



**EXPTE Nº: ES 2022/055**

**RESOLUCIÓN DE PROCEDIMIENTO DE CARÁCTER SANCIONADOR A “GOLDEN PARK GAMES, S.A.” POR COMISIÓN DE INFRACCIÓN ADMINISTRATIVA GRAVE, TIPIFICADA EN EL ARTÍCULO 40 APARTADO d) DE LA LEY 13/2011, DE 27 DE MAYO, DE REGULACIÓN DEL JUEGO: “EFECTUAR LA PROMOCIÓN, PATROCINIO Y PUBLICIDAD DE LOS JUEGOS OBJETO DE ESTA LEY, O ACTUACIONES DE INTERMEDIACIÓN, CUANDO QUIENES LO REALICEN CAREZCAN DE TÍTULO HABILITANTE O SE DIFUNDAN CON INFRACCIÓN DE LAS CONDICIONES Y LÍMITES FIJADOS EN EL MISMO O INFRINGIENDO LAS NORMAS VIGENTES EN ESTA MATERIA, CUALQUIERA QUE SEA EL MEDIO QUE SE UTILICE PARA ELLO”.**

Instruido el procedimiento sancionador de referencia en la Dirección General de Ordenación del Juego (en adelante, DGOJ), se han dado los siguientes.

### **ANTECEDENTES DE HECHO**

**PRIMERO.-** En el Acuerdo de Iniciación de expediente sancionador, de fecha 24 de marzo de 2022 y notificado al interesado el día 25 del mismo mes, se manifestaba lo siguiente

#### **Primero. Competencia de inspección y control.**

En virtud de las funciones de inspección y control previstas en los artículos 21.8 y 24.1 de la *Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego* (en adelante, LRJ), de acuerdo con lo establecido en el apartado 3 de la *Disposición Adicional 2ª de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia* y en el *Real Decreto 495/2020, de 28 de abril, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Consumo y se modifica el Real Decreto 139/2020, de 28 de enero, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales*, la Subdirección General de Inspección del Juego (SGIJ), órgano integrado en la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), acordó el inicio de actuaciones preliminares de información conforme a lo establecido en el artículo 55, apartados 1º y 2º, de la *Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas* (en adelante, LPACAP), con el objeto de determinar con la mayor precisión posible los hechos susceptibles de motivar la incoación de un procedimiento de naturaleza sancionadora, la identificación de la persona o personas que pudieran resultar responsables y las circunstancias relevantes que pudieran concurrir.



## Segundo. Actuaciones de inspección y control.

### Primero.

Como parte de sus competencias, la SGIJ supervisa las actividades de promoción, patrocinio y publicidad de juegos realizadas por los operadores con título habilitante, para verificar el correcto cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el *Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego* (en adelante RDCC).

Además, los operadores de juego ponen a disposición de la DGOJ información sobre la actividad que llevan a cabo, lo que permite mantener un control permanente de las personas que participan y de las transacciones que se realizan, y garantizar así el correcto funcionamiento de los juegos. El sistema que gestiona esta información se denomina Sistema de Control Interno (SCI<sup>1</sup>).

En relación con GOLDEN PARK GAMES, SA (en adelante, el operador) la SGIJ encontró evidencias de posibles incumplimientos del RDCC, que se detallan en los puntos siguientes.

### Segundo.

En una supervisión de las páginas web del operador, ([www.goldenpark.es](http://www.goldenpark.es), [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es)) se encontraron evidencias respecto a los artículos siguientes (que se reflejan en el documento "CO-2021-121-1022-ACTA 17 12 2021").

a. Artículo 13 relativo a las actividades de promoción:

- Art. 13.3: El 15 de diciembre de 2021 en las webs [www.goldenpark.es](http://www.goldenpark.es) y [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es) aparecían varios accesos a la sección de promociones.

b. Artículo 15 en cuanto a la prohibición de la aparición de personas o personajes de relevancia o notoriedad pública en comunicaciones comerciales:

- Art. 15.1: El 15 de diciembre de 2021 en la web [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es) y en las cuentas del operador de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter aparecían personas y personajes de notoriedad pública en comunicaciones comerciales.

Una vez trasladados los hechos al operador, este hizo las siguientes alegaciones:

---

<sup>1</sup> **SCI-Sistema de Control Interno:** conjunto de componentes destinados a registrar la totalidad de las operaciones y transacciones realizadas en el desarrollo de los juegos, para garantizar a la DGOJ la posibilidad de mantener un control permanente sobre las actividades de juego del operador.



- Art.13.3: interpreta del RDCC que los contenidos de las actividades promocionales deben aparecer en una sección única e independiente, tratándose el caso de una sección única e independiente con diferentes accesos.

Según se establece en el RDCC las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción solo pueden aparecer una sección independiente en la página web o aplicación desde la que el operador ofrece actividades de juego, por lo que cualquier elemento relacionado con las promociones debe estar dentro de la sección independiente de promociones y en la web no puede haber enlaces adicionales que lleven a ella.

- Art.15.1: El blog de la web [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es) publica noticias o curiosidades para los visitantes para que las vean y tengan conocimiento de ellas, no para que participen en la web. El real decreto restringe a la persona o personaje que está emitiendo la comunicación comercial, pero no al producto en sí objeto de la publicidad.
- Se consideran comunicaciones comerciales porque la imagen de la persona de notoriedad pública va acompañada de un acceso directo a las actividades de juego del operador; por otro lado, los productos de juego en los que utilicen las imágenes de personajes de notoriedad pública se podrán anunciar exclusivamente en la página web .es o en las aplicaciones móviles desde donde los operadores ofrezcan actividades de juego.

### Tercero. Hechos probados.

En definitiva, a la luz de los hechos constatados en los antecedentes referidos, se considera acreditado que el operador:

- a) publicó promociones que incumplían los requisitos del artículo 13.3 del RDCC,
- b) incluyó a personas de relevancia o notoriedad pública en comunicaciones comerciales, en contra de lo establecido en el artículo 15.1 del RDCC.

**SEGUNDO.-** Asimismo en el Acuerdo de Inicio de 24 de marzo de 2022 se manifiesta:

El artículo 7 de la LRJ establece:

*Artículo 7. Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego.*

*1. De conformidad con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, queda prohibida la publicidad, patrocinio o promoción, bajo cualquier forma, de los juegos de suerte, envite o azar y la publicidad o promoción de los operadores de juego, cuando se carezca de la correspondiente autorización para la realización de publicidad contenida en el título habilitante.*



*El operador de juego deberá contar con el correspondiente título habilitante en el que se le autorice para el desarrollo de actividades de juego a través de programas emitidos en medios audiovisuales o publicados en medios de comunicación o páginas web, incluidas aquellas actividades de juego en las que el medio para acceder a un premio consista en la utilización de servicios de tarificación adicional prestados a través de llamadas telefónicas o basadas en el envío de mensajes.*

*2. Reglamentariamente se establecerán las condiciones que se incluirán en los respectivos títulos habilitantes de la autorización de la actividad publicitaria y sus límites y, en particular, respecto a:*

*a) El envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico o por cualquier otro medio de comunicación electrónica equivalente, que sólo será posible si ha sido previamente autorizado por su destinatario, de acuerdo con lo previsto en el apartado primero del artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.*

*b) La inclusión de anuncios u otras modalidades publicitarias de los juegos en medios de comunicación y otros soportes publicitarios.*

*c) La actividad de patrocinio en acontecimientos deportivos que sean objeto de apuestas.*

*d) La inserción de carteles publicitarios de actividades de juego en los lugares en que se celebren acontecimientos cuyos resultados sean objeto de apuestas o loterías.*

*e) El desarrollo de los concursos televisivos y las obligaciones de información sobre los requisitos esenciales del juego.*

*f) Cualesquiera otras que se establezcan reglamentariamente.*

En línea con este precepto, el artículo 9 de la LRJ dispone en su apartado 2:

*“Toda actividad incluida en el ámbito de esta Ley que se realice sin el preceptivo título habilitante o incumpliendo las condiciones y requisitos establecidos en el mismo, tendrá la consideración legal de prohibida, quedando sujetos quienes la promuevan o realicen a las sanciones previstas en el Título VI de esta Ley”.*

En conexión con lo dispuesto en los artículos 7 y 9 de la LRJ, el artículo 37 del RDCC indica:

*“1. El régimen de infracciones y sanciones en las materias que constituyen el objeto del presente Real Decreto será el que corresponda en función de lo establecido en el Título VI de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, sin perjuicio de lo previsto en el párrafo segundo del artículo 36.3 de la mencionada ley en relación con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. A estos prestadores se les aplica el régimen sancionador previsto en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, cuya instrucción y sanción corresponde en todo caso a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia, salvo la infracción prevista en el artículo 40 e) de la Ley 13/2011, de 27 de mayo.*



*2. A efectos de lo previsto en el apartado 1, los operadores de juego serán responsables del cumplimiento de las disposiciones en materia de comunicaciones comerciales previstas en el Título I de este Real Decreto cuando esas comunicaciones se difundan, emplacen o realicen por su cuenta o encargo.”*

A la luz de los antecedentes de hecho anteriormente enunciados, se considera acreditado que el operador ha ofrecido aplicaciones de juego gratuito que incumplen el artículo 14.1.a) del RDCC y en sus páginas web no se cumplen todos los requisitos de información requeridos en los puntos 2, 2.c, 2.d, 2.f, 2.l, 3 y 4.a del artículo 30 del RDCC.

Estos hechos dan lugar a la comisión de una infracción tipificada en el artículo 40, párrafo d) de la LRJ que viene a considerar como infracción grave:

*“Efectuar la promoción, patrocinio y publicidad de los juegos objeto de esta Ley, o actuaciones de intermediación, cuando quienes lo realicen carezcan de título habilitante o se difundan con infracción de las condiciones y límites fijados en el mismo o infringiendo las normas vigentes en esta materia, cualquiera que sea el medio que se utilice para ello.”*

Conforme al artículo 42.2 de la LRJ, las infracciones calificadas como graves serán sancionadas con multa de cien mil a un millón de euros. Además de la multa, podrá imponerse la suspensión de la actividad en España por un plazo máximo de seis meses.

El artículo 42.5 de la LRJ establece, respecto a la cuantía de las sanciones, que *“(…) se graduarán atendiendo a la naturaleza de los derechos personales afectados, al volumen de las transacciones efectuadas, a los beneficios obtenidos, al grado de intencionalidad, a la reincidencia, a los daños y perjuicios causados a las personas interesadas y a terceras personas, y a cualquier otra circunstancia que sea relevante para determinar el grado de antijuridicidad y de culpabilidad presentes en la concreta actuación infractora”*.

Por su parte, el artículo 42.6 de la LRJ indica que *“Si en razón de las circunstancias concurrentes, se apreciara una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho, el órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en la que se integra la considerada en el caso de que se trate”*.

En este caso, teniendo en cuenta que el incumplimiento se produjo en el periodo inicial tras entrada en vigor de la norma y asimismo que hubo ánimo de colaboración por parte del operador, se considera conveniente la aplicación de la escala de sanciones relativa a las infracciones de carácter leve, que con arreglo al artículo 42.1 de la LRJ pueden ser sancionadas con apercibimiento por escrito o multa de hasta cien mil euros.



Tras tener en cuenta que el operador incumplió cuatro artículos del RDCC, sin perjuicio de lo que resulte de la posible posterior instrucción del procedimiento sancionador, se propone la imposición de una sanción de apercibimiento por escrito.

**TERCERO.-** Con fecha 25 de marzo de 2022, se notifica a GOLDEN PARK GAMES, S.A. el Acuerdo de Inicio de procedimiento sancionador de fecha 24 del mismo mes.

**CUARTO.-** Con fecha 11 de abril de 2022, tiene entrada en la DGOJ escrito de alegaciones del interesado.

**QUINTO.-** Con fecha 23 de junio de 2022, el órgano instructor formula propuesta de resolución, notificada al interesado el día 26 del mismo mes, en la que, respecto a las alegaciones presentadas, se argumentaba lo siguiente:

**Primera .- Respuesta al antecedente de hecho segundo, apartado primero del requerimiento, sobre las evidencias que se ha encontrado la SGIJ acerca de posibles incumplimientos del RDCC por parte del operador.**

#### ALEGACIÓN.

En esta alegación, el operador realiza una serie de consideraciones acerca de su voluntad de cumplimiento diligente del RDCC y su adaptación al mismo, pese a su carácter técnico y complejidad del mismo.

Considera encomiable, por otro lado, la aplicación de la sanción leve por el artículo 42.6, que ha derivado en una amonestación por escrito, y ello por considerar que las concretas circunstancias del supuesto así lo recomiendan.

Recuerda que no se han incoado, ni previa ni posteriormente, ningún procedimiento sancionador al operador respecto a los cuantiosos, principales y sustanciales supuestos prohibidos o restringidos en el RDCC.

Finalmente, solicitan que la DGOJ emita una resolución o nota técnica interpretativa mediante la cual enumere los casos concretos que se vaya encontrando en la práctica, para clarificar las actuaciones que pueden o no pueden hacer los operadores.

#### CONTESTACIÓN.

Se toma nota de las afirmaciones vertidas, y de la solicitud realizada. Sin embargo, ni unas ni otra se corresponden con verdaderas alegaciones, por lo que no procede su respuesta en el contexto de este procedimiento sancionador.



**Segunda .- Solicitud de ampliación del antecedente de hecho segundo, apartado segundo, del procedimiento sancionador, en relación con el artículo 13.3 del RDCC, relativo a actividades de promoción y solicitud de modificación del fundamento jurídico primero del procedimiento sancionador.**

#### ALEGACIÓN.

En esta alegación, el operador comienza señalando que, en el apartado que menciona, la propuesta de inicio no refleja todos los matices y elementos a tener en cuenta para interpretar correctamente el artículo 13.3 del RDCC. Para ello propone una diferente visión, en términos semánticos, del significado de sección independiente dentro de una página web.

En este contexto, el espíritu y literal interpretativo y finalista del precepto legal mencionado es que todas las promociones únicamente estén disponibles en una sección independiente de la web del operador, y que elimine del resto de secciones o ubicaciones diferentes a la sección de promociones del sitio web, todo lo referente a actividades de promoción.

En la página web del operador aparece un primer apartado de promociones que dirige a una única sección independiente que es donde se llevan a cabo las actividades promocionales del operador, no apareciendo el contenido de las actividades promocionales en ninguna otra parte. Además, dicho apartado de promociones no aparece en un formato destacado con respecto al resto de la página. Y existe, finalmente, otro enlace en la mapa web resumen de todas las secciones de la página web.

En conclusión, no habría varios apartados o secciones independientes dedicados a promociones, sino dos links que redirigen a la misma sección independiente (URL) dedicada a promociones, uno de los cuales forma parte del propio mapa de la página web.

Por razón de ello, el operador considera no haber incumplido los requisitos del artículo 13.3 del RDCC, por cuanto se adecúa su actuación a la literalidad y a la finalidad interpretativa de dicho precepto legal.

#### CONTESTACIÓN.

En efecto, el artículo 13.3 del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, establece que las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción solo podrán dirigirse a clientes existentes, aparecer, en una sección independiente, en la página web o aplicación desde la que el operador ofrece actividades de juego, o difundirse en los establecimientos accesibles al público de los operadores designados para la comercialización de los juegos de loterías.



El supuesto que fundamenta este procedimiento sancionador es el segundo de los mencionados, esto es, la aparición, el 15 de diciembre de 2021, en las páginas web de [www.goldenpark.es](http://www.goldenpark.es) y de [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es), de varios accesos a la sección de promociones. Se añade que, según se establece en el RDCC, las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción solo pueden aparecer una sección independiente en la página web o aplicación desde la que el operador ofrece actividades de juego, por lo que cualquier elemento relacionado con las promociones debe estar dentro de la sección independiente de promociones y en la web no puede haber enlaces adicionales que lleven a ella.

En el expediente aparecen una serie de pantallazos que coinciden con las páginas reconocidas por el operador en su escrito de alegaciones, y que por tanto se dan por buenas.

A juicio de esta Instrucción, el objetivo del precepto es evitar un exceso de exposición para clientes no existentes de las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción de un operador. Desde esta óptica, debe considerarse que el propio link a promociones, en caso de estar muy destacado, en tamaño o vistosidad, o excesivamente repetido por la página web, podría considerarse, en sí, como una comunicación comercial de una actividad de promoción, y por tanto estaría prohibido.

Analizadas las páginas señaladas, puede observarse que el enlace objeto de reproche jurídico en el acuerdo de inicio es un enlace de escaso tamaño y vistosidad, emplazado en dos lugares diferenciados, siendo uno de ellos el del mapa de la web (herramienta común de páginas web para mejor localización de contenidos, y que opera, por decirse así, como índice). Por todo ello, no parece que pueda considerarse que dichos enlaces, por mucho que no sean únicos (aunque se repiten sólo dos veces en la página de inicio), pueden ser considerados como comunicaciones comerciales de las actividades de promoción.

En consecuencia, procede admitir la solicitud del operador en este punto, por las razones expuestas, sin entrar a valorar el resto de elementos del razonamiento del mismo, y por tanto extraer este incumplimiento del expediente sancionador en estudio.

**Tercera .- Solicitud de ampliación del antecedente de hecho segundo, apartado segundo, del procedimiento sancionador, en relación con el artículo 15.1 del RDCC, y solicitud de modificación del fundamento jurídico segundo del procedimiento sancionador.**

ALEGACIÓN.

Se producen dos categorías de incumplimientos, en este apartado, que traen causa de dos tipos de alegaciones por parte del operador. En conjunto se refiere a la evidencia, puesta de manifiesto por el acuerdo de inicio, de que, el 15 de diciembre de 2021, aparecieron, en la web [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es) y en las cuentas del operador de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, personas y personajes de notoriedad pública en comunicaciones comerciales.





En el primer supuesto, se trata de imágenes de películas que se encontraron en la web del operador [www.todoslots.es](http://www.todoslots.es). El operador alega que dicha aparición se produce en un blog de la página web que constituye una sección que publica noticias o curiosidades, en este caso películas de cine, y que animan a los visitantes a que realicen ciertas actividades, en este supuesto que vean las películas, y no que participen en la web. Por otro lado, señala el operador que la mayoría de los personajes que aparecen en la web son desconocidos por personas no expertas en cine, y que el objetivo de la publicación es simplemente informar sobre películas míticas, no la utilización de personas famosas o de notoriedad pública que aparecen en dichas películas para promocionar actividades de juego. Trae finalmente el operador a colación el artículo 23 del RDCC, en su apartado primero, en el que se regula la difusión de comunicaciones comerciales en servicios de la sociedad de la información.

En cuanto a la segunda parte de la alegación, el operador entiende que las personas de notoriedad pública que se han detectado en sus cuentas de Facebook, Instagram y Twitter, no son sino un anuncio de productos de juego de un proveedor de contenido, los cuales han sido certificados y homologados por la propia DGOJ antes de su comercialización. Dichos productos, en consecuencia, no están prohibidos, y tampoco pueden considerarse comunicaciones comerciales los productos de juego que se anuncien en la página web o en las aplicaciones móviles desde donde los operadores ofrezcan actividades de juego.

#### CONTESTACIÓN.

Con respecto a la primera parte de la alegación, esta Instrucción no cree que pueda sostenerse, por cuanto en la página web se incluye un enlace al operador de juego que dirige directamente hacia el juego. También hay un teléfono y es posible el ingreso en la web a través de registro. Por tanto, debe considerarse dicha sección como una verdadera comunicación comercial del operador, en la que no pueden aparecer personajes famosos o de relevancia pública.

Sin entrar a valorar el nivel de conocimiento acerca de cine que pueda tener una persona, no cabe duda de que ciertos de esos personajes son conocidos incluso por quien no es experta en la materia. Además, con que aparezca un personaje de relevancia pública sería suficiente, aunque el resto no lo fueran, cosa que, como se ha dicho antes, tampoco es admisible.

En relación con la aplicación de las excepciones del artículo 23 del RDCC, entendemos que no es el objeto de este expediente sancionador, que no entra a valorar si se trata o no de una comunicación comercial admitida (algo que no se ha puesto en duda), sino simplemente la aparición en la misma de personajes de relevancia pública.

En consecuencia, debe rechazarse los razonamientos de este primer apartado de la alegación, por las razones expuestas.

En relación con la segunda parte de la alegación, acierta el operador cuando afirma que dichos productos, que han sido homologados por la DGOJ, no serían considerados comunicaciones comerciales si



aparecen en la página web del operador o en sus aplicaciones móviles donde ofrece actividades de juego. Sin embargo, en este expediente, dichos productos aparecen en las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter, por cuanto sí se tratan de comunicaciones comerciales, que redirigen a la propia página web del operador, y por tanto no pueden ser admitidas. No pueden, por tanto, prosperar esta alegación.

**Cuarta .- Toma en consideración de la inclusión del fundamento jurídico octavo del procedimiento sancionador, contemplándose lo dispuesto en los artículos 28.1, 29, 88, 89 y 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.**

#### ALEGACIÓN.

Entiende que deben aplicarse, en este procedimiento sancionador, los principios de responsabilidad, proporcionalidad, motivación, congruencia de la resolución, contenidos en la Ley 39/2015, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (PACAP), así como aplicarse el artículo 89 de la mencionada norma, en relación con la necesidad de archivar este expediente sancionador, y el 129 LCAP sobre los principios de buena regulación en el ejercicio de la iniciativa legislativa y la potestad reglamentaria.

#### CONTESTACIÓN.

Como no puede ser de otra manera, en todo momento, en este expediente sancionador, se han analizado y aplicado rigurosamente todos los principios y trámites establecidos en la LPACAP, muy especialmente los referidos al procedimiento sancionador.

En relación con el archivo de las actuaciones, nos remitimos a la alegación anterior para considerar que no procede.

Finalmente, no encontramos relación de los principios de buena regulación de la iniciativa legislativa y la potestad reglamentaria, con este expediente

**SEXTO.-** Transcurrido el plazo de quince días hábiles concedido para formular alegaciones a la Propuesta de Resolución sin que conste que la entidad imputada haya ejercido dicho derecho, procede dictar la presente resolución.

A los anteriores antecedentes de hecho les son de aplicación los siguientes

### **FUNDAMENTOS DE DERECHO**



## **PRIMERO. Órgano competente.**

El artículo 25.2 de la *Ley 40/2015, de 1 de junio, de Régimen Jurídico del Sector Público* (en adelante, LRJSP) establece que: *“El ejercicio de la potestad sancionadora corresponde a los órganos administrativos que la tengan expresamente atribuida, por disposición legal o reglamentaria”*.

El artículo 36.1 de la LRJ establece que la Comisión Nacional del Juego (actualmente DGOJ, de acuerdo con la Disposición adicional segunda, apartado tercero, de la *Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*) y, en los supuestos a los que se refiere el artículo 42.3 de esta Ley, el titular del Ministerio de Economía y Hacienda (actualmente, el titular del Ministerio de Consumo en virtud del artículo 21 del *Real Decreto 2/2020, de 12 de enero, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales*), ejercerán la potestad sancionadora respecto de las infracciones administrativas cometidas en materia de juego objeto de esta Ley.

En virtud de lo anterior, siendo uno de los objetos del presente procedimiento la posible comisión de una infracción calificada como grave, la competencia para resolver corresponde al titular de la Dirección General de Ordenación del Juego.

## **SEGUNDO.- Ausencia de alegaciones a la Propuesta de Resolución**

Notificada al interesado la Propuesta de Resolución de fecha 23 de junio de 2022, el día 26 del mismo mes, no ha remitido a la DGOJ escrito de alegaciones ni ninguna otra manifestación a respecto.

Por lo tanto, se ratifica en la presente resolución lo expuesto en dicha propuesta.

## **TERCERO.- Existencia de infracción y calificación**

El artículo 7 de la LRJ establece:

*Artículo 7. Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego.*



1. De conformidad con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, queda prohibida la publicidad, patrocinio o promoción, bajo cualquier forma, de los juegos de suerte, envite o azar y la publicidad o promoción de los operadores de juego, cuando se carezca de la correspondiente autorización para la realización de publicidad contenida en el título habilitante. El operador de juego deberá contar con el correspondiente título habilitante en el que se le autorice para el desarrollo de actividades de juego a través de programas emitidos en medios audiovisuales o publicados en medios de comunicación o páginas web, incluidas aquellas actividades de juego en las que el medio para acceder a un premio consista en la utilización de servicios de tarificación adicional prestados a través de llamadas telefónicas o basadas en el envío de mensajes.

2. Reglamentariamente se establecerán las condiciones que se incluirán en los respectivos títulos habilitantes de la autorización de la actividad publicitaria y sus límites y, en particular, respecto a:

a) El envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico o por cualquier otro medio de comunicación electrónica equivalente, que sólo será posible si ha sido previamente autorizado por su destinatario, de acuerdo con lo previsto en el apartado primero del artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

b) La inclusión de anuncios u otras modalidades publicitarias de los juegos en medios de comunicación y otros soportes publicitarios.

c) La actividad de patrocinio en acontecimientos deportivos que sean objeto de apuestas.

d) La inserción de carteles publicitarios de actividades de juego en los lugares en que se celebren acontecimientos cuyos resultados sean objeto de apuestas o loterías.

e) El desarrollo de los concursos televisivos y las obligaciones de información sobre los requisitos esenciales del juego.

f) Cualesquiera otras que se establezcan reglamentariamente.

En línea con este precepto, el artículo 9 de la LRJ dispone en su apartado 2:

*“Toda actividad incluida en el ámbito de esta Ley que se realice sin el preceptivo título habilitante o incumpliendo las condiciones y requisitos establecidos en el mismo, tendrá la consideración legal de prohibida, quedando sujetos quienes la promuevan o realicen a las sanciones previstas en el Título VI de esta Ley”.*

En conexión con lo dispuesto en los artículos 7 y 9 de la LRJ, el artículo 37 del RDCC indica:



*“1. El régimen de infracciones y sanciones en las materias que constituyen el objeto del presente Real Decreto será el que corresponda en función de lo establecido en el Título VI de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, sin perjuicio de lo previsto en el párrafo segundo del artículo 36.3 de la mencionada ley en relación con los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. A estos prestadores se les aplica el régimen sancionador previsto en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, cuya instrucción y sanción corresponde en todo caso a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia, salvo la infracción prevista en el artículo 40 e) de la Ley 13/2011, de 27 de mayo.*

*2. A efectos de lo previsto en el apartado 1, los operadores de juego serán responsables del cumplimiento de las disposiciones en materia de comunicaciones comerciales previstas en el Título I de este Real Decreto cuando esas comunicaciones se difundan, emplacen o realicen por su cuenta o encargo.”*

A la luz de los antecedentes de hecho anteriormente enunciados, se considera acreditado que el operador ha incluido a personas de relevancia o notoriedad pública en comunicaciones comerciales en contra de lo establecido en el artículo 15.1 del RDCC. Este hecho da lugar a la comisión de una infracción tipificada en el artículo 40, párrafo d) de la LRJ que viene a considerar como infracción grave:

*“Efectuar la promoción, patrocinio y publicidad de los juegos objeto de esta Ley, o actuaciones de intermediación, cuando quienes lo realicen carezcan de título habilitante o se difundan con infracción de las condiciones y límites fijados en el mismo o infringiendo las normas vigentes en esta materia, cualquiera que sea el medio que se utilice para ello.”*

#### **CUARTO. Responsabilidad**

El operador es sujeto infractor ya que, de acuerdo con el artículo 38.1 de la LRJ:

*“1. Son sujetos infractores las personas físicas o jurídicas que realicen las acciones u omisiones tipificadas como infracciones en esta Ley, les den soporte, publiciten, promocionen u obtengan beneficio de las mismas.*

*2. Se consideran también sujetos infractores y organizadores de juego a los efectos del presente artículo, exigiéndoles idéntica responsabilidad, a las personas físicas o jurídicas que obtuvieran un beneficio relevante vinculado directamente al desarrollo de actividades de juego como consecuencia de las acciones u omisiones referidas en el apartado anterior.”*



Tal y como ha quedado acreditado en los Antecedentes de Hecho de la presente resolución de procedimiento sancionador, el operador ha infringido un artículo del RDCC.

#### **QUINTO. Sanción y graduación**

Estos hechos que son causa del incumplimiento de un artículo del RDCC dan lugar a la comisión de una infracción tipificada en el artículo 40, párrafo d) de la LRJ que viene a considerar como infracción grave.

“Efectuar la promoción, patrocinio y publicidad de los juegos objeto de esta Ley, o actuaciones de intermediación, cuando quienes lo realicen carezcan de título habilitante o se difundan con infracción de las condiciones y límites fijados en el mismo o infringiendo las normas vigentes en esta materia, cualquiera que sea el medio que se utilice para ello.”

Conforme al artículo 42.2 de la LRJ, las infracciones calificadas como graves serán sancionadas con multa de cien mil a un millón de euros. Además de la multa, podrá imponerse la suspensión de la actividad en España por un plazo máximo de seis meses.

El artículo 42.5 de la LRJ establece, respecto a la cuantía de las sanciones, que “(...) se graduarán atendiendo a la naturaleza de los derechos personales afectados, al volumen de las transacciones efectuadas, a los beneficios obtenidos, al grado de intencionalidad, a la reincidencia, a los daños y perjuicios causados a las personas interesadas y a terceras personas, y a cualquier otra circunstancia que sea relevante para determinar el grado de antijuricidad y de culpabilidad presentes en la concreta actuación infractora”.

Por su parte, el artículo 42.6 de la LRJ indica que “Si en razón de las circunstancias concurrentes, se apreciara una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuricidad del hecho, el órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en la que se integra la considerada en el caso de que se trate”.

En este caso, teniendo en cuenta que el incumplimiento se produjo en el periodo inicial tras entrada en vigor de la norma y asimismo que hubo ánimo de colaboración por parte del operador, se considera conveniente la aplicación de la escala de sanciones relativa a las infracciones de carácter leve, que con arreglo al artículo 42.1 de la LRJ pueden ser sancionadas con apercibimiento por escrito o multa de hasta cien mil euros.



MINISTERIO  
DE CONSUMO

SECRETARÍA GENERAL DE  
CONSUMO Y JUEGO

DIRECCIÓN GENERAL  
DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

Tras tener en cuenta que el operador incumplió un artículo del RDCC, se impone una sanción de apercibimiento por escrito.

Por todo lo expuesto

### **RESUELVO**

**PRIMERO.-** Imponer al operador GOLDEN PARK GAMES, S.A., la sanción de APERCIBIMIENTO POR ESCRITO como consecuencia de una infracción tipificada como grave en el artículo 40.d) LRJ: *“Efectuar la promoción, patrocinio y publicidad de los juegos objeto de esta Ley, o actuaciones de intermediación, cuando quienes lo realicen carezcan de título habilitante o se difundan con infracción de las condiciones y límites fijados en el mismo o infringiendo las normas vigentes en esta materia, cualquiera que sea el medio que se utilice para ello”* y en aplicación de la escala de sanciones relativa a las infracciones de carácter leve, de acuerdo con lo previsto en el artículo 42.6 LRJ.

**SEGUNDO.-** Notificar la presente resolución para conocimiento y efectos, de acuerdo con lo previsto en los artículos 40 a 44 de la LPACAP, haciéndole saber que, contra la misma, el interesado podrá interponer, en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente al de su notificación, recurso de alzada ante la Secretaría General de Consumo y Juego, de conformidad con los artículos 115, 121 y 122 de la LPACAP.

Madrid, 26 de julio de 2022

Director General  
Mikel Arana Echezarreta