

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

PROYECTO DE LEY

REFORMA A LOS ARTÍCULOS 2, 7 Y ADICIÓN DE LOS INCISOS X) Y Y) DEL ARTÍCULO 8 DE LA LEY AUTORIZACIÓN PARA EL CAMBIO DE NOMBRE DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL Y ESTABLECIMIENTO DE LA DISTRIBUCIÓN DE RENTAS DE LAS LOTERÍAS NACIONALES LEY N°8718 DEL 17 DE FEBRERO DE 2009 Y REFORMA A LOS ARTÍCULOS 10, 16 Y 26, Y ADICIÓN DE UN TRANSITORIO ÚNICO A LA LEY N°7395, LEY DE LOTERÍAS DEL 3 DE MAYO DE 1994.

LEY PARA LA AUTORIZACIÓN Y REGULACIÓN DE LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LOS PRODUCTOS DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL.

EXPEDIENTE N.°25.235

PROYECTO DE LEY

REFORMA A LOS ARTÍCULOS 2, 7 Y ADICIÓN DE LOS INCISOS X) Y Y) DEL ARTÍCULO 8 DE LA LEY AUTORIZACIÓN PARA EL CAMBIO DE NOMBRE DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL Y ESTABLECIMIENTO DE LA DISTRIBUCIÓN DE RENTAS DE LAS LOTERÍAS NACIONALES LEY N°8718 DEL 17 DE FEBRERO DE 2009 Y REFORMA A LOS ARTÍCULOS 10, 16 Y 26, Y ADICIÓN DE UN TRANSITORIO ÚNICO A LA LEY N°7395, LEY DE LOTERÍAS DEL 3 DE MAYO DE 1994.

LEY PARA LA AUTORIZACIÓN Y REGULACIÓN DE LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LOS PRODUCTOS DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL.

Expediente N°25.235

ASAMBLEA LEGISLATIVA:

El artículo 2 de la Ley N° 8718, *Ley que autoriza el cambio de nombre de la Junta de Protección Social y establece la distribución de rentas de las loterías nacionales*, define las funciones de la Junta de Protección Social, pero no contempla expresamente como facultad suya la obtención de ingresos mediante la venta de espacios publicitarios en sus productos, ya sean loterías preimpresas, electrónicas o cualquier otra modalidad presente o futura. Esta omisión limita el potencial institucional de la Benemérita para diversificar sus fuentes de financiamiento. Asimismo, la Junta de Protección Social dispone de canales de distribución y difusión: billetes de lotería, aplicaciones móviles, sitios web, resultados de sorteos y medios masivos con un alto grado de visibilidad y alcance poblacional, lo que representa una oportunidad estratégica para generar ingresos complementarios mediante la inserción de publicidad responsable, sin alterar la naturaleza de sus productos ni afectar su misión social.

Por otra parte, la autorización para vender espacios publicitarios constituye una nueva línea de negocio viable y de bajo costo operativo, ya que aprovecha infraestructuras y procesos ya existentes, sin requerir inversiones significativas en logística, impresión o distribución. Este

modelo permite ampliar el rango de ingresos de la institución, fortaleciendo su sostenibilidad financiera y su capacidad de cumplir con sus fines sociales.

La presente iniciativa permitirá destinar utilidades generadas por la publicidad a fines de alto impacto social, en especial al fortalecimiento del Fondo Mutual y de Beneficio Social de Vendedores de Lotería (FOMUVEL), entidad creada mediante el artículo 26 de la Ley N° 7395, cuya capacidad operativa ha estado históricamente condicionada por la limitada base de financiamiento disponible. La reglamentación establecida por la Junta de Protección Social ha colocado a FOMUVEL frente a una grave limitación para ostentar un patrimonio propio y estable que le permita atender de manera autónoma y oportuna las necesidades de salud, emergencias, capacitación y asistencia social de los vendedores de lotería. Por ello, resulta oportuno crear una nueva fuente de ingresos permanentes que contribuya a su sostenibilidad institucional.

El modelo propuesto promueve la responsabilidad social empresarial, al ofrecer a empresas y organizaciones del sector privado la posibilidad de asociar su marca a una causa social legítima, transparente y regulada, incentivando inversiones con retorno social directo y reforzando la imagen institucional de la Junta de Protección Social y FOMUVEL ante la ciudadanía.

La incorporación de publicidad deberá regirse por principios de transparencia, equidad, rendición de cuentas y acceso competitivo, garantizando procesos de contratación abiertos, preferentemente mediante licitación pública, y sujetos a auditoría por parte de la Contraloría General de la República, a fin de preservar la integridad del manejo de recursos públicos.

La modalidad de venta de espacios publicitarios es flexible y adaptable, ya que puede aplicarse tanto a productos físicos (billetes) como digitales (aplicaciones, plataformas web, redes sociales), permitiendo su evolución tecnológica y su ajuste a nuevas formas de comunicación y consumo.

Además del fortalecimiento de FOMUVEL, parte de las utilidades, podrán destinarse a organizaciones acreditadas que atienden a personas con demencias o enfermedades neurodegenerativas, condiciones que afectan progresivamente el sistema nervioso central y

generan una alta carga de discapacidad, tanto para las personas afectadas como para sus familias y cuidadores.

Si bien la enfermedad de Alzheimer es la causa más común de demencia¹, existen otras condiciones neurodegenerativas igualmente graves, como la demencia por cuerpos de Lewy, la demencia frontotemporal, el Parkinson con demencia, la enfermedad de Huntington y otras, que requieren atención, apoyo y recursos. Por ello, resulta adecuado adoptar un enfoque inclusivo que no se limite a una sola enfermedad, sino que reconozca la diversidad de condiciones que afectan a este sector vulnerable.

El destino de los recursos a organizaciones que trabajan con personas con demencias o enfermedades neurodegenerativas refuerza la política pública de atención integral a la salud mental y la discapacidad, en línea con los principios de la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad N° 7600 del 2 de mayo de 1996, el Concejo Nacional de Personas con Discapacidad (Conapdis) y la Política Nacional de Salud Mental (2024-2034), y permitirá un uso más equitativo y técnico de los fondos, en el marco del Manual de Criterios para la Distribución de Recursos de la Junta de Protección Social.

Esta iniciativa no solo refuerza la sostenibilidad financiera de la Junta de Protección Social y sus programas sociales, sino que también demuestra el compromiso institucional con la innovación, la eficiencia y la responsabilidad social, fortaleciendo la confianza ciudadana en una de las instituciones más arraigadas y respetadas del Estado costarricense.

Por las razones expuestas, se somete a consideración de los señores y señoras diputados y diputadas el siguiente proyecto de ley:

¹ *Demencia, datos y cifras*, OMS. 31 de marzo, 2025. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/dementia>

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

REFORMA A LOS ARTÍCULOS 2, 7 Y ADICIÓN DE LOS INCISOS X) Y Y) DEL ARTÍCULO 8 DE LA LEY AUTORIZACIÓN PARA EL CAMBIO DE NOMBRE DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL Y ESTABLECIMIENTO DE LA DISTRIBUCIÓN DE RENTAS DE LAS LOTERÍAS NACIONALES LEY N°8718 DEL 17 DE FEBRERO DE 2009 Y REFORMA A LOS ARTÍCULOS 10, 16 Y 26, Y ADICIÓN DE UN TRANSITORIO ÚNICO A LA LEY N°7395, LEY DE LOTERÍAS DEL 3 DE MAYO DE 1994.

LEY PARA LA AUTORIZACIÓN Y REGULACIÓN DE LA VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN LOS PRODUCTOS DE LA JUNTA DE PROTECCIÓN SOCIAL.

ARTÍCULO UNO: *Se reforman los artículos 2, 7 y 8 de la Ley Autorización para el cambio de nombre de la Junta de Protección Social y Establecimiento de la Distribución de Rentas de las Loterías Nacionales Ley N°8718 del 17 de febrero de 2009. En adelante se leerán de la siguiente manera:*

“ARTÍCULO 2.- Naturaleza jurídica y funciones de la Junta de Protección Social.

La Junta de Protección Social es un ente descentralizado del Sector Público; posee personalidad jurídica y patrimonio propios, así como autonomía administrativa y funcional para el desempeño de sus funciones. Tendrá a su cargo, en forma exclusiva, la creación, administración, venta y comercialización de todas las loterías, tanto las preimpresas como las electrónicas, las apuestas deportivas, los juegos, los video-loterías y otros productos de azar, en el territorio nacional, a excepción de los casinos; sin perjuicio de las concesiones o autorizaciones que otorgue para la administración o comercialización de estos productos, en cumplimiento de los fines públicos asignados, para la aprobación de la concesión o autorización respectiva, será necesario el voto de dos terceras partes de los miembros de la Junta Directiva.

Asimismo, la Junta de Protección Social podrá incorporar espacios publicitarios en todos los productos que comercialice, sean éstos preimpresos, electrónicos o

de cualquier otra modalidad presente o futura, incluidos los resultados de los sorteos divulgados por medios masivos. La publicidad deberá cumplir con criterios de transparencia, no promoverá productos o servicios prohibidos por la ley, ni contendrá mensajes engañosos, discriminatorios o contrarios al orden público.

También, corresponde a la Junta de Protección Social la exclusividad en la realización de todo tipo de rifas, tanto las preimpresas como las electrónicas, excepto las realizadas para fines promocionales, en las cuales no deberá mediar cobro alguno para su participación; además de las efectuadas por asociaciones, fundaciones y entidades de bien social, cuyas utilidades se destinen a esos fines. Estas últimas deberán contar con la aprobación de la Junta Directiva de la Junta de Protección Social, conforme a los controles que esta Institución establezca para su realización. La anterior disposición no afecta las normas que en forma específica regulan la actividad de casinos, el juego Crea y el Bingo de la Cruz Roja.”

“ARTÍCULO 7.- Utilidades de loterías, juegos y otros productos de azar

Las ventas netas resultarán de deducir, de las ventas bruta, los montos correspondientes a la lotería no distribuida o no vendida, la cantidad devuelta por los comercializadores y el descuento respectivo por las ventas.

La Junta de Protección Social determinará la utilidad bruta individual para cada emisión o sorteo de cada tipo de lotería, juegos y otros productos de azar, deduciendo de las ventas netas, los costos de producción y los premios efectivamente pagados.

La utilidad neta antes de impuestos para cada emisión o sorteo de cada tipo de lotería, juegos, rifas y otros productos de azar, se determinará deduciendo de la utilidad bruta, los gastos de administración, comercialización y el aporte para el fondo de jubilaciones y pensiones para los vendedores de lotería.

La utilidad neta antes de impuestos derivada de la venta de espacios publicitarios en todos los productos que comercialice la Junta de Protección Social se calculará deduciendo de la utilidad bruta únicamente los gastos directos de administración y comercialización asociados a dicha publicidad.

La utilidad neta por distribuir se determinará una vez deducido el impuesto del diez por ciento (10%) señalado en el artículo 16 de esta Ley.”

“ARTÍCULO 8.- Distribución de la utilidad neta de las loterías, los juegos y otros productos de azar

La utilidad neta total de la Junta de Protección Social, será distribuida de la siguiente manera:

(...)

x) El setenta y cinco por ciento (75%) de la utilidad neta derivada de la venta de espacios publicitarios se girará al Fondo Mutual y de Beneficio Social de Vendedores de Lotería (FOMUVEL), con el fin de financiar programas de asistencia social, capacitación y conformar reservas de contingencia destinadas a atender situaciones de emergencia o crisis de los vendedores de lotería.

y) El veinticinco por ciento (25%) de la utilidad neta derivada de la venta de espacios publicitarios se destinará a organizaciones acreditadas que brinden apoyo a personas con demencias o enfermedades neurodegenerativas, incluyendo a quienes viven con enfermedad de Alzheimer, conforme al Manual de Criterios para la Distribución de Recursos de la Junta de Protección Social.

(...)”

ARTÍCULO DOS: Se reforman los artículos 10, 16 y 26, y se adiciona un **Transitorio Único** a la ley Ley N°7395, Ley de Loterías del 3 de mayo de 1994, para que en adelante se lean de la siguiente manera:

“Artículo 10.- Canales de distribución y venta de espacios publicitarios.

La Junta de Protección Social podrá establecer las agencias y los canales de distribución necesarios para administrar y distribuir sus loterías, e incluirá la venta directa al público, por medio de personas físicas o jurídicas en general, cuando por razones de seguridad económica o para evitar la especulación en precio, lo determine; asimismo, también procurará la presencia, en todo el país, de las loterías a los precios oficiales. En el caso de las personas físicas que realicen dicha venta, deberán aportar al Fondo Mutual y de Beneficio Social de Vendedores de Lotería (FOMUVEL), de conformidad con lo indicado en el artículo 26 de esta Ley.

Adicionalmente, la Junta de Protección Social podrá vender espacios publicitarios en sus productos físicos y digitales, así como en sus canales de difusión, siempre que dicha publicidad no promueva productos o servicios prohibidos por la ley, ni contenga mensajes engañosos, discriminatorios o contrarios al orden público.

La Junta reglamentará los procesos de contratación de publicidad, los cuales deberán garantizar transparencia, igualdad de condiciones y acceso competitivo, privilegiando la licitación pública. Los ingresos generados se registrarán contablemente de forma separada y estarán sujetos a auditoría.”

“ARTÍCULO 16.- Impuesto sobre utilidades de las loterías nacionales

La Junta de Protección Social pagará sobre las loterías nacionales que venda, distribuya o comercialice, **incluidas las derivadas de la venta de espacios publicitarios**, un impuesto único de renta de un diez por ciento (10%), el cual se establecerá sobre las utilidades netas establecidas en el artículo 7 de esta Ley, que mensualmente se distribuya a los acreedores de renta.

Dicho impuesto será cancelado en los primeros quince (15) días del mes siguiente a la determinación de las utilidades.”

“ARTICULO 26.- Créase el Fondo Mutual y de Beneficio Social de Vendedores de Lotería (Fomuvel), que tendrá personería jurídica propia. Este Fondo será financiado por una única vez, con cuarenta millones de colones (¢40.000.000,00) que la Junta girará del

producto del superávit institucional, así como con el setenta y cinco por ciento (75%) del uno por ciento (1%) de las ventas de lotería, que cada adjudicatario o vendedor con un contrato de distribución o socio comercial, deberá aportar del porcentaje establecido como descuento sobre la venta de lotería, **así como con el setenta y cinco por ciento (75 %) de la utilidad neta derivada de la venta de espacios publicitarios en todos los productos que comercialice la Junta de Protección Social.**

Ese Fondo será administrado por dos representantes de la Junta, uno de las cooperativas, uno de las organizaciones sociales y otro de los vendedores de lotería no agremiados. La Junta deberá reglamentar los beneficios y el funcionamiento del Fondo, así como la elección de estos representantes.

La administración del Fomuvel rendirá un informe anual ante la Contraloría General de la República y a la Junta de Protección Social, sobre el manejo de esos fondos durante el año fiscal trabajado.

El veinticinco por ciento (25%) restante del uno por ciento (1%) del porcentaje establecido a los vendedores como descuento sobre la venta de lotería, será destinado a la creación de un fondo de jubilaciones y pensiones para los vendedores de lotería.”

“TRANSITORIO UNICO: La Junta de Protección Social dispondrá de un plazo de seis meses, a partir de la entrada en vigencia de esta ley, para crear su reglamento.

Rige a partir de su publicación.

--	--
