

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

El Presidente de la Empresa Industrial y Comercial del Estado Administradora del Monopolio Rentístico de los Juegos de Suerte y Azar - Coljuegos, en uso de las facultades legales y en especial de las contempladas en artículo 1 de la Ley 643 de 2001, el artículo 2 del Decreto 4142 de 2011 y los numerales 1 y 8 del artículo 5 del Decreto 1451 de 2015 y,

CONSIDERANDO:

Que el artículo 209 superior, determina los principios aplicables al ejercicio de la función pública, determinando expresamente que ella está al servicio de los intereses generales como principio finalístico¹, y al efecto dispone:

"ARTICULO 209. La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley".

Que artículo 336 de la Constitución Política, establece que ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés público o social y en virtud de la ley.

Que el artículo 3º de la Ley 489 de 1998, determina respecto de los principios y finalidades de la función administrativa:

"ARTÍCULO 3.- Principios de la función administrativa. La función administrativa se desarrollara conforme a los principios constitucionales, en particular los atinentes a la buena fe, igualdad, moralidad, celeridad, economía, imparcialidad, eficacia, eficiencia, participación, publicidad, responsabilidad y transparencia. Los principios anteriores se aplicarán, igualmente, en la prestación de servicios públicos, en cuánto fueren compatibles con su naturaleza y régimen.

...
ARTÍCULO 4.- Finalidades de la función administrativa. La función administrativa del Estado busca la satisfacción de las necesidades generales de todos los habitantes, de conformidad con los principios, finalidades y cometidos consagrados en la Constitución Política. Los organismos, entidades y personas encargadas, de manera permanente o transitoria, del ejercicio de funciones administrativas deben ejercerlas consultando el interés general".

¹ Corte Constitucional C – 561 – 1999.

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

Que el artículo 6 de la Ley 489 de 1998, determina en el ejercicio de las potestades y atribuciones inherentes a los organismos y entidades administrativas, entre otros, el principio de coordinación, que reza:

"(...) Principio de coordinación. En virtud del principio de coordinación y colaboración, las autoridades administrativas deben garantizar la armonía en el ejercicio de sus respectivas funciones con el fin de lograr los fines y cometidos estatales.

En consecuencia, prestará colaboración a las demás entidades para facilitar el ejercicio de sus funciones y se abstendrán de impedir o estorbar su cumplimiento por los órganos, dependencias, organismos y entidades titulares..."

Que la Ley 643 de 2001, fija el régimen propio del monopolio rentístico de los juegos de suerte y azar y define como facultad exclusiva del Estado explotar, organizar, administrar, operar controlar, fiscalizar, regular y vigilar todas las modalidades de juegos de suerte y azar.

Que el artículo 3 de la Ley 643 de 2001, define los Principios que rigen la explotación, organización, administración, operación, fiscalización y control de juegos de suerte y azar; enmarcándose en la: a) Finalidad social prevalente; b) Transparencia; c) Racionalidad económica en la operación; d) Vinculación de la renta a los servicios de salud.

Que el artículo 4 de la Ley 643 de 2001, define los juegos prohibidos y las prácticas no autorizadas y de manera especial, relaciona entre otras las siguientes prácticas: a) La circulación o venta de juegos de suerte y azar, cuya oferta disimule el carácter aleatorio del juego o sus riesgos; b) El ofrecimiento o venta de juegos de suerte y azar a menores de edad y a personas que padezcan enfermedades mentales que hayan sido declaradas "interdictas judicialmente"; c) La circulación o venta de juegos de suerte y azar, cuyos premios consistan o involucren directa o indirectamente bienes o servicios que violen los derechos fundamentales de las personas o atenten contra las buenas costumbres; d) La circulación o venta de juegos de suerte y azar que afecten la salud de los jugadores; y e) La circulación o venta de juegos de suerte y azar cuyo premio consista o involucre bienes o servicios que las autoridades deban proveer en desarrollo de sus funciones legales.

Que el régimen jurídico de los contratos de concesión que celebra Coljuegos en las modalidades de localizados, novedosos y novedosos por internet se incorpora en virtud de la Ley 643 de 2001, por lo cual la reglamentación que expide Coljuegos es obligatoria para todos los operadores en el territorio nacional, en especial, aquella relacionada con los mecanismos para evitar prácticas prohibidas, como el ofrecimiento de juegos a niños, niñas

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

y adolescentes, personas con discapacidades mentales y los que afecten la salud de los jugadores.

Que el párrafo único del artículo 22 de la ley 1393 de 2010, modificatorio del artículo 38 de la Ley 643 de 2001 señaló que *“Los administradores del Monopolio, las autoridades de inspección, vigilancia y control y las autoridades de policía podrán hacer monitoreo a los canales, entidades financieras, páginas de Internet... no autorizados, y ordenar las alertas y bloqueos correspondientes”*.

Que la ley 1480 de 2011 en su artículo 5 numeral 12, señaló la definición de publicidad como *“Toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo”* aplicable a la regulación en materia de publicidad de juegos de suerte y azar.

Que el artículo 6 de la Resolución No. 20214000036784 del 16 de diciembre de 2021, define el juego responsable como: *“(...) una serie de prácticas y recomendaciones que se aplican a las partes interesadas, cuyo objetivo es entender los juegos de suerte y azar como una alternativa de esparcimiento sano y entretenimiento, e incentivar la practica del juego de forma racional y consciente...”*

Que la real academia de la lengua define la responsabilidad social corporativa, como la integración voluntaria de las empresas de los distintos intereses afectados por su actividad en sus operaciones comerciales y sus relaciones con terceros.²

Que teniendo en cuenta la relevancia que han tenido las redes sociales y las personas que hacen uso de estas en la promoción de juegos de suerte y azar, *la Asociación Nacional de Anunciantes – ANDA, en su Guía para una comunicación comercial responsables a través de influenciadores, se refiere a estos como “usuarios de redes sociales que, al compartir su cotidianidad, sus intereses y experiencias han ido ganando seguidores dentro de las redes en las que tienen presencia. (...) Así, se va construyendo una relación de credibilidad y confianza de los seguidores hacia el influenciador, en otras palabras, su audiencia cree lo que aquel comparte en sus publicaciones”*³

Que, ante la desbordada posibilidad de promover y generar publicidad a través de distintos medios físicos y digitales, es necesario intervenir el margen de acción de los operadores

² <https://dpej.rae.es/lema/responsabilidad-social-corporativa>

³ Guía de buenas prácticas en la publicidad a través de influenciadores – Superintendencia de Industria y Comercio

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:

Radicado No.: *RAD_S*

Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

de juegos de suerte y azar respecto a los montos, espacios y formas de publicitar sus respectivas plataformas de apuestas.

Que en cumplimiento del numeral 8 del artículo 8° de la Ley 1437 de 2011 Coljuegos publicó el proyecto de la presente Resolución en la página web de la Entidad entre los días xx y xx del mes de xxx de 2023, recibiendo observaciones provenientes de los gremios, concesionarios y/u operadores de juegos de suerte y azar y terceros interesados.

Que la Entidad estudió y se pronunció sobre los comentarios y observaciones presentadas, las cuales se publicaron en la página web de Coljuegos, así como las decisiones de modificación que se adoptaban luego del análisis de los argumentos de los interesados

Que, en mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

ARTÍCULO 1. OBJETO: Regular las condiciones bajo las cuales los operadores autorizados para operar juegos de suerte y azar pueden desarrollar actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia de Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar, en el marco de las disposiciones de la ley 643 de 2001, ley 1393 de 2010 y demás normas que las modifiquen, deroguen o sustituyan.

ARTÍCULO 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN: Estarán sometidas a la presente regulación, las personas que operen de manera directa o a través de terceros juegos de suerte y azar de competencia de Coljuegos, de conformidad con lo previsto en capítulo 2 de la ley 643 de 2001.

ARTÍCULO 3. COORDINACIÓN INSTITUCIONAL: COLJUEGOS como Administradora del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar en virtud de la competencia conferida en la constitución, la ley y los decretos reglamentarios, bajo el principio de coordinación institucional podrá adelantar acciones conjuntas con las Entidades territoriales y organismos públicos que ejerzan competencias en materia de juego, comunicaciones comerciales, comunicación audiovisual, protección de las personas consumidoras o salud pública, prestando su colaboración para facilitar el ejercicio de sus funciones conforme a la ley.

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

ARTÍCULO 4. IDENTIFICACIÓN DEL ANUNCIANTE DE LA PUBLICIDAD: La publicidad de los operadores autorizados y juegos ofrecidos deben estar claramente identificados a través de la marca aprobada para cada uno de ellos. En las comunicaciones comerciales de los operadores de juego, deberá indicarse con claridad la razón social, el nombre o imagen comercial del operador de juego cuyas actividades sean objeto de promoción.

PARÁGRAFO 1. Las comunicaciones comerciales, cualquiera que sea su formato, no inducirán a error en la identificación del operador que efectivamente desarrolla la actividad objeto de promoción.

PARÁGRAFO 2. Se prohíbe que un operador utilice, marcas o nombres comerciales para identificarse y diferenciarse de otros operadores, sin que estas sean de su propiedad o del grupo empresarial al que dicho operador pertenece, o que no estén previamente autorizados por su titular. Quedan excluidas de esta prohibición las comunicaciones comerciales sobre juegos específicos ofrecidos por un operador.

PÁRAGRAFO 3. Las comunicaciones comerciales de los operadores de juego no podrán contener referencias a juegos o sorteos relacionados con los resultados de los juegos o sorteos de otro operador, ni a su propiedad intelectual o industrial, sin la previa autorización de este último.

CAPITULO II

DE LA INVERSION EN PUBLICIDAD

ARTÍCULO 5. RANGOS Y TOPES DE INVERSION EN PUBLICIDAD. Los operadores autorizados deberán sujetarse a los rangos y topes de inversión a la publicidad sus marcas y juegos ofrecidos, de conformidad con el valor pagado por concepto de derechos de explotación del año inmediatamente anterior, de acuerdo con la siguiente tabla:

Rango (smmlv)	Tope de inversión (smmlv)
Mayor a 100.000	Igual o menor a 200.000
50.001 a 100.000	Igual o menor a 120.000
40.001 a 50.000	Igual o menor a 80.000
5.001 a 40.000	Igual o menor a 40.000
Menos de 5.000	Igual o menor a 10.000

PARÁGRAFO 1. En el evento que un operador supere el rango fijado, será susceptible de una multa equivalente de hasta el 100% del monto superado en la inversión, el cual se

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

contará desde el tope fijado para el mismo, previa validación de Coljuegos conforme al procedimiento establecido en la ley.

PARÁGRAFO 2. Los recursos obtenidos por concepto de esta multa tendrán el mismo destino de los recursos obtenidos por concepto derechos de explotación, sin perjuicio de las demás acciones a que haya lugar por incumplimiento de las normas del régimen propio de los juegos de suerte y azar.

PARÁGRAFO 3. Para el caso de nuevos operadores, el rango inicial aplicable por el primer año de operación será el establecido para la categoría de 40.000 a 50.000. Para los subsiguientes años de ejecución del contrato se tendrá en cuenta el rango definido en este artículo según el valor pagado por concepto de derechos de explotación del año inmediatamente anterior.

ARTÍCULO 6: REMISIÓN DE INFORMACIÓN EN PUBLICIDAD: Anualmente cada uno de los operadores allegará a Coljuegos un plan de inversión expresado en montos, el cual no deberá superar el tope de inversión definida en el artículo anterior. Los montos de inversión mensuales podrán sufrir variaciones, siempre y cuando la inversión anual no supere los topes definidos conforme al monto de los derechos de explotación aportados en el año inmediatamente anterior.

PARÁGRAFO: Los contratos de concesión contarán con la proyección de inversión en publicidad del primer año de operación, con base en el aporte de los derechos de explotación del último año en caso de haber tenido contrato con Coljuegos, o en su defecto, se realizará con base en la proyección del valor del contrato allegado en cumplimiento de la Resolución que define los requisitos de operación de los juegos novedosos o localizados, según sea el caso, siempre y cuando para este último caso no supere el rango inicial fijado en el párrafo del artículo anterior.

CAPITULO III

DE LAS ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD

ARTÍCULO 7: ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD. Queda prohibida cualquier clase de actividad que promueva un operador dirigido específicamente a los juegos o practicas no autorizadas, de acuerdo con lo señalado en el artículo cuarto de la ley 643 de 2001 o aquella que haga sus veces.

ARTÍCULO 8: OBJETO DE LAS ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD: Las comunicaciones comerciales de las actividades de promoción solo podrán:

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

- a) Dirigirse a usuarios registrados en las plataformas de los operadores;
- b) Aparecer en la página web principal o aplicación desde la que el operador ofrece actividades de juego.
- c) Difundirse en los establecimientos accesibles al público de los operadores designados para la comercialización de los juegos ofrecidos por ellos.
- d) Realizarse como campañas de publicidad, mercadeo y patrocinio destinadas a promocionar la marca del operador, marca y nombre del juego de suerte y azar autorizado, marca y nombre del operador autorizado y demás aspectos del juego a promocionar, con el propósito de impulsar las ventas y por ende generar importantes recursos y transferencias para la salud. En todo caso, es necesario que en la publicidad se incluya la expresión autorizado por COLJUEGOS.

ARTÍCULO 9: LIMITACIONES A LA PUBLICIDAD: Ninguna de las estrategias y contenidos de la publicidad de los operadores podrá:

- a) Trasladar la percepción falsa o equívoca de gratuidad o de falta de onerosidad de la promoción, salvo que se traten de promocionales que tengan como fin el incremento de las ventas y por ende generar importantes recursos y transferencias para la salud.
- b) Inducir a confusión respecto a la naturaleza y características del juego.
- b) Incluir testimonios de personas que hayan obtenido premios derivados de la publicidad del operador.
- c) Basarse en la habilidad del jugador.
- d) Dar información imprecisa, de difícil comprensión u oscura respecto a los beneficios o posibles resultados negativos de las apuestas en el(los) juego(s) ofrecido(s) por el operador.

CAPITULO IV

DE LA PUBLICIDAD A EQUIPOS O DEPORTISTAS

ARTÍCULO 10. PUBLICIDAD EN ELEMENTOS DEPORTIVOS: Los operadores podrán tener contratos o convenios con equipos profesionales indistintamente el número y la disciplina a la que corresponda, en cada una de las categorías profesionales existentes y

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

que tengan participación en torneos deportivos de su disciplina, siempre y cuando dicho gasto de publicidad no exceda el rango y topes de inversión en publicidad establecido en el artículo 5 de la presente resolución.

PARÁGRAFO. Los equipos profesionales únicamente podrán suscribir contratos o convenios de publicidad con los operadores de juegos de suerte y azar autorizados por Coljuegos.

CAPITULO V

DE LA PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRONICOS O REDES SOCIALES

ARTICULO 11. El envío de publicidad de los operadores de juego a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente sólo podrá realizarse con el consentimiento de la persona interesada en los términos de ley.

ARTÍCULO 12. Los operadores de juego, que comercialicen juegos no podrán remitir ningún tipo de comunicación comercial a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente dirigido a:

- a) Personas declaradas interdicto o con apoyo judicial en el marco de lo dispuesto en la Ley 1996 de 2019 o aquella que la modifique o sustituya.
- b) Personas que hayan ejercitado su facultad de autoexclusión de los juegos de suerte y azar.
- c) Personas que hayan desarrollado un comportamiento de riesgo, de acuerdo a los sistemas y protocolos de detección definidos por Coljuegos.

PARÁGRAFO 1. Las prohibiciones previstas en este apartado se harán efectivas a más tardar a los cinco (5) días siguientes a la notificación al operador de la calidad definida en literal a) o b). Así mismo el operador no podrán remitir ningún tipo de comunicación comercial en el evento de considerarse al jugador con comportamiento de riesgo.

PARÁGRAFO 2. Estas prohibiciones no se aplicarán desde el día siguiente a aquel en que estas personas dejen de ser declaradas con interdicción o con apoyo judicial, dejen de estar en condición de autoexclusión y/o ya no sean catalogadas como participantes con un comportamiento de riesgo.

ARTÍCULO 13. REGLAS DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD AUDIOVISUAL A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES. Los terceros que difundan publicidad audiovisual de

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

operadores de juego en servicios de intercambio de vídeo a través de plataformas digitales solo podrán hacerlo cuando los prestadores de dichos servicios tengan:

- a. Instrumentos para evitar que la publicidad se dirija a menores de edad.
- b. Mecanismos de bloqueo u ocultación de anuncios emergentes por parte de sus usuarios.
- c. Difundan en dicha cuenta o canal, de manera periódica, mensajes sobre juego responsable.

ARTÍCULO 14. REGLAS ESPECÍFICAS SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES EN REDES SOCIALES. La difusión de la publicidad se realizará conforme a las siguientes reglas.

- 1.** Los operadores o terceros que difundan publicidad de los operadores de juego en redes sociales con perfil de usuario solo podrán hacerlo en aquellas que dispongan de:
 - a) Instrumentos para evitar que la publicidad se dirija a menores de edad.
 - b) Mecanismos de bloqueo u ocultación de anuncios emergentes por parte de sus usuarios.
 - c) Difundan en dicha cuenta o canal, de manera periódica, mensajes sobre juego responsable.
 - d) Herramientas que permitan segmentar el público al que se dirige la publicidad en alguno de los modelos previstos en el numeral 2.
- 2.** Las entidades que difundan comunicaciones comerciales de operadores de juego en redes sociales con perfil de usuario solo podrán remitir dichas comunicaciones:
 - a) A las personas que sigan, en dichas redes, las cuentas o canales oficiales de un operador.
 - b) A las personas que hayan manifestado un interés activo en las actividades de juego siempre y cuando esas personas puedan eliminar, en cualquier momento, la preferencia por ese interés activo a través de los mecanismos habilitados para ello por la red social.

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

- c) A quienes se hayan registrado con un operador a través de una cuenta de usuario.
- 3.** Las cuentas o canales en redes sociales sólo podrán realizar comunicaciones comerciales de operadores de juego cuando su actividad principal consista en ofrecer información o contenidos sobre las actividades de juego definidas en la ley 643 de 2001, o la que la modifique o sustituya y además cuando:
- a) Utilicen todos los mecanismos disponibles en las redes sociales desde las que difundan su actividad para evitar el acceso de menores de edad.
- b) Difundan de manera periódica mensajes sobre juego responsable.
- 4.** Cuando una red social tenga, además, la consideración de prestador de servicios de intercambio de vídeo a través de plataformas digitales, la publicidad se ajustara a lo definido en la ley y la presente resolución.
- 5.** Cuando una red social incorpore un motor de búsqueda entre sus aplicaciones, los resultados ofrecidos por este se ajustarán exclusivamente a juegos de suerte y azar autorizados por Coljuegos.

ARTÍCULO 16. DE LA PUBLICIDAD Y LOS COMPORTAMIENTOS DE RIESGO DE LOS USUARIOS. Los Operadores deberán prever y establecer mecanismos de protección del riesgo, tales como:

- 1.** Los operadores establecerán mecanismos de análisis de la información, a través de la cual se definan comportamientos de riesgo de los usuarios, en su interacción con la plataforma de juego autorizada.
- 2.** Los operadores deberán establecer mecanismos y protocolos que permitan detectar los comportamientos de riesgo de las personas usuarias registradas. Se tendrán en cuenta a estos efectos criterios o indicadores objetivos que revelen patrones de actividad como, por ejemplo, el volumen, la frecuencia y la variabilidad de las participaciones o los depósitos, sin perjuicio de otros elementos cuantitativos o cualitativos que puedan a criterio del operador resultar relevantes de acuerdo con la mecánica de los distintos juegos o con la experiencia del operador.
- 3.** El tratamiento de los datos personales de las personas jugadoras que resulte de aplicar los mecanismos y protocolos previstos en este apartado solo tendrá por finalidad la detección de personas que incurran en un comportamiento de riesgo y la puesta en marcha de las medidas contenidas en este artículo.

RESOLUCIÓN



Al contestar por favor cite:
Radicado No.: *RAD_S*
Fecha: *F_RAD_S*

Por la cual se regulan las actividades de publicidad, patrocinio, promoción o cualquier otra forma de comunicación comercial de los juegos de competencia Coljuegos como Administradora del Monopolio rentístico de juegos de suerte y azar

4. Detectada una persona que ha desarrollado un comportamiento de riesgo, y sin perjuicio de otras posibles medidas adoptadas, en el marco de su responsabilidad social Empresarial y que deberán estar contempladas en un protocolo del operador para tal fin, pondrá en marcha las medidas de restricción de emisión de comunicaciones comerciales previstas en esta norma dirigidas a esta clase de jugadores.
5. Antes del 31 de enero de cada año, el operador deberá comunicar a Coljuegos la versión actualizada de la descripción básica de los mecanismos y protocolos implementados que permitan detectar los comportamientos de riesgo, el protocolo del operador para la detección de dichos comportamientos, el número total de personas con comportamiento de riesgo detectadas durante el año anterior con arreglo a los mecanismos establecidos.
6. Coljuegos podrá desarrollar mediante resolución, los mecanismos para la detección de comportamientos de riesgo, así como el contenido de los protocolos que los operadores deben adoptar para mitigar esta clase de comportamientos.

Dada en Bogotá D.C., a los

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

MARCO EMILIO HINCAPIÉ RAMIREZ

Presidente

Folios: Seis (6)
Anexos: N/A
Nombre y número de expediente: xxxxx
Revisó: José Alfredo Salamanca Ávila - Jefe Oficina Jurídica
Henry Jair García González - Vicepresidente de Desarrollo Comercial
Elaboró: Carmen Constanza Clavijo Toro - Profesional II - Oficina Jurídica