou garantia bancária no valor ou superior ao valor do prêmio	
Austrália	Nova Gales do Sul - Requer permissão para sorteios acima de AU\$ 10.000 em valor total de prêmios.				https://www.nsw.gov.au/money-and-taxes/community-gaming/trade-promotions
	Território da Capital Australiana - Requer permissão para sorteios acima de AU\$ 3.000.				https://www.gamblingandracing.act.gov.au/industry/lotteries/trade-promotions
	Austrália Ocidental - Requer permissão para prêmios acima de AU\$ 200.				https://www.dlgsc.wa.gov.au/racing-gaming-and-liquor/racing-gaming-and-wagering/gaming-conduct-a-trade-promotion-lottery
	Queensland - Requer permissão se o valor do prêmio exceder AU\$ 5.000.				
	Vitória - Geralmente não exige permissão se o promotor for um negócio e a promoção for para seus bens/serviços e tiver regras claras.				https://lawpath.com.au/blog/competition-permits-a-state-by-state-breakdown https://lawquarter.com.au/understanding-trade-promotions-a-deep-dive-into-how-to-run-comp-promotions/

EFEITOS E RISCOS

79. Riscos identificados: a flexibilização das regras de liberação e de controle podem estimular comportamentos oportunistas, sobretudo de exploradores ilegais de jogos de fortuna, o que pode ser administrado por meio de ação fiscalizatória preventiva e sancionamento rigoroso e manutenção de obrigações acessórias.

COMPARAÇÃO DE ALTERNATIVAS

80. Com base no art. 7º do Decreto 10.411/2020, utiliza-se a metodologia de análise multicritério, considerando pertinente para essa análise os critérios de i) efetividade regulatória ii) viabilidade jurídica iii) coordenação operacional iv) custo para o poder público v) custo para regulados e vi) demanda política para liberalização, relembrando-se as seguintes opções:

- a) **Não ação:** manter a regulamentação vigente.
- b) **Alteração da Portaria SEAE nº 7.638/2020**
- c) **Alteração do Decreto nº 70.951/72 e Portaria SEAE.**
- d) **Alteração da Lei nº 5.768/71, e alteração do Decreto e Portaria SEAE**

81. Em resumo, apresenta-se as seguintes conclusões:

82. A alternativa "a" não enfrenta nenhum dos problemas identificados, possibilitando apenas aperfeiçoamentos operacionais, relativos à atualização do SCPC, realização de campanhas educativas, acordos de cooperação, medidas fiscalizatórias, etc. Entende-se que essa opção é insustentável, tanto do ponto de vista administrativo, em razão do elevado custo para o Poder Público e Regulados, quanto do ponto de vista político, haja vista o número de PLs propostos no Congresso Nacional visando a liberalização da atividade.

83. A alternativa "b" permite otimização do processo de autorização e de análise de prestação de contas e a aprimoramento das regras e mecanismos de sancionamento. Não introduz no entanto maior flexibilidade regulatória, com inovação de procedimentos de sorteio e com permissão do setor de espetáculos em explorarem a atividade. Tampouco permite ajustes nos critérios de prevenção de desvio de finalidade, objetivo central da política regulatória. Tarefas encontram-se dentro da esfera de controle da SPA, vislumbrando-se possibilidade de implementação em curto espaço de tempo.

84. A alternativa "c" permite a eliminação de restrições inadequadas, como apontada no item E do tópico "Problema Regulatório" acima, bem como a atualização dos dispositivos voltados à prevenção de desvirtuamento. Não permite inovação no procedimento de sorteio, mantendo a concentração de operações nas modalidades que, embora recorram a procedimentos aleatórios, dispensam vinculação à Loteria Federal. Tarefas encontram-se dentro da esfera de controle do Poder Executivo, vislumbrando-se possibilidade de implementação em médio espaço de tempo.

85. A alternativa "d" permite uma reformulação total da regulação da atividade, introduzindo maior flexibilidade regulatória, simplificando o procedimento de autorização para determinados tipos de promoção, bem como eliminando requisitos operacionais e restrições inadequadas. Sua viabilidade no entanto, é reduzida, tendo em vista o trâmite legislativo. Considerando os PLs propostos no Congresso Nacional visando formas de liberalização da atividade, entende-se que essa alternativa não seria impossível.

86. Do ponto de vista da efetividade e viabilidade, as alternativas "b" e "c", apresentam ganhos de efetividade e, por outro lado, são factíveis e realizáveis em horizonte temporal reduzido.

87. A alternativa "d" é desejável do ponto de vista regulatório e político, porém, ainda que seja elaborada proposta de alteração legal, seu prazo e forma de implementação foge ao controle desta SPA.

88. Como comentado acima, as alternativas "b" a "d" não são excludentes, sendo possível, concomitantemente, a alteração da Portaria e a elaboração de propostas de Decreto e Lei.

89. Impactos positivos: aumento das operações reportadas à SPA, com simplificação de procedimentos e otimização de fiscalização, gerando maior valor na proteção ao consumidor, controle de jogos de fortuna ilegais, prevenção à lavagem de dinheiro e arrecadação de impostos devidos. Espera-se ainda a diminuição da necessidade de tempo empregado nas atividades dedicadas aos atos administrativos relacionados à atividade, como autorização, fiscalização e sancionamento.

90. Negativos: custo de adaptação a mudanças normativas incorridos pelos administrados e possível alterações na estrutura e desenho do SCPC.

91. IMPLEMENTAÇÃO, MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

92. Feitas as considerações acima e tendo em vista a necessidade aprofundamento analítico quanto aos temas tratados neste Relatório, sugere-se a criação de Grupo de Trabalho com Subsecretarias da SPA para análise de conveniência sobre os seguintes tópicos:

a) Temas previstos em Lei nº 5.768/71 e 13.756/18: simplificação do procedimento de autorização, possibilidade de autorizações para múltiplas promoções, exploração da atividade por pessoas físicas, possibilidade de regulamentação pelo Ministério da Fazenda de outros procedimentos para realização de sorteios, além da vinculação com a Loteria Federal, possibilidade de concessão de descontos em taxa de autorização para solicitantes com comprovado histórico de conformidade, adequação das penas previstas para infrações administrativas já previstas e conveniência de previsão de outros ilícitos administrativos.

b) Temas previstos no Decreto nº 70.951/72: revogação da proibição de realização de promoções comerciais relacionadas a venda de ingressos para espetáculos, consolidação e atualização de critérios para prevenir desvirtuamento da promoção comercial por meio de exploração de jogos de azar ou como fonte de receita, divisão de competências entre órgãos do governo, referentes à proteção do consumidor, arrecadação de tributos e combate a lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

c) Temas previstos na Portaria SEAE nº 7.638/2020: requisitos de autorização segundo avaliação de riscos, redefinição de modalidades de promoções, redesenho do regime fiscalizatório, segundo modelo de Supervisão Baseada em Risco, elaboração de Programa de Conformidade para tratamento simplificado de demandas de agentes recorrentes sem histórico de irregularidades, inclusão de dispositivos referentes a obrigações dos regulados quanto a PLD/FT e estabelecimento de mecanismo antifraude que permita o rastreamento eletrônico autorizações.

d) pesquisa sobre aspectos do mercado regulado, como volume total, perfil dos agentes econômicos, de forma a criar um indicador de alcance (canalização) da política regulatória.

e) levantamento de alterações necessárias no SCPC decorrentes das alterações normativas.

f) celebração de Acordos de Cooperação com órgãos com competências pertinentes para a atividade regulada, como proteção do consumidor, arrecadação de tributos e combate a lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, caso seja considerada inadequada a previsão de divisão de competências na alteração do Decreto.

93. Acompanha esse relatório Minuta de Portaria 54023288 que constitui o Grupo de Trabalho mencionado, com plano de ação, estabelecendo prazos de entrega de tarefas e respectivos responsáveis.

94. Paralelamente, no que se refere ao item descrito no § 65 deste Relatório, que trata lacuna na Portaria SEAE nº 7.638/2020 quanto ao rito processual sancionatório, abrangendo, entre outros aspectos, as formas de notificação e intimação dos administrados, os prazos processuais, o exercício do direito de defesa, a produção de provas, os procedimentos recursais, os critérios de dosimetria das penalidades, o regime prescricional e a celebração de termo de compromisso, considerando o maior grau de maturidade técnica acerca do tema e a existência de proposta normativa já elaborada pela área responsável, entende-se adequado o encaminhamento da matéria no âmbito administrativo, por meio da edição do ato infralegal correspondente, sem necessidade de submissão ao Grupo de Trabalho.

LEANDRO DOS REIS LUCCHESI

Coordenador Geral de Regulação

DANIELE CORREA CARDOSO

Secretaria de Prêmios e Apostas substituta



Documento assinado eletronicamente por **Leandro dos Reis Lucchesi, Coordenador(a)-Geral**, em 29/01/2026, às 14:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Daniele Correa Cardoso, Secretário(a) Adjunto(a)**, em 29/01/2026, às 15:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://colaboragov.sei.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **57389877** e o código CRC **5D056F6E**.

ANEXO 1 - ESTATÍSTICAS DO SISTEMA CONTROLE DE PROMOÇÃO COMERCIAL

1. A análise dos dados consolidados extraídos do SCPC oferece uma visão detalhada do panorama das promoções, abrangendo a distribuição de seus valores, a evolução anual a partir de 2019 até junho de 2025, o porte e a frequência de participação das entidades promotoras, bem como dos fluxos procedimentais referentes à autorização, prestação de contas e sancionamento.

2. No período considerado, foram registradas no Sistema de Controle de Promoção Comercial - SCPC um pouco mais de 46 mil promoções.

3. O histórico do **número de promoções por ano**, considerando o período a partir de 2019, demonstra um elevado número de operações anuais.

Ano	Números totais
2019	6237
2020	5181
2021	6459
2022	7991
2023	7686
2024	7678
2025	4020
Total	45787

4. A análise **dos valores totais anuais das promoções** revela uma trajetória correspondente ao número de promoções, com valores menores no anos de 2020 e 2021, e estabilização em um patamar alto nos anos subsequentes.

Ano	Valores totais	
2019	R\$ 615.285.499,00	12%
2020	R\$ 492.488.132,00	10%
2021	R\$ 607.584.426,00	12%
2022	R\$ 885.242.426,00	17%
2023	R\$ 810.406.727,00	16%
2024	R\$ 869.791.588,00	17%
2025	R\$ 445.958.750,00	9%
Total	R\$ 5.072.264.367,00	

5. Em relação à **distribuição dos valores de cada promoção**, observa-se as seguintes características:

Faixas de Valor da Promoção	Total no período 2018-2025	Percentual
Até R\$ 1000	5826	13%
De R\$ 1001 a R\$ 5000	4767	10%
De R\$ 5001 a R\$ 10000	5361	12%
De R\$ 10001 a R\$ 50000	14143	31%
De R\$ 50001 a R\$ 100000	6901	15%
De R\$ 100001 a R\$ 500000	7430	16%
De R\$ 500001 a R\$ 1667000	1275	3%
Acima de R\$ 1667001	302	1%

- Faixa Mais Prevalente:** A maior concentração de promoções ocorre na faixa de R\$ 10.001 a R\$ 50.000.
- Outras Faixas Relevantes:** Outras faixas intermediárias e valores menores também apresentam número de promoções relevantes.
- Faixas Menos Comuns:** As promoções de valores muito elevados são menos frequentes.

6. Em relação às **modalidades de promoção comercial**, revela-se concentração nas chamadas modalidades assemelhadas, em que são combinados elementos de modalidades distintas. Em síntese, porém, as modalidades assemelhadas contém um elemento de álea na definição dos premiados. Isoladamente, a modalidade de assemelhado a concurso é a mais prevalente, com 38% dos pedidos de promoção. Embora essa modalidade tenha prevalência do fator álea na definição dos beneficiários, ela não exige o mesmo tipo de procedimento para extração do resultado do que a modalidade de sorteio.

Total Promoções	45933	
Vale brinde	6638	14%
Concurso	4109	9%
Sorteio	3400	7%
Assem. a vale brinde	4322	9%
Assem. a concurso	17406	38%
Assem. a sorteio	10058	22%

7. A análise do **número de promoções por empresas** revela que a maioria das empresas realiza poucas promoções, mas existe um outro grande grupo com participação moderada e um pequeno grupo delas altamente ativos. No período total analisado, foram encontrados registros de promoções por 8.648 promotores solicitantes (empresas e entidades civis).

Faixas de numero de Promoções por solicitante	Total no período 2018-2025	Percentual
1	4097	47%
Até 10	3781	44%
50	696	8%
100	60	1%
500	14	0%
> 500	2	0%

- Alta Concentração de Pequenos Realizadores:** Isso sugere que muitos podem usar promoções de forma pontual ou como parte de estratégias de curto prazo.
- Participação Moderada e Elevada:** Um grupo considerável (44%) realizou entre 2 e 10 promoções, indicando uma participação mais regular, mas ainda não em grande escala. Outro grupo, cerca de 8,0%, realizou entre 11 e 50 promoções no período.
- Grandes Realizadores:** Um número muito pequeno se destaca pela alta frequência de promoções. Por exemplo, 60 promotores (cerca de 0,7%) realizaram entre 51 e 100 promoções, 14 promotores (cerca de 0,2%) realizaram entre 101 e 500 promoções, e apenas 2 promotores (menos de 0,1%) realizaram mais de 500 promoções.

8. Do total de pedidos de autorização submetidos, verifica-se baixos percentuais de situações indesejadas, inclusive quanto às prestações de contas Não Homologadas e ou em situação de Pendência.

Promoções por tipo de situação	Total no Período	percentual
Não homologadas	2652	6%
Pendencias	1576	3%
Total (incluindo homologadas)	+ 46 mil	

9. Quanto às **Não homologadas e Pendências**, tal situação se concentra na modalidade **Assemelhada a Concurso**, que, embora corresponda a 38% do total das promoções solicitadas, responde por mais da metade do total das promoções cujas prestações de contas não foram homologadas e também estão em pendência.

10. As Não homologações são atribuídas a **1361** autorizados, dos quais **352** tem prestações de contas recorrentemente (anos seguidos) não homologadas, respondendo por **62%** do total de rejeições.

11. Padrões similares ocorrem na situação Pendências, atribuídas a **956** autorizados, dos quais **283** tem prestações de contas recorrentemente pendentes, respondendo por **55%** das pendências.

12. Segundo informações de controle de Processos da Subsecretaria de Ação Sancionadora, foram instaurados **584** Processos Administrativos Sancionadores desde março de 2024, com maior predomínio das situações de pendências nas prestações de contas e em situações de promoção realizada sem autorização.

Tipo de Infração	Nº no período	Percentual
Ausência de Autorização	217	37%
Ausência de Prestação de Contas	312	53%
Descumprimento do Plano de Operação	55	9%

13. Como consequência dessas irregularidades, a aplicação de **multas** tem sido a sanção mais aplicada.

Tipo de Sanção	Nº total no período	Percentual
Julgado Sem Sanção*	126	35%
Advertência	34	9%
Advertência+Multa	3	1%
Cassação	1	0%
Cassação+Proibição	1	0%
Cassação+Proibição+Multa	2	1%
Multa	167	46%
Proibição	8	2%
Proibição+Multa	22	6%

* Os casos julgados sem sanção referem-se aos processos oriundos da Caixa Econômica, relativos aos anos de 2017 a 2019, a maioria prescritos.
Não refletem a realidade atual.

14. Em relação às faixas de valores das multas aplicadas, a distribuição de valores é a seguinte:

Faixa de valores de multas	Nº no período	Percentual
R\$ 1.000	18	12,95%
De R\$ 1.001 a R\$ 5.000	35	25,18%
De R\$ 5.001 a R\$ 10.000	23	16,55%
De R\$ 10.001 a R\$ 50.000	32	23,02%
De R\$ 50.001 a R\$ 100.000	12	8,63%
De R\$ 100.001 a R\$ 500.000	7	5,04%