

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**MODERNIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS
PARA EFECTUAR PROMOCIONES COMERCIALES E INDUSTRIALES
EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

JEANETH ALEJANDRA DIVAS ZECEÑA

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

**MODERNIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS
PARA EFECTUAR PROMOCIONES COMERCIALES E
INDUSTRIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

JEANETH ALEJANDRA DIVAS ZECEÑA

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADA Y NOTARIA

Guatemala, septiembre de 2016

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO: Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL I: Lic. Luis Rodolfo Polanco Gil
VOCAL II: Licda. Rosario Gil Pérez
VOCAL III: Lic. Juan José Bolaños Mejía
VOCAL IV: Br. Jhonathan Josué Mayorga Urrutia
VOCAL V: Br. Freddy Noé Orellana Orellana
SECRETARIO: Lic. Fernando Antonio Chacón Urizar

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidente: Licda. Edna Judith González Quiñónez
Vocal: Lic. Norman Estuardo Rosales Arriaga
Secretaria: Licda. Ninfa Lidia Cruz Oliva

Segunda Fase:

Presidente: Lic. Marvin Vinicio Hernández Hernández
Vocal: Lic. Moisés Raúl de León Catalán
Secretario: Lic. Héctor Rolando Guevara González

RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.



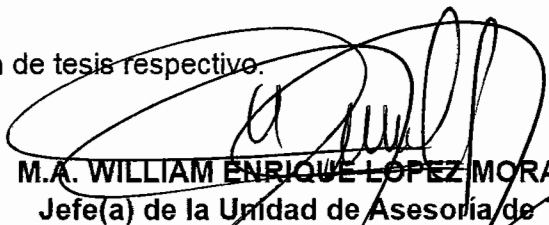
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,
 01 de junio de 2016.

Atentamente pase al (a) Profesional, LUIS FRANCISCO MENDOZA GUTIÉRREZ
 _____, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante
JEANETH ALEJANDRA DIVAS ZECEÑA, con carné 200912011,
 intitulado MODERNIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA EFECTUAR PROMOCIONES
COMERCIALES E INDUSTRIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

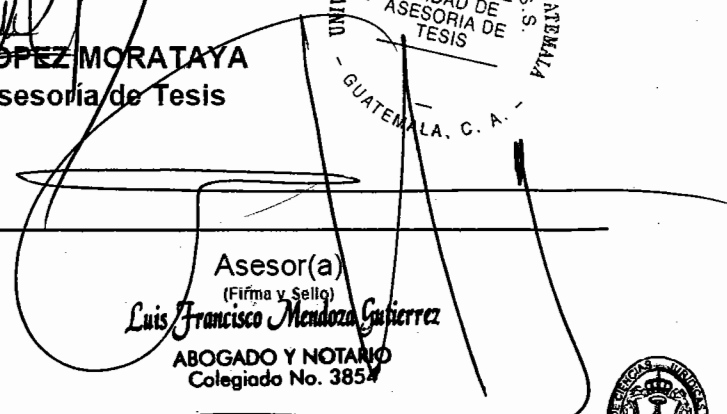
El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.


M.A. WILLIAM ENRIQUE LÓPEZ MORATAYA
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 10/06/2016 n)


 Asesor(a)
 (Firma y Sello)
Luis Francisco Mendoza Gutiérrez
 ABOGADO Y NOTARIO
 Colegiado No. 3854

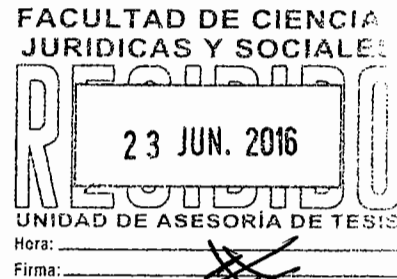


LUIS FRANCISCO MENDOZA GUTIÉRREZ
Abogado y Notario



Guatemala, 16 de junio de 2016

MA. William Enrique López Morataya
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala



Apreciable MA. López:

El infrascrito egresado de la Tricentenario Universidad de San Carlos de Guatemala, a usted respetuosamente informa:

Que en virtud de mi nombramiento como Asesor de Tesis, de fecha uno de junio del presente año, en relación al trabajo de Tesis de la bachiller: **JEANETH ALEJANDRA DIVAS ZECENA**, la cual se intitulada: **"MODERNIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA EFECTUAR PROMOCIONES COMERCIALES E INDUSTRIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA"**, le manifiesto lo siguiente:

Respecto al contenido científico y técnico de la tesis, en la misma se analizan aspectos legales importantes y de actualidad; pues trata sobre los procedimientos administrativos para efectuar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala los cuales se llevan a cabo en Gobernación Departamental, así como la injerencia de la Mercadotecnia y la Publicidad respecto a tales promociones, encaminado a asegurar el cumplimiento de una regulación correcta en este ámbito y la necesidad de reformar el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales en la República, con el objetivo de proteger los derechos y hacer cumplir las obligaciones de los usuarios y consumidores que participan en estos eventos promocionales.

Los métodos utilizados en la investigación, fueron el análisis, la deducción y la síntesis; además se emplearon las técnicas de investigación bibliográfica y documental, a través de las cuales seleccionó y sintetizó adecuadamente el material de referencia.

La redacción de la tesis es clara, concisa y explicativa, habiendo la bachiller utilizado el lenguaje técnico y comprensible para el lector, asimismo, hizo uso de las reglas ortográficas de la Real Academia Española.

LUIS FRANCISCO MENDOZA GUTIÉRREZ
Abogado y Notario



El informe final de tesis es de suma importancia para la sociedad y para la legislación guatemalteca; que puede servir de base para el mejoramiento de los procedimientos administrativos que lleva a cabo Gobernación Departamental para autorizar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala.

La conclusión discursiva es acertada y oportuna porque refleja el conocimiento del tema investigado y que al ser tomada en consideración se espera obtener un resultado positivo en las recomendaciones expuestas sobre la problemática.

La bibliografía utilizada es reciente, acorde y exacta para cada uno de los temas desarrollados en la investigación realizada.

La bachiller aceptó todas las sugerencias que le hice y realizó las correcciones necesarias para una mejor comprensión del tema; en todo caso, respeté sus opiniones y los aportes que planteó.

En base a lo anterior, hago de su conocimiento que la tesis cumple con todos los requisitos exigidos en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; asimismo hago constar que no tengo ningún parentesco tanto dentro de los grados de ley como de afinidad que me una con la Bachiller, por lo que apruebo el trabajo de investigación, emitiendo para el efecto **DICTAMEN FAVORABLE**, para que la misma continúe el trámite correspondiente.

Agradezco la oportunidad que se me ha brindado, para revisar la presente tesis, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Luis Francisco Mendoza Gutiérrez
Asesor de Tesis
Colegiado 3854


Luis Francisco Mendoza Gutiérrez
ABOGADO Y NOTARIO
Colegiado No. 3854

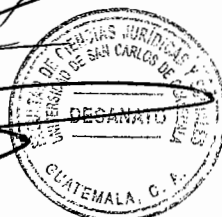


DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 24 de agosto de 2016.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante JEANETH ALEJANDRA DIVAS ZECEÑA, titulado MODERNIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA EFECTUAR PROMOCIONES COMERCIALES E INDUSTRIALES EN LA REPÚBLICA DE GUATEMALA. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

RFOM/srrs.







DEDICATORIA

- A DIOS:** Por darme la vida, sabiduría e inteligencia para alcanzar mis metas; guiando mí camino con amor e infinita misericordia. Por todas sus bendiciones, gracias.
- A MIS PADRES:** Berta Angeliza Zeceña Espino, por ser el pilar fundamental de mi vida, por su dulzura, amor, esfuerzo y consejos a quien dedicaré los frutos del desempeño de mi carrera profesional y Mario Antonio Divas Telón (+), por su amor incondicional, por siempre vivirá en mi corazón.
- A MIS HERMANOS:** Blanca Nidia Divas Zeceña, por ser como mi segunda madre, fuente de mi inspiración, por su amor y apoyo incondicional, Denny Estuardo Divas Zeceña por su amor y apoyo incondicional, acompañándome en los buenos y malos momentos y Erick Marvin Divas Zeceña (+) por su amor. Lo llevaré siempre en mi corazón.
- A MIS SOBRINOS:** Daniel Alejandro, Marvin Estuardo, Ronal y Brandon, con amor para ser su fuente de inspiración, con esfuerzo pueden alcanzar sus metas.
- A MI NOVIO:** Eddy Samuel Hernández García, por su cariño y apoyo en este proceso, compartiendo ambos la pasión por el derecho.
- A MIS AMIGOS:** Jeimy Aldi, Felipe Villatoro, Michelle Vivas, Brenda Estrada, Katty Romero, Sofía López, Anabella Campos y Alex Natareno, agradezco su amistad. Tienen un lugar especial en mi corazón.



A MIS JEFES:

Los profesionales Luis Francisco Ruiz Chavarría, por su apoyo incondicional, consejos, enseñanzas y por creer en mi trabajo, Jeimy Lisseth Aldi López por su amistad, cariño, apoyo y consejos y a Katty Renata Romero Saceño, por su amistad, aprecio y apoyo incondicional. Cada uno ocupa un lugar privilegiado en mi corazón.

**A MIS COMPAÑEROS
DE TRABAJO:**

Con aprecio y en especial a Elena Rodas y Luisa Gómez.

A MIS MAESTROS:

Por sus enseñanzas y formación académica, en especial a los profesionales Victoria María Miranda, Luis Francisco Mendoza Gutiérrez, Xiomara Fuentes y Neftalí Gómez.

A MIS PADRINOS:

Los profesionales Blanca Nidia Divas Zeceña, Lesly Elizabeth Hernández García y Eddy Samuel Hernández García.

A:

La Universidad de San Carlos de Guatemala, por darme la oportunidad de ser egresada de tan prestigiosa casa de estudios.

A:

La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, mi eterno agradecimiento por la formación académica y profesional.



PRESENTACIÓN

La presente investigación es de tipo cualitativo, en ella se presenta un estudio jurídico sobre los actuales procedimientos administrativos a cargo de Gobernación Departamental para autorizar, modificar y liquidar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala, los cuales debido a su desactualización e inoperancia provocan inseguridad jurídica a la población guatemalteca. Asimismo se analiza el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala que contiene las disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República, con la finalidad de proporcionar una solución ecuánime a la problemática. Por lo que, se aporta una propuesta de reforma de dicha ley.

El contenido de la presente investigación está relacionado directamente con las áreas del derecho administrativo y mercantil.

La investigación se fundamentó en la obligación que tiene el Estado de proteger a la población, garantizando la seguridad de la persona y la familia, consagrada en la Constitución Política de la República de Guatemala; razón por la cual es fundamental establecer una ley actualizada que contemple procedimientos administrativos modernos. Por lo que, como aporte se presenta un proyecto de reforma de la referida ley a efecto se garantice la transparencia y certeza jurídica para la población que participa en promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala.



HIPÓTESIS

La deficiencia y falta de transparencia de Gobernación Departamental en el desarrollo de promociones comerciales e industriales que se efectúan en la República de Guatemala son derivadas de la falta de modernización e inoperancia de los procedimientos administrativos regulados en el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala.

La población guatemalteca es vulnerable y se ve amenazada con promociones comerciales e industriales no autorizadas que repercuten en engaño y perjuicio en su patrimonio, pero ello se debe a la falta de control certero por parte de Gobernación Departamental en este tipo de actividades.



COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La investigación se ha desarrollado en base a la hipótesis de carácter dependiente, la cual se comprobó pues la misma ostenta de viabilidad y argumentación. El contraste de la variable se refleja en un análisis crítico de la normativa contenida en el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, en el cual se demostró que mediante una reforma a la referida ley, se podrá optimizar la aplicación de procedimientos administrativos por parte de Gobernación Departamental respecto a la autorización y liquidación de promociones comerciales e industriales.

Los métodos utilizados en el presente estudio fueron los siguientes: inductivo, deductivo, histórico, sociológico, analítico, dialectico, sintético y jurídico; asimismo las técnicas fueron: investigación documental, observación y fichaje.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

CAPÍTULO I

1. La mercadotecnia.....	1
1.1 Generalidades.....	1
1.2 La publicidad.....	4
1.3 Métodos publicitarios.....	7
1.4 Regulación legal de la publicidad en Guatemala.....	8
1.4.1. Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor.....	12

CAPÍTULO II

2. Las promociones comerciales.....	15
2.1 Generalidades.....	15
2.2 Acciones de las promociones.....	17
2.3 Factores determinantes.....	17
Gobernación Departamental.....	18
2.4.1 Organización territorial.....	20
2.4.2 Organización departamental.....	21
2.4.3 Competencia territorial de Gobernación Departamental.....	23
2.4.4 Funcionamiento de Gobernación Departamental.....	23



CAPÍTULO III

	Pág.
3. Las promociones comerciales en la legislación guatemalteca.....	25
3.1 Procedimiento administrativo para autorización de promociones.....	31
3.1.1 Solicitud de licencia para efectuar promociones comerciales.....	32
3.2 Duración.....	35
3.3 Lugar y fecha del sorteo.....	36
3.4 Premios.....	36
3.5 Publicidad.....	38
3.6 Presentación de solicitud.....	41
3.7 Verificación de expediente.....	43
3.8 Determinación de impuestos.....	44
3.8.1 Notificación de pago de impuesto.....	46
3.9 Resolución.....	47
3.9.1 Modificación de la promoción.....	47
3.9.2 Sorteo.....	48
3.9.3 Fe y legalidad del sorteo.....	50
3.9.4 Entrega de premios.....	56
3.9.5 Liquidación de promoción.....	58
3.9.6 Impugnaciones.....	63



CAPÍTULO IV

	Pág.
4. Modernización de procedimientos administrativos para efectuar promociones comerciales en la República de Guatemala.....	65
4.1 Autorización.....	65
4.2 Liquidación.....	68
4.3 Implementación guía de trámite.....	69
4.4 Importancia de la correcta regulación legal de las promociones Comerciales.....	69
4.5 Proyecto de reforma del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala para regular adecuadamente y modernizar los procedimientos administrativos para realizar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala.....	70
CONCLUSIÓN DISCURSIVA.....	81
ANEXOS.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	97

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge debido a las empresas guatemaltecas que realizan constantemente actividades comerciales de las cuales surgen campañas promocionales que implican la necesidad de recurrir ante Gobernación Departamental para obtener su respectiva licencia para efectuar las mismas, ello repercute en la efectiva prestación de servicios a los que están obligados los empleados y funcionarios públicos de tal institución pública.

Actualmente los procedimientos administrativos que lleva a cabo Gobernación Departamental para autorizar, modificar y liquidar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala, evidencian desactualización; provocando que a nivel nacional dentro de su jurisdicción correspondiente, desarrolle un servicio público deficiente, burocrático y actúe ilegalmente.

El objeto general de la investigación fue alcanzado, mediante los métodos: jurídico, sociológico, histórico, dialectico, analítico, sintético, deductivo e inductivo; asimismo se utilizaron las técnicas de: investigación documental, observación, fichaje y bibliográficas para el correcto desarrollo del presente trabajo.

La hipótesis planteada fue comprobada, resaltando la importancia de reformar al Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala que contiene las disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República,



para modernizar los procedimientos administrativos coadyuvando a que Gobernación Departamental los ejecute con transparencia y eficiencia.

La tesis se dividió en cuatro capítulos de la siguiente forma: El capítulo uno, relativo a la mercadotecnia, generalidades, publicidad clasificando los métodos publicitarios y su regulación legal en Guatemala; el capítulo dos referente a las promociones comerciales, Gobernación Departamental, en cuánto a sus antecedentes históricos, funciones e importancia en el tema; el tercer capítulo, el tema de las promociones comerciales en la legislación guatemalteca, efectuando un análisis de los procedimientos administrativos de autorización, modificación y liquidación de las promociones que lleva a cabo Gobernación Departamental; y el cuarto capítulo, aborda el tema de la modernización de los procedimientos administrativos para efectuar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala, estableciendo las desventajas que presentan los mismos al estar desactualizados y burocratizados y la importancia de su correcta regulación legal, proponiendo para ello un proyecto de reforma al Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala y a la vez garantizando la seguridad y certeza jurídica a los usuarios y consumidores que participen en las referidas promociones.

Finalmente se incluye la conclusión discursiva, con la expectativa de que la presente tesis contribuya a la solución del problema planteado, aportando conocimiento teórico, legal y social para lograr la plena protección de los derechos de la población que participa en estas actividades.

CAPÍTULO I

1. La mercadotecnia

1.1 Generalidades

La Mercadotecnia conocida en inglés como: marketing es una ciencia que estudia los principios, doctrinas y prácticas que logran aumentar y expandir el comercio, específicamente de la demanda de diversos bienes, incluyéndose productos o servicios, por parte de los consumidores, logrando de esta manera favorecer la actividad económica de las empresas la cual gira en torno a la oferta de éstos los cuales son producidos con la finalidad de satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores.

En la actualidad la oferta global de productos es considerada como: “la suma de los oferentes de ese producto en el mercado. Pero también, según el contexto, puede entenderse por oferta la cantidad de bienes ofrecidos, y asimismo, los bienes que se encuentran en el mercado a la libre disposición de los demandantes. La demanda de un producto está constituida por la suma de todos los demandantes de ese producto en el mercado. Y también a veces se entiende que es demanda la cantidad que se desea y se puede comprar por los consumidores”.¹

¹ Martínez Sánchez, Juan M. y Jiménez, Emilio. **Introducción general al marketing**. Pág. 83

Es decir, la oferta es la cantidad total de compras y adquisiciones de determinados bienes y servicios por parte de la colectividad social.

“De acuerdo con la Asociación Estadounidense de Marketing, la función de marketing comprende la planeación y práctica de actividades de concepción, establecimiento de precios, fomento y distribución de ideas, productos y servicios para crear valores que satisfaga los objetivos individuales y organizacionales. De forma sencilla, la actividad de marketing de una empresa consiste en determinar las necesidades y deseos de los mercados meta y satisfacerlos de forma más eficaz que los competidores. El producto es el punto central de las acciones de marketing. Un producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a un mercado para satisfacer una necesidad o deseo. Su concepto no está limitado a objetos físicos. Además de bienes y servicios, los productos incluyen personas, lugares, organizaciones, actividades e ideas.”²

En virtud de lo anterior, puede afirmarse que la Mercadotecnia es el conjunto de principios y prácticas comerciales que incluyen publicidad que tiene como objetivo aumentar el comercio, a través de la demanda de bienes y servicios por parte de los consumidores.

² Amaru Maximiano, Antonio Cesar. **Administración para emprendedores**. Pág. 93

Desde el punto de vista de la Mercadotecnia, el mercado es “un grupo de consumidores con necesidades e intereses comunes, poder adquisitivo y disposición de comprar. Existen dos tipos principales de mercados: **mercado de consumo** (formado por consumidores finales) y **mercado industrial** (constituido por empresas y organizaciones).”.³ . Es decir, la Mercadotecnia contempla todo el conjunto de actividades comerciales realizadas por los agentes económicos, lo cual no requiere necesariamente la intervención del poder público; así como las operaciones comerciales que afectan determinado sector de bienes o servicios lo que conlleva a considerar a los consumidores en general con la capacidad de adquisición.

Según lo expuesto, se analiza que la Mercadotecnia es una ciencia que tiene como fin principal fortalecer el comercio, estableciendo los parámetros necesarios para que las empresas implementen un plan de acción de marketing y efectúen un estudio especializado a los consumidores para que de esta manera puedan fijar la oferta logrando la generación y expansión de mercados para sus productos de una manera rentable y siempre satisfaciendo la demanda de los consumidores resultado de sus necesidades.

³Ibid. Pág. 94



1.2 La publicidad

Antecedentes

La actividad publicitaria como tal nace en el siglo XIX, siendo dos los factores que permiten el surgimiento de la misma. En primer lugar, la instauración del principio de la libre competencia ya que el concepto de publicidad no puede entenderse sin relación de competencia.

Este principio se instaura a finales del siglo XVIII. Es también muy importante indicar como antecedente de la publicidad que la Ley Le Chapelier de 1791 del nombre del Abogado Bretón Isaac Le Chapelier, mediante la cual se instaura la libertad de empresa disolviendo los gremios y las corporaciones de todo tipo con lo que cualquier persona podía acceder al mundo empresarial; esto supone un cambio radical en las condiciones de negocio del mercado en esa época. Cabe mencionar que en el año 1864, la Ley Le Chapalier fue derogada por la Ley Olliver en la cual deja sin efecto la prohibición de asociarse.

En segundo lugar, a finales del siglo XVIII, la fabricación de productos era de manera artesanal con una producción escasa. En el siglo XVIII con la Revolución Industrial la producción se torna abundante en grandes masas o en serie. Con ello surge un problema para las empresas pues a raíz de la masividad de sus productos es difícil venderlos, en consecuencia para lograr la venta de éstos se ven en la necesidad de

recurrir a la publicidad pues a través de ésta pueden comunicarse con gran cantidad de consumidores que en determinado momento son vistos como potenciales compradores.

Concepto de publicidad

“La publicidad es la forma de divulgación de un producto o servicio mediante la comunicación masiva: televisión, periódicos, carteles (espectaculares). Aunque en general sea más costosa que otros métodos de promoción, la publicidad tiene a su favor el hecho de que puede llegar a muchos consumidores...”⁴ Es decir en términos generales la publicidad se entiende como toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones.

Es importante aclarar que no toda la publicidad está incluida dentro del concepto de Publicidad Comercial, pero en materia de contratación publicitaria si es general y se aplica a todo tipo de publicidad, puesto que la misma se conforma por el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o hechos, es decir a través de ella se divulgan anuncios de carácter comercial con la finalidad de atraer la atención de los consumidores.

⁴Ibid. Pág. 111



Comúnmente a la publicidad suele dársele el sinónimo de propaganda, pero entre ambos conceptos radica diferencia sustancial dado que mientras la propaganda surge por el interés de conseguir una finalidad con intención política, ideológica pero no comercial; la publicidad persigue en el comportamiento de las personas a las que se dirige un cambio de actitud o postura con respecto a un producto o servicio.

En consecuencia, la propaganda es el conjunto de métodos utilizados con un poder táctico y con la intención de obtener efectos ideológicos, políticos o psicológicos mientras que la publicidad persigue una finalidad de persuasión comercial de los consumidores. Por ello se reconoce la publicidad de acuerdo al interés que persigue clasificándose así:

- **Publicidad institucional:** Es el conjunto de actividades publicitarias realizadas por las Administraciones Públicas. Normalmente, prevalece únicamente el interés de transmitir la comunicación frente al de conseguir un fin comercial. Es decir persigue una buena imagen, y no el fin de conseguir una contratación.
- **Publicidad redaccional:** Se sitúa entre la Publicidad Institucional y la Publicidad Cubierta, es decir un tipo de publicidad engañosa. Se asemeja a la técnica de Publi-reportaje; pues se realiza utilizando la forma periodística. Lo no permitido, es hacerlo de forma oculta, es decir, incumpliendo el principio de autenticidad por el que

induciríamos a engaño al destinatario, logrando que su exposición frente al contenido de la información no sea real, precisa o veraz.

- Publicidad testimonial: Es la que se hace a través de un personaje conocido consiguiendo una cierta trascendencia. También se tiene que identificar como publicidad exacta y verdadera; pues en caso contrario, estaríamos frente a un caso de publicidad encubierta. Esta se utiliza tanto en publicidad comercial como en la institucional y no debemos confundirla con la publicidad de autor, que se da cuando una persona pública presta su imagen para determinada Firma, pero no brinda su testimonio, es decir no manifiesta su opinión.

Las palabras publicidad y propaganda se utilizan indistintamente, pero se puede aclarar que cuando intervienen organismos públicos se identifica claramente la propaganda, mientras que cuando designamos las relaciones entre las comunicaciones de carácter privado nos referimos a la publicidad comercial como tal que conlleve a la generación de riqueza por medio de las ventas de productos y servicios.

1.3 Métodos publicitarios

La publicidad directa es un tipo de publicidad en el que se concretiza el destinatario. Es como una especie de dialogo o contacto personal entre el anunciante y el potencial comprador. Por tanto, no va dirigido a la masa anónima, sino a un consumidor concreto

y de forma indicada; por ello, es una publicidad crítica y violenta para el consumidor, muchas veces considerada como publicidad desleal o ilícita.

Existen distintos tipos de publicidad directa como la que se realiza directamente en las calles, mercados, plazas o medios de transporte públicos en los que el anunciante aborda al consumidor mostrándole su producto y forzándole a la compra, reparto de prospectos publicitarios en espacio públicos, mensajes de texto, llamadas telefónicas y modernamente la realizada a través de Internet. Las cuáles serán constituirán publicidad lícita siempre y cuando sea correcta y exacta y a la vez reúna los requisitos legales correspondientes.

1.4 Regulación legal de la publicidad en Guatemala

La Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 6-2003 del Congreso de la República de Guatemala regula todo lo relativo a la protección de los derechos de consumidores en cuanto a la calidad de los productos que le son ofrecidos por los proveedores, a través de publicidad que contiene el mensaje de venta y promoción la cual debe ser regulada y controlada para evitar la publicidad engañosa que se emita por los proveedores en detrimento del patrimonio de los consumidores. Tal y como lo regula el Artículo 1 de la referida Ley estableciendo que con ésta norma se protegen a los consumidores y usuarios, constituyendo un mínimo de derechos y garantías de carácter irrenunciable, de interés social y de orden público.

El concepto de publicidad es definido según el Artículo tres inciso h) de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 6 guión 2003 del Congreso de la República de Guatemala como aquella comunicación que el proveedor dirige al público en general por cualquier medio, con el objetivo de informarle y motivarlo a adquirir o contratar bienes o servicios.

En ese sentido, el Artículo tres literales b) e i) de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contiene las definiciones de bienes y servicios, entendiendo a los primeros como el conjunto de cosas que por sus características pueden ser apropiables y enajenables, y los segundos toda prestación destinada a satisfacer necesidades e intereses del consumidor o usuario y que se pone a disposición por el proveedor.

La referida ley reconoce que a raíz de la economía moderna y dinámica de hoy en día, se debe desarrollar en forma efectiva la protección de los consumidores garantizando la salud, seguridad y legítimos intereses económicos de éstos. Por ello la necesidad de proteger al consumidor y usuario de cualquier acto o práctica que le perjudique. En este aspecto dicha ley, reconoce ciertos principios como la libertad que tienen los consumidores de elegir un bien o servicio o el de sostenibilidad de los precios con el que se oferte, promocióne, publicite o marque el producto en el establecimiento comercial respectivo.

De ahí que el Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contenido en el Acuerdo Gubernativo número 777-2003, regula el concepto de publicidad engañosa como todo mensaje publicitario, que se realice por cualquier medio de comunicación pudiendo ser escrito, visual, auditivo o electrónico, que induzca al consumidor o usuario a error mediante ardid o engaño.

La publicidad engañosa prohibida por la ley tal y como lo establece el Artículo dos inciso l) del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, se contempla de la siguiente manera:

- **Por acción:** Es la publicidad engañosa que ofrece un mensaje con información falsa o su contenido induce a error.

- **Por omisión:** Es la publicidad engañosa que ofrece un mensaje omitiendo información determinante para el consumidor o usuario tome una decisión debidamente informada.

- **Engañosa por comparativa engañosa:** Es la publicidad engañosa que transmite un mensaje comparando elementos que no son semejantes o van en contra de los principios básicos de la competencia leal.

- **Engañosa adhesiva:** Es la publicidad engañosa que contiene un mensaje con una mezcla de elementos de diseño plenamente identificados con una marca reconocida.
- **Engañosa por manipulación:** Es la publicidad engañosa que transmite mensajes publicitarios que afectan la libertad de elección o la conducta del consumidor o usuario con respecto a un producto, mediante acoso o influencia indebida.

Asimismo la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, contempló en el Artículo 24 respecto a las promociones, ofertas o liquidaciones de temporada de bienes y servicios, estableciendo la obligación para los proveedores de indicar en su publicidad, el plazo o en su caso el número de unidades o el volumen de la mercadería objeto de la promoción, así como las condiciones del negocio ofrecido. Estableciendo que si no se indica el plazo de duración de la oferta, promoción o liquidación de temporada, durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio.

Adicionalmente prevé, que cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicados, en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar. El anunciante está obligado a difundir los resultados de los concursos o sorteos inmediatamente después de efectuados por medios idóneos.

En este mismo aspecto el Artículo 22 del Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, establece que este tipo de eventos consistentes en promociones, ofertas o liquidaciones de temporadas deberá de regirse en lo que sea pertinente a lo estipulado en las leyes específicas que le sean aplicables.

1.4.1 Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor

La Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor conocida por sus siglas “DIACO”, adscrita al Ministerio de Economía, es la una entidad con independencia funcional y técnico con competencia en el territorio guatemalteco, siendo la dependencia encargada de dar seguimiento y aplicar la Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Dentro de las atribuciones más importantes de la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor reguladas en el Artículo 54 de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, destacan las siguientes:

- Velar por el respeto y cumplimiento de los derechos de los consumidores o usuarios y de las obligaciones de los proveedores.
- Aplicar las medidas necesarias para propiciar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores y/o usuarios.

- Recopilar, elaborar, procesar, divulgar y publicar información para facilitar al consumidor o usuario un mejor conocimiento de las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

En virtud de lo anterior, es importante que la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor se involucre y tenga el control de la publicidad de promociones comerciales en Guatemala la cual se transmite por los diversos medios de comunicación, esto para garantizar la protección a los consumidores de publicidad engañosa que ponga en riesgo su seguridad, patrimonio y su salud inclusive.



CAPÍTULO II

2. Las promociones comerciales

Surgen como una variable de la mezcla de la mercadotecnia conocida en inglés como “marketing mix”. También denominada como Mercadotecnia de las Cuatro P (4P), en virtud de estar integrada por el producto, precio, plaza y promoción siendo ésta última la que atañe a nuestro estudio.

Comúnmente, la promoción es conocida como el conjunto de actividades enfocadas a dar a conocer un producto, bien o servicio para incrementar las ventas de la empresa. En ese sentido, la promoción se complementa a través de la publicidad y las relaciones públicas como se analizará más adelante, pues de esa manera conforman un conjunto de actividades integradas para impulsar al mercado los productos de las empresas.

2.1 Generalidades

Las promociones se consideran una estrategia de mercado conformada por el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos al mercado, ello implica ciertos propósitos, bien sea el de lanzar un producto nuevo para que los consumidores lo conozcan, o simplemente incrementar las ventas de la empresa promocionando

productos nuevos o bien los ya conocidos por el público pero que representan una constante necesidad.

La promoción de ventas, o simplemente la promoción, ya que de ambas maneras se conocen, en marketing tiene dos interpretaciones sumamente relevantes, la primera siguiendo el criterio amplio que incluye la publicidad y las relaciones públicas, así como cualquier otra variable de marketing, puesto que la finalidad de las variables de marketing siempre van dirigidas a promocionar los productos, mientras que la segunda persigue establecer funciones específicas a las promociones basadas en la organización de un plan de acción para impulsar los productos al mercado.

De conformidad con lo anterior, la promoción se define como: una variable de marketing mix, compuesta por el conjunto de actividades y técnicas a través de las cuales se determinan las herramientas y estrategias para impulsar los productos, bienes o servicios de una empresa al mercado, pero para lograr ese objetivo debe apoyarse en la publicidad y las relaciones públicas puesto que ambas, integran el proceso de comercialización y tienen la finalidad de contribuir con el aumento de la demanda de los productos por medio de la comunicación dirigida al público pues de esta manera se logra dar a conocer el producto e influenciar a los consumidores para que adquieran los mismos.

2.2. Acciones de las promociones

Las acciones promocionales son herramientas comerciales utilizadas para persuadir a los consumidores para que adquieran determinados productos y de esa manera incrementar las ventas de la empresa. Existe diversidad de acciones promocionales entre ellas las acciones dirigidas a los consumidores. Existen infinitudes de este tipo con el propósito de incrementar las ventas de la empresa y a su vez satisfacer las necesidades de los consumidores quienes conocen los productos a través de la publicidad. Su importancia radica en que a través de los medios de comunicación se difundirán los detalles, mecánica o procedimiento, tiempo de duración, fechas de celebración y las restricciones de las promociones.

2.3 Factores determinantes

La realización de promociones comerciales por parte de la entidad interesada pretende dar a conocer sus productos o servicios, para luego posicionarse en el mercado y obtener la preferencia de los consumidores generando ganancias a través de las ventas. Asimismo contienen un incentivo que admite la posibilidad de participar en el concurso o sorteo de acuerdo al plan promocional desarrollado por el departamento de mercadeo de las compañías, el cual implica la idealización de la dinámica de la promoción y publicidad de la misma.

Estas prácticas promocionales son permitidas en todo el mundo y Guatemala no es la excepción, razón por la cual la autorización para efectuar las mismas debe regularse adecuadamente con el objetivo de brindar seguridad y certeza jurídica tanto a la empresa como a los consumidores.

Ahora bien, cabe mencionar que Gobernación Departamental por medio del Gobernador Departamental o bien el suplente que también debe reunir los mismos requisitos y calidades e inmunidades del titular que hace sus veces cuando falta el Gobernador, es la institución pública encargada de otorgar la autorización correspondiente para realizar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala.

2.4 Gobernación Departamental

Historia

Las Gobernaciones Departamentales tienen su origen desde la época Colonial, fecha de la fundación de la Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala en 1524, hasta la independencia en 1821, denominándoles corregidores a los hoy Gobernadores Departamentales. En ese entonces la organización política administrativa la conformó La Capitanía General del Reino de Guatemala, cuando el territorio estaba administrado por el Capitán General, los Jueces de la Real Audiencia, los Corregidores, los Alcaldes

Mayores, los Intendentes y los Ayuntamientos, quienes gobernaban en nombre del Rey de España.

Durante el Gobierno del General Justo Rufino Barrios, en 1879, se emite la Ley Orgánica del Gobierno Político de los Departamentos, Decreto número 244 de aquel entonces, cuyo propósito era contribuir y obtener un buen régimen político, económico y administrativo del país, por lo que se encomendó a cada gobierno departamental un Jefe, con lo cual aparece la figura de Jefes Políticos.

En el Gobierno General de Jorge Ubico, en 1934, se emite el Decreto número 1987 denominado: Ley de Gobierno y Administración de los Departamentos, con lo cual se deroga el Decreto número 244 de esa época, sin embargo permanece vigente la figura del Jefe Político.

Con la Promulgación del Decreto número 227, en el Gobierno del Doctor Juan José Arévalo Bermejo se emite la Ley de Gobernación y Administración de los Departamentos de la República, en el año de 1946, donde se crea la figura del Gobernador Departamental así como la institución de Gobernación Departamental, creada para la administración del departamento de la República de Guatemala, posteriormente la referida ley fue derogada. Actualmente se encuentra vigente el Decreto número 114-97 del Congreso de la República de Guatemala, Ley del Organismo Ejecutivo, emitido en el año 1997.

Asimismo en el mismo año de 1997, se incorpora un nuevo rol al Gobernador Departamental que consiste en otorgarle el cargo de Presidentes de los Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano y Rural lo cual se materializa con la creación de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural.

2.4.1 Organización territorial

Surge el tema de la división territorial del Estado de Guatemala, que según el Artículo 224 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el territorio se divide en Departamentos y Municipios con el objetivo de optimizar la administración, y en regiones con el objetivo de ayudar con el desarrollo socio económico y cultural del país.

Cabe mencionar que si en dado momento conviene a los intereses de la Nación, el Congreso de la República de Guatemala puede modificar la división administrativa del país, bien sea estableciendo un régimen de regiones, departamentos y municipios, o cualquier otro sistema, sin menoscabo de la autoridad municipal.

En cuanto a los sistemas que pueden implementarse en la división administrativa del país tenemos:

- Sistema departamental y municipal: Es el sistema adoptado por Guatemala en el año 1871, el cual consiste en dividir el territorio guatemalteco en departamentos y municipios.
- Sistema de divisiones técnicas: Es el sistema que se basa en los servicios públicos bien sean financieros, educativos, de justicia, etc., basado en prestar determinado servicio público a un departamento y que pueda extenderse a otros departamentos aledaños, creando con ello una división territorial nueva y diferente que abarca a los departamentos que se mantendrán unidos por el servicio público.
- Sistema regional: Es el sistema determinado para la región que tiene la finalidad de resolver problemas más específicos que el departamento no resuelve por la gran extensión de habitantes.

2.4.2 Organización departamental

Según el sistema que adopta Guatemala, el departamento es un órgano administrativo que históricamente se encuentra regulado desde el Código de Livingston de 1834, y se ha mantenido hasta nuestros días por la importancia de una demarcación territorial para desarrollar la actividad administrativa en un marco de acción restringido territorialmente.

Para José Antonio García TrevijanoFos, el Departamento es: “un ente público pluralidad de fines dentro de un territorio determinado. Sus elementos son el territorio, la población y la organización; siendo el territorio parte constitutiva sin la cual no cabría hablar del ente departamental, teniendo una doble virtualidad: como demarcación estatal y como parte constitutiva de una persona jurídica.”.⁵

Esta definición resulta interesante porque hace referencia a la delimitación territorial del departamento, y la cuantificación de la población que integra el departamento que es un dato relevante que debe tomarse en cuenta al momento de elaborar el plan para la administración eficiente del departamento que conlleve al desarrollo de este, logrando así el bien común.

El departamento puede definirse como: “cada parte en que se divide el territorio del Estado. En España se denomina Provincia; en Argentina, la Provincia es parte del departamento, y en Guatemala, el departamento es “departamento”, una simple y rígida división del territorio del Estado para su administración y desarrollo económico y social. En cuanto a su organización se conocen dos formas: departamento jerarquizado y departamento autónomo.”.⁶ En ese aspecto, Guatemala adopta el sistema del Departamento Jerarquizado que consiste en una parte del territorio del Estado, dirigido por la administración departamental que depende del presupuesto del Organismo

⁵ García TrevijanoFos, José Antonio. **Tratado de derecho administrativo**. Tomo II. Pág. 1072

⁶ Castillo González, Jorge Mario. **Derecho administrativo teoría general y procesal**. Pág. 235

Ejecutivo, sin autonomía como tal. Siendo la principal autoridad del departamento de Gobernación Departamental a través de su Gobernador Departamental.

2.4.3 Competencia territorial de Gobernación Departamental

Respecto a la competencia territorial de la Gobernación Departamental, está se delimita al territorio del departamento como tal, por lo que su competencia únicamente debe ejercerla en el departamento para el que fue nombrado.

En virtud de lo anterior, si el gobernador departamental actúa fuera de su departamento, conlleva la situación de que este funcionario público tiene el cargo como tal pero no de competencia para ejercer funciones en otro departamento que no sea el que se encuentra a su cargo. En ese sentido, es preciso indicar que la sede de Gobernación Departamental se encuentra en la ciudad o cabecera de cada departamento.

2.4.4 Funcionamiento de Gobernación Departamental

El sustento legal para el funcionamiento de las Gobernaciones Departamentales se encuentra contenido en la Ley del Organismo Ejecutivo y normas específicas reglamentarias que las desarrollen. Para su respectivo funcionamiento recibirán



recursos del Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado tal y como regula el Artículo 48 de la Ley del Organismo Ejecutivo.

En este sentido, mediante el Decreto número 1610 que contiene las Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales en la República de Guatemala, se le delegó específicamente a Gobernación Departamental la función de ejecutar los procedimientos administrativos necesarios para autorizar legalmente la realización de las mencionadas promociones.

Cabe mencionar que el referido Decreto se enfoca con respecto a compañías del sector privado es decir regula todo lo relativo a campañas promocionales con fines de lucro que implican dar a conocer el producto o aumentar las ventas que es objeto de nuestro estudio. A diferencia de las Loterías y Rifas, Apuestas y Juego que se regulan en el Libro Quinto, Título XIX del Código Civil, Decreto Ley 106 el cual contiene disposiciones respecto a la participación en loterías o rifas populares a través de billetes de lotería expedidos por la entidad autorizada.

En el caso específico de Guatemala se puede mencionar la Lotería Santa Lucía, que es una entidad de derecho privado sin fines de lucro, la cual fue creada mediante el Decreto número 577 del Presidente de la República con fecha 19 de febrero de 1956 y su Reglamento para el Funcionamiento de la Lotería Santa Lucía contenido en el Acuerdo Gubernativo de fecha 19 de julio de 1956.

CAPÍTULO III

3. Las promociones comerciales en la legislación guatemalteca

Para regular las actividades de promociones comerciales e industriales que realizan las diversas sociedades y empresas legalmente constituidas para operar en el territorio guatemalteco, existe una ley relevante que contempla este tema, siendo ésta: el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala denominada: Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República, fundamentada en la Constitución Política de la República de Guatemala como se explica más adelante. Asimismo otras leyes que tienen suma relación e importante regulación de este tema tal y como es la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario.

- **Constitución Política de la República de Guatemala**

La Constitución Política de la República de Guatemala establece en el Artículo 118 que: “El régimen económico y social de la República de Guatemala se funda en los principios de justicia social. Es obligación del Estado orientar la economía nacional para lograr la utilización de los recursos naturales y el potencial humano, para incrementar la riqueza y tratar de lograr el pleno empleo y la equitativa distribución del ingreso nacional. Cuando fuere necesario, el Estado actuará complementando la iniciativa y la actividad privada, para el logro de los fines expresados.”.

Dicha normativa es trascendental porque consagra la fundamentación del régimen económico social de la República de Guatemala en los principios de justicia social, estableciendo que el poder público tiene la obligación de dirigir las actividades tendientes a incentivar el flujo de capitales que conlleven mejorar las condiciones económicas del país en beneficio de la población.

En este aspecto no se puede hacer a un lado la gran importancia a nivel económico y desarrollo de las personas a través del resultado de la operación de las diversas empresas que se dedican a diferentes actividades comerciales en el territorio nacional, puesto que en la medida que las empresas pueden desarrollar sus operaciones legalmente y correctamente en Guatemala ello propicia generación de empleo y desarrollo económico para el país.

La publicidad juega un rol importante en las actividades comerciales que realizan las entidades del sector privado, porque a través de ellas las empresas se dan a conocer presentando sus productos, servicios o marcas determinadas al público, lo cual conlleva en la mayoría de ocasiones la realización de una actividad promocional que requieren la participación por parte de los usuarios en determinadas promociones que se dan a conocer en los diferentes medios publicitario como la televisión, radio, periódico y hoy en día redes sociales como Facebook o Tweeter, que conllevan la adquisición de determinado producto o servicio atendiendo las bases o instrucciones de la promoción con la promesa de hacerse acreedores a un premio lo que da como resultado impactar al público y de manera implícita logran posicionar determinado bien a los consumidores.



Lo anterior refleja por una parte, la necesidad que tiene Guatemala de crear e impulsar condiciones adecuadas para que las compañías guatemaltecas puedan desarrollar sus actividades empresariales a través de un sistema automatizado, transparente, eficiente y moderno que permita el desarrollo comercial dentro del territorio nacional inspirando confianza a las pequeñas empresas y grandes industrias de invertir en Guatemala y pensar en el país como un gran mercado donde pueden explotar sus productos y servicios, creando un entorno de seguridad y certeza jurídica para el empresario.

Por otra parte, es indiscutible que el Estado debe garantizar los derechos de los consumidores y usuarios, dando como resultado la responsabilidad por parte de Gobernación Departamental en cuanto al análisis técnico y objetivo de solicitudes que son presentadas por parte de las empresas interesadas para realizar promociones comerciales en Guatemala.

Asimismo ejecutando un procedimiento eficaz para el otorgamiento de las autorizaciones legales respectivas para que las empresas puedan impulsar la publicidad de sus productos y servicios a la población en general a través de las promociones comerciales e industriales que forman parte de las estrategias de mercadotecnia, hasta verificar la finalización legal de las promociones comerciales tal y será analizado más adelante de conformidad con el Decreto número 1610 del Congreso de la República, Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República.

Asimismo de conformidad con el Artículo 119 de la Constitución Política de la República de Guatemala, regula respecto a las obligaciones fundamentales del Estado...”i) La defensa de los consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos...”.

La práctica comercial que realizan las empresas hoy en día a través de la publicidad se torna necesaria en virtud que si se desea posicionar un producto para su posterior comercialización debe darse a conocer al público y ello se logra con la publicidad y aún mejor si se lanza un producto que implique una actividad promocional en la cual existirá un ganador por participar en los sorteos; circunstancia que da como resultado exigir al Estado de Guatemala garantizar a la población seguridad y certeza jurídica, evitando a toda costa que las personas sean víctimas de engaños o estafas en cuanto a la adquisición de productos y servicios que sean ofrecidos por medio compañías que se apoyen en medios publicitarios que implique ganar un premio por preferir o adquirir determinado producto o marca, o participar en el concurso promocional.

Por lo que, es atribución del Estado a través de la entidad encargada, es decir la Dirección de Atención al Consumidor velar porque lo ofrecido al público sea verdadero y sobre todo se cumpla y no constituya engaño para el público lo cual puede ocasionar detrimento en el patrimonio de los usuarios partícipes de estas estrategias promocionales.



- **Decreto Número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, denominado: “Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República**

Lo primero que salta a la vista en este decreto, es lo escaso de su articulado, únicamente 13 Artículos, para regular un tema tan extenso en contenido como lo son las actividades consistentes en realización de promociones comerciales e industriales por parte de sociedades.

Este cuerpo legal fue sancionado el 8 de septiembre del año 1966, por lo que cuenta con una vigencia de cuatro décadas, sin embargo, no es esto lo más relevante en relación con su temporalidad, para lograr enfatizar su atraso en el tratamiento sustantivo respecto al tema de las promociones comerciales e industriales en Guatemala.

La realización de una promoción comercial e industrial en Guatemala, conlleva la presentación de una solicitud ante Gobernación Departamental para obtener la autorización correspondiente mediante una licencia tal y como lo regula el Artículo 1 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales en la República.



En virtud de ello, todo lo relativo a la realización de promociones comerciales e industriales en Guatemala, desde la autorización, modificación y liquidación de las mismas se encuentra regulado expresamente en el Decreto mencionado, el cual refleja una normativa obsoleta que se encuentra totalmente desactualizada en comparación con los nuevos mecanismos promocionales que van encaminados con la publicidad por medios de comunicación electrónicos, es decir el uso de la tecnología cumple una función fundamental en el desarrollo de la sociedad. Por lo cual hoy en día la referida ley no se ajusta a los estándares que se requieren hoy en día para garantizar la transparencia de las promociones comerciales e industriales y la protección del patrimonio de la población que participa en las mismas.

- **Ley de Protección al Consumidor y Usuario, Decreto número 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala.**

De conformidad con el Artículo dos inciso f) de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario, las promociones son definidas como: toda práctica comercial transitoria, cualquiera que sea la forma utilizada en su difusión, consistente en el ofrecimiento al público de bienes y/o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que impliquen una oferta.

En ese sentido, las promociones comerciales e industriales en Guatemala son un auge para desarrollar las actividades de marketing de las empresas lo cual se hace



susceptible de tratamiento especial a este tema por parte del Estado guatemalteco, dado que es obligación del Estado garantizar la calidad de los premios ofrecidos por las empresas a los consumidores, así como la existencia de los premios que se ofrecen a través de campañas promocionales y la entrega de premios a los ganadores, ello con el objetivo de evitar que las campañas promocionales se constituyan en un engaño, e incluso una extorsión para los consumidores.

3.1 Procedimiento administrativo para autorización de promociones

Para autorizar una promoción comercial e industrial en Guatemala, es preciso proceder de conformidad con el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala: “Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales”. Atendiendo el contenido del Artículo 1 de la Ley mencionada, se establece:

“Para efectuar promociones comerciales e industriales, mediante premios otorgados al azar o por medio de álbum educativo, colecciones, concursos para completar, integrar o reunir figuras, signos, palabra o cualquier otro motivo; para distribuir premios a quienes concurren como espectadores o participantes a espectáculos públicos gratuitamente o mediante un canje determinado, el interesado deberá obtener una licencia correspondiente en la Gobernación Departamental jurisdiccional. (...)”. Por lo que, queda claro que en Guatemala cualquier entidad que desee realizar una promoción comercial o industrial dirigida a la población que implique el ofrecimiento de premios a



través de cualquier mecanismo de marketing debe solicitar la licencia respectiva ante la Gobernación Departamental.

A continuación se analizan las etapas que implica el procedimiento administrativo para obtener la licencia correspondiente para efectuar una promoción comercial o industrial para efectuar una promoción comercial o industrial en la República de Guatemala:

3.1.1 Solicitud de licencia para efectuar promociones comerciales

La licencia debe ser solicitada por el interesado que en este caso es la compañía que desee llevar a cabo una campaña promocional que implique la promesa de entregar un premio que depende de la suerte de los consumidores.

La realización de dicha solicitud por parte del interesado, se puede fundamentar de forma general en el Artículo 28 de la Constitución Política de la República de Guatemala, en virtud que este regula el Derecho de Petición, basado en que todos los habitantes de la República de Guatemala tienen derecho a dirigir bien sea individual o colectivamente, sus peticiones a la autoridad la cual se encuentra obligada a atender, tramitar y resolverlas de conformidad con la ley, y específicamente en el Artículo 1 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala que contiene las Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales en la República.



El Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República no proporciona los parámetros específicos de los requisitos que debe contener el escrito de solicitud, únicamente hace énfasis en cuanto a detallar el plan o mecánica de la promoción. En la actualidad Gobernación Departamental requiere que adicionalmente a la explicación de la mecánica, los interesados amplíen cierta información pertinente a la promoción con el objeto de evitar confusiones.

No obstante lo anterior, Gobernación Departamental cuenta con ciertos lineamientos internos que deben contener las solicitudes que de acuerdo a la experiencia en la autorización de promociones son requisitos indispensables, tal y como puede observarse en el anexo número uno.

- **Mecánica de participación**

La mecánica o plan es la estrategia promocional de ventas que desee lanzar el interesado al público. En el escrito debe detallarse el mecanismo para participar en el sorteo. El interesado o solicitante debe especificar en términos claros y concisos cómo realizará la promoción, por ejemplo: si la promoción se llevará a cabo por medio de cupones para canjearlos por productos determinados, o bien si se realizará a través de billetes autorizados para participar en un sorteo específico.

- **Cobertura**

Este detalle es trascendental puesto que al momento de requerir autorización para realizar una promoción comercial o industrial en el territorio guatemalteco debe indicarse a qué jurisdicción va dirigida la promoción o bien si abarcará todo el territorio nacional.

Cabe mencionar que la ley no contempla expresamente esta disposición, tampoco regula en cuanto a las promociones comerciales que se realizan en jurisdicciones ajenas al territorio guatemalteco, es decir cuando se realizan sorteos en el extranjero en los cuales se permite la participación de población guatemalteca, concurso que se rige por el ordenamiento jurídico del lugar en donde se efectúa el concurso, quedando así excluida la territorialidad de la ley guatemalteca para proteger al consumidor de cualquier engaño y estafa en esta materia, puesto que está fuera de su alcance tal situación impedir a un público determinado la participación en estas actividades promocionales ejecutadas en otros países regidas por sus legislaciones específicas.

No obstante lo anterior, en los casos de sucursales o agencias de sociedades extranjeras que operan legalmente en Guatemala de conformidad con el Artículo 241 del Código de Comercio, estas obtienen la licencia respectiva aunque el sorteo no necesariamente se realice en Guatemala sino en la sede de su casa matriz. Ello ha sido una circunstancia extraordinaria en la función que cumple Gobernación Departamental,

pues a raíz de la necesidad de cubrir estos eventos, se ha optado en participar conectándose telemáticamente o en línea por medio de Skype o similar, tal y como se menciona en el anexo número dos. Es evidente que en este caso en específico el procedimiento utilizado por Gobernación Departamental no tiene fundamento y se debilita la presencia personal como mediadores en la actividad de los representantes, pero es una opción que se ha tomado por Gobernación Departamental para tratar de cubrir estas eventualidades.

3.2 Duración

Es el período o lapso que tendrá en vigencia la promoción comercial contada a partir desde la fecha de su autorización hasta el día del sorteo o mientras los premios a canjearse duren en existencia.

En este sentido la ley, no expresa un plazo mínimo ni máximo en cuanto a la duración de una promoción comercial, la autoridad encargada en este caso Gobernación Departamental se limita a respetar la mecánica o plan de la promoción aceptando el plazo de la actividad.

Asimismo la ley no regula la emisión de licencias por períodos indefinidos o licencias anuales, las mismas son otorgadas para promociones comerciales específicas para determinado tiempo que se establezca en la mecánica. Sin embargo la Ley de

Protección al Consumidor y al Usuario regula que en las ofertas, promociones liquidaciones de temporadas de bienes y servicios, los patrocinadores de estos eventos deben indicar en su publicidad el plazo o en su caso el número de unidades o volumen de mercadería a promocionar, así como las condiciones para aplicar a lo ofrecido, si no se establece el tiempo de duración de éstas se debe entender que durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio.

3.3 Lugar y fecha del sorteo

En la mecánica se debe especificar la fecha, día y hora en que se tiene contemplado llevar a cabo el sorteo o rifa de la promoción. Esta información es relevante para garantizar la veracidad del sorteo y es obligación de la empresa solicitante que en toda la promoción haga del conocimiento del público dicha información.

3.4 Premios

Gobernación Departamental debe comprobar la calidad y características de los premios que se pretenden otorgar al ganador que haya participado en una promoción comercial e industrial, así como la existencia de los premios durante la campaña promocional tal y como lo regula el Artículo cuatro del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala. Para ello requiere un listado de los premios que pretenden ser objeto de la promoción, solicitando que se exprese el valor individual de cada

premio con la finalidad de determinar la cuantía total de la promoción que a la vez servirá para fijar el monto de la fianza que se requiere como se analiza más adelante.

El Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, no contempla expresamente los medios idóneos que debe requerir al interesado razón por la cual Gobernación Departamental solicita las cotizaciones de los premios o las facturas que tenga en su poder. Con ello se observa que Gobernación Departamental se limita únicamente a requerir el soporte documental de los premios, y no realiza una verificación física de los mismos en que pueda percatarse de la verdadera existencia de los mismos lo cual se considera importante cuando se trata de premios onerosos como vehículos, casas o dinero en efectivo. En comparación con otras legislaciones como Perú Según el Manual de Procedimientos para realizar Promociones Comerciales en el Perú se establecen categorías de premios es decir en muebles, inmuebles o si consiste en la entrega de dinero en efectivo.

Adicionalmente, se encuentra en la legislación guatemalteca el Artículo 24 de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, al establecer que al tratarse de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante, debe informar al público sobre el monto, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y en qué plazopodrán reclamarse, en cuánto a este último punto el Artículo siete del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, establece que habiendo transcurrido seis meses de haberse efectuado el sorteo y no se ha podido ubicar al ganador los premios no entregados se

donarán a instituciones de beneficencia, a juicio Gobernación Departamental como explica más adelante.

En virtud de lo anterior, si el interesado no establece la fecha límite para que el consumidor que resulte ganador de un premio por la participación de una promoción comercial o industrial debidamente autorizada, tiene derecho a reclamarlo en el término de seis meses contados a partir del día en que se haya llevado a cabo el sorteo. En comparación con la legislación peruana se establece un término de 90 días para reclamar los premios tal y como se indica en el Manual de Procedimientos para realizar Promociones Comerciales en el Perú.

3.5 Publicidad

Gobernación Departamental, requiere que en el escrito se establezca cuál será el medio de comunicación que se utilizará para dar publicidad a la promoción.

Este aspecto es importante mencionar que el interesado en realizar la promoción comercial e industrial previo a transmitir cualquier publicidad debe contar con la licencia que contenga la autorización correspondiente para llevar a cabo la promoción comercial, pues en caso de hacerlo se sujeta a una sanción tal y como lo establece el Artículo 10 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala:

“Cualquier infracción de las presentes disposiciones, dará lugar a una multa no menor de Q.100.00 ni mayor de Q.1,000.00, según la gravedad del caso...”.

Sin embargo es preciso mencionar que Gobernación Departamental no trabaja en conjunto con la Dirección de Atención al Consumidor y al Usuario, pues en ningún momento Gobernación Departamental comparte información con dicha Dirección respecto a las promociones comerciales e industriales autorizadas con el objetivo de que puedan verificar y dar seguimiento en cuanto a la publicidad que se vaya a transmitir con ocasión de la promoción y ésta no sea engañosa.

De igual manera la Dirección de Atención al Consumidor y al Usuario, tampoco sincroniza información a Gobernación Departamental respecto a la publicidad lanzada en Guatemala que implique la detección de promociones comerciales e industriales con el objetivo de validar y verificar que la promoción se encuentre debidamente autorizada.

Cabe mencionar que de conformidad con el Artículo 24 de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, las ofertas, promociones o liquidaciones de temporadas de bienes y servicios, los proveedores deberán indicar en su publicidad los siguientes requisitos:

- El plazo o en su caso, el número de unidades o el volumen de mercaderías a promocionar. En el caso que no se establezca plazo de duración se entenderá

que la promoción durará hasta por lo menos un mes contado a partir de la difusión del último anuncio.

- Expresar las condiciones de lo ofrecido. El típico caso de este punto, es al momento de rifar o sortear un vehículo en el cuál se puede establecer que el ganador debe asumir el pago de impuestos o bien el trámite de las placas de circulación del vehículo. En otros casos puede establecerse que la promoción es válida siempre y cuando el ganador se identifique con sus datos personales o que presente el billete o ticket original, pues en caso de no cumplir con estas condiciones la empresa se reserva el derecho de no entregarle el premio.

Por otro lado, el referido artículo continúa estableciendo que cuando se trate de promociones cuyo incentivo consista en la posibilidad de participar en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto, la forma del concurso o sorteo, el número de premios indicando en qué consisten y el plazo en que se podrán reclamar.

En este último punto, el Artículo siete del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, establece que transcurridos seis meses de haberse efectuado el sorteo, el interesado no ha comprobado la entrega de los premios al ganador deberá proceder a donarlos a la entidad de beneficencia como lo establece la ley. En virtud de lo anterior, si en la promoción no se indica el plazo que el ganador tiene para reclamar

su premio, debe entenderse que tiene el término de seis meses contados a partir de la fecha en que se haya realizado el sorteo.

Surge otra cuestión interesante en cuanto a la publicidad, pues los medios de comunicación más utilizados como la televisión, radio o periódicos, debido a la gran cantidad de pautas y anuncios resulta imposible que éstos requieran a las empresas interesadas la resolución por parte de Gobernación Departamental en la cual se autorice la promoción, con el fin de que los medios de comunicación sin saberlo sean partícipes de comunicar información o publicidad que conlleve a un engaño o fraude para el consumidor.

3.6 Presentación de solicitud

El escrito que contiene la solicitud para obtener la autorización correspondiente para efectuar la promoción comercial e industrial debe ser presentada ante la Recepción de Gobernación Departamental, en fólder color rojo y con una copia del escrito para que puedan sellar de recibido, lo cual es sumamente importante porque a partir de la fecha de recepción del mismo empieza a correr el término para que Gobernación Departamental se pronuncie al respecto bien sea afirmativa o negativamente.

A raíz de la falta de personal para analizar estos expedientes, y en virtud de acumularsele varias solicitudes de este tipo, Gobernación Departamental ha



considerado necesario que las solicitudes sean presentadas al menos con 15 días antes de la fecha en que ellos desean lanzar la promoción, puesto que el análisis de la solicitud podría implicar algún previo y ello requiere invertir más tiempo, por lo que el Departamento de Mercadeo de la Empresa debe prever este tiempo.

En cuanto a la formalidad de la solicitud se deja a discreción del solicitante, es decir puede ser una solicitud sencilla que expresa la información relevante de la promoción la cual debe ser firmada por el Representante Legal de la empresa o bien si el solicitante así lo requiere puede auxiliarse de un Abogado para la preparación y presentación del escrito, en este caso se debe realizar a través de memorial.

Ambas formas son correctas y son válidas ante Gobernación Departamental, pero cabe mencionar que se torna propicio tomar como referencia el Artículo 61 del Código Procesal Civil y Mercantil, Decreto Ley 107 del Congreso de la República de Guatemala, el cual puede aplicarse supletoriamente a esta solicitud para cumplir con los parámetros legales correspondientes, pues el mismo determina los requisitos mínimos que todo escrito debe contener.

En este caso la solicitud debe dirigirse al Gobernador Departamental actual designando su nombre completo, asimismo deben indicarse el nombre y apellido completo del representante legal que comparece por parte de la empresa, el nombre completo y exacto de la empresa, así como los datos generales de identificación del representante



legal como su edad, estado civil, nacionalidad, profesión u oficio, domicilio e indicación del lugar para recibir notificaciones, detallar su nombramiento.

En el contenido de la solicitud debe indicarse el objeto de la misma, así como indicar todos los detalles y el plan de la promoción comercial e industrial, la cual es establecida por el Departamento de Mercadeo de la empresa.

3.7 Verificación de expediente

Una vez ingresado el expediente ante Gobernación Departamental, el mismo es analizado y calificado verificando que cumpla con los requisitos legales. Si el expediente continúa el trámite administrativo correspondiente, se procede a verificar el valor total de la promoción para determinar el monto de los impuestos que se deben pagar por realizar promociones comerciales, así como el requerimiento de una fianza por el valor de la promoción que tiene por objeto garantizar la veracidad de la promoción y de la existencia de los premios que se ofrecen.

Si por el contrario, el expediente no cumple con los requisitos establecidos por Gobernación Departamental la solicitud será rechazada mediante un oficio en el cual se le hará saber al solicitante qué información o documentación debe presentar adicionalmente para completar su expediente con la finalidad de subsanar el previo, o

en dado caso rechazar “in limine” la solicitud en el caso que la promoción vaya en contra del orden público, la moral o las buenas costumbres.

Es importante mencionar que si en dado caso el solicitante subsana el previo, la solicitud es conocida por el mismo término de ocho días, contados a partir de la presentación de la subsanación del previo. Tal y como lo establece el segundo párrafo del Artículo uno del Decreto Número 1610 del Congreso de la República de Guatemala.

3.8 Determinación de impuestos

Gobernación Departamental debe realizar el cálculo de los impuestos correspondientes de conformidad con el valor global de la promoción. En Guatemala, las promociones comerciales e industriales por ser rentas de fuente guatemalteca, están gravadas al pago del Impuesto sobre la Renta y de conformidad con el Artículo cuatro numeral 3) de la Ley de Actualización Tributaria, se encuentran en la categoría de rentas derivadas del capital y de las ganancias de capital generadas en Guatemala, percibidas o devengadas en dinero o en especie, por residentes o no en el país, tal y como lo regula el inciso i) del referido artículo: “Los premios de loterías, rifas, sorteos, bingos y eventos similares realizados en Guatemala...”. El tipo impositivos aplicable en el caso específico de las rifas y sorteos corresponde al diez por ciento (10%).

Asimismo lo anterior queda aún más claro de conformidad con el Artículo 84 numeral 1 de la Ley de Actualización Tributaria puesto que se establece lo relativo a las rentas gravadas respecto a que las rentas provenientes de loterías, rifas, sorteos, bingos o eventos similares constituyen rentas de capital. En el caso de premios que no sean en efectivo, el impuesto se aplica sobre el valor de libre competencia del derecho o del bien objeto del premio.

Por otro lado, este tipo de eventos también se encuentran afectos al pago del Impuesto de Timbres Fiscales y de Papel Sellado Especial para Protocolos tal y como lo regula el Artículo dos inciso 5) de la mencionada Ley: “Los comprobantes por pagos de premios de loterías, rifas y sorteos practicados por entidades privadas y públicas”. En este sentido, la tarifa que corresponde a este impuesto es del tres por ciento (3%) el cual se determina aplicando la tarifa al valor del acto afecto.

Una vez que Gobernación Departamental haya notificado la resolución correspondiente estableciendo el monto de los impuestos a pagar, el interesado deberá realizar el pago correspondiente directamente en las oficinas de la Superintendencia de Administración Tributaria, en el plazo que le sea indicado en la referida resolución.

Cabe mencionar que el pago de estos impuestos corresponde efectuarlo directamente los ganadores, pero por estrategias de mercadeo, la mayoría de empresas absorben dicho pago de manera anticipada. La razón específica se debe a que si el ganador no

paga los impuestos correspondientes, la empresa no puede liquidar la promoción ante Gobernación Departamental porque se encuentran pendiente el pago de impuestos y en la medida que no pueda liquidar la referida promoción le afecta en el sentido que debe pagar los impuestos que probablemente ya no tenía contemplados.

Tan pronto se realice el pago de los impuestos correspondientes, el solicitante deberá proporcionar a Gobernación Departamental una copia del formulario que ampare el pago de los mismos para poder anexarlo en el expediente de mérito y pueda continuar el trámite del mismo a fin de obtener la autorización.

Asimismo la tenencia de este tipo de licencias, no implica el pago de algún arancel en Gobernación Departamental, basta con pagar los impuestos que correspondan y cumplir con el monto de la fianza que en derecho corresponde por el total de la promoción comercial e industrial que se pretenda desarrollar.

3.8.1 Notificación de pago de impuestos

Una vez determinado el impuesto correspondiente, Gobernación Departamental debe notificar la resolución al interesado en la cual se establezca el monto correspondiente que deberá hacerse efectivo en el plazo que se indique, previo a otorgar la licencia correspondiente para efectuar la promoción en específico.

3.9 Resolución

Si el expediente es favorable, Gobernación Departamental emitirá resolución autorizando la realización de la promoción y fijando los términos y condiciones en las cuales el solicitante debe llevar a cabo la misma. Es importante mencionar que Gobernación Departamental no entrega una Licencia o Patente a plazo indefinido, sino que otorga una Licencia Específica para una promoción determinada, la cual tiene un plazo de vencimiento que se reputa el día en que se lleve a cabo el sorteo.

La licencia se otorga a través de una resolución que emite Gobernación Departamental siempre y cuando se haya observado todos los requisitos para el efecto.

3.9.1 Modificación de la promoción

Se debe tener en cuenta que la mecánica de una promoción comercial o industrial, puede ser modificada ante Gobernación Departamental siempre y cuando la misma se encuentre en proceso de autorización. Es decir una vez autorizada la mecánica o plan de la promoción no puede ser modificada salvo casos de fuerza mayor que puedan comprobarse.

Situación que se considera engorrosa para las empresas solicitantes, puesto que si la necesidad de modificar la promoción comercial es resultado de un análisis de su Departamento de Mercadeo, y no precisamente se debe a circunstancias de fuerza mayor o caso fortuito, Gobernación Departamental se limita a no aceptar ninguna modificación que en determinado momento podría causar inconvenientes para las empresas, ocasionando que el procedimiento se torne lento y burocrático.

3.9.2 Sorteo

Dependiendo de la mecánica de la promoción los premios pueden ser entregados al ganador de manera inmediata, bien sea que el ganador se haga acreedor de un premio mediante un ticket raspable y deba presentarse a los puntos autorizados para el canje del mismo. Cuando los premios son más grandes y representan alta onerosidad, normalmente son ofrecidos mediante sorteo. En este caso el sorteo de la promoción tiene por objeto escoger al azar uno o varios ganadores de conformidad con las bases del concurso, quienes participarán en la promoción para intentar ganar los premios ofrecidos a través de la publicidad que sea lanzada en los diferentes medios de comunicación.

En este aspecto, es prohibido los empleados, ejecutivos, gerentes, miembros de la junta directiva, familiares inclusive, puedan participar directa o indirectamente en los sorteos o de cualquier manera sean favorecidos, pues ello atentaría con la

transparencia y objetivo de la promoción. Tal prohibición se encuentra contemplada expresamente en el Artículo nueve de la Ley que contiene las disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala.

El sorteo debe realizarse en el lugar, día y hora especificados en la resolución de mérito que otorga la autorización correspondiente.

Una de las formalidades del sorteo es que deben estar presentes el Gobernador Departamental o su Representante, y un Notario que dará fe de lo actuado, tal y como lo regula el Artículo 5 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala.

Asimismo se considera necesario que el lugar del evento sea público para que no haya margen o lugar a dudas. En este aspecto, dependiendo del caso concreto es posible que Gobernación Departamental requiere que determinados sorteos puedan incluso transmitirse en un canal de televisión con el objetivo de garantizar el principio de publicidad y darlo a conocer a toda la población para que estén plenamente enterados. Ello para dar cumplimiento al Artículo 6 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, que regula "Una vez efectuado el sorteo, el interesado deberá comprobar en forma pública y satisfactoria, que los premios fueron entregados a los ganadores...".

Sin embargo hoy en día este criterio es cuestionable, dado que las empresas optan por tratar de mantener la confidencialidad de las personas ganadoras de premios que implican cierta onerosidad por razones de seguridad, puesto que en virtud de ganar premios con un valor pecuniario considerablemente alto se incrementan los riesgos para éstas personas de ser víctimas de extorciones o hechos delictivos similares.

3.9.3. Fe y legalidad del sorteo

La principal función de Gobernación Departamental es brindar certeza y seguridad jurídica en las promociones comerciales e industriales. En este sentido, el Artículo 5 del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, establece que toda vez los premios objeto de la promoción deban entregarse mediante sorteo, este deberá efectuarse en la fecha establecida, interviniendo el gobernador departamental o su representante, y un notario que dará fe de lo actuado.

Si en caso el Gobernador Departamental no puede asistir al sorteo, deberá nombrar un representante para lo cual está totalmente facultado de conformidad con la Ley. Ahora bien, la disposición legal también contempla la presencia de un Notario en éstos sorteos con el objetivo que dé fe y legalidad del sorteo, pero no expresa que el mismo deba ser nombrado por Gobernación Departamental.

En tal sentido, Gobernación Departamental ha tenido la práctica de designar al Notario requiriendo al solicitante o interesado en concepto de honorarios determinado monto para cubrir los honorarios de éste. Tal situación se considera ilegal pues la ley es clara y no regula obligatoriamente que Gobernación Departamental deba realizar la designación del Notario, en realidad la ley es amplia y permite que la empresa pueda designar directamente al Notario.

No obstante, Gobernación Departamental argumenta que realizan tal designación por motivo de seguridad y transparencia, pues consideran que si la empresa designa al Notario podría darse alguna irregularidad en el sorteo. Al respecto se estima que tal argumento es totalmente erróneo, porque el Notario es un profesional al que se le debe considerar funcionario público por la fe pública que el Estado le confiere y debe actuar conforme a los principios fundamentales del Derecho y la Ética Profesional, independientemente de quien requiera sus servicios.

Por otro lado, al ser Gobernación Departamental una entidad pública lógicamente representa al Estado, sus funcionarios y empleados públicos no deberían cobrar ningún costo a la población por sus servicios puesto que éstos están siendo remunerados por medio de su salario, y en todo caso los servicios brindados por Gobernación Departamental deben ser gratuitos para estar al alcance de la población con la finalidad de garantizarle seguridad y certeza jurídica.



El cobro de honorarios por parte de empleados de Gobernación Departamental carece de fundamento, y las disposiciones en que se basan no son suficientes, como puede observarse en el Anexo número tres. El Comité Ad Hoc de Trabajadores de la Gobernación Departamental de Guatemala, en su calidad de representante de los trabajadores presupuestados de tal Institución suscribió un Convenio Laboral el 15 de abril de 2003 con el Ministerio de Gobernación, en su calidad de autoridad nominadora, mediante el cual se resolvió por Vía Directa determinadas peticiones de los trabajadores relacionadas con beneficios económicos derivados de las promociones comerciales, bingos eventuales y permanentes bien sean realizados por entidades de beneficencia como entidades comerciales autorizadas por Gobernación Departamental.

Es evidente la buena intención de las partes al suscribir el referido convenio, puesto que se pretende mejorar las condiciones de trabajo mediante un beneficio para los trabajadores; no obstante la redacción del mismo refleja ambigüedad creando confusiones y en el peor de los casos su contenido podría resultar lesivo para el Estado, fundamentalmente porque se está cobrando honorarios por representación de Gobernación Departamental en los sorteos de promociones comerciales, así como el cobro para pagar los honorarios del Notario designado por Gobernación Departamental, fondos que no están ingresando a las arcas del Estado, pues éstos servicios son facturados directamente por el profesional que asiste al sorteo, o en todo caso requieren a la empresa la emisión de una factura especial.



En ese orden de ideas, el empleado de Gobernación Departamental que asiste a un sorteo lo hace en nombre de Gobernación Departamental; asimismo si el Notario es designado por Gobernación Departamental y más aún si es empleado de tal Institución también actúa en representación de dicha entidad; razón por la cual no deberían realizar ningún cobro, porque sus servicios ya están siendo remunerados a través de su salario.

Existe una tabla de honorarios interna de Gobernación Departamental suscrita y avalada por las autoridades de la misma, tal y como se muestra en el Anexo número cuatro, mediante la cual Gobernación Departamental se basa para realizar dicho cobro de honorarios teniendo como referencia el valor de la promoción. Determinando que el monto mínimo que se cobra por representación asciende a la cantidad de quinientos quetzales (Q.500.00) y un máximo de un mil quinientos quetzales (Q.1,500.00), montos que se consideran exagerados, tomando en cuenta aquellas empresas que por su objeto deben realizar promociones comerciales constantemente.

En este aspecto, Gobernación Departamental ha considerado que dicho cobro no es contrario a la ley puesto que la empresa es quien realizará el pago de honorarios de conformidad con la tabla indicada; justificando tales cobros mediante el convenio y la tabla mencionada. Al respecto, se opina que los documentos que amparan estos cobros no son idóneos y si bien los fondos se destinan para beneficios de los trabajadores de Gobernación Departamental, la forma de adjudicárselos no es correcta.

En todo caso, si Gobernación Departamental cobra este tipo de honorarios los mismos deben regularizarse mediante la creación de un Arancel emitido por conducto del Ministerio de Gobernación a través un Acuerdo Gubernativo, de tal manera que puedan justificarse tales cobros.

Ahora bien, si el convenio laboral anteriormente mencionado quedará sin efecto, desde el punto de vista laboral se estaría perjudicando a los trabajadores que han venido recibiendo dicho beneficio por varios años, por lo que se considera importante negociar para establecer algún un rubro por viáticos para apoyar al trabajador reintegrándole los gastos en que incurre por la representación contra la liquidación de los mismos mediante comprobantes originales que justifiquen el gasto.

Inclusive de conformidad con la investigación realizada, actualmente existe un conflicto entre Gobernación Departamental y sus trabajadores por el cobro de honorarios establecido en el convenio laboral indicado y la tabla referida.

Si bien el objetivo del convenio es respaldar los beneficios económicos derivados de sorteo que se han venido gozando, ello no significa que sea un instrumento idóneo para destinar específicamente los fondos obtenidos. Por ello, es necesario regularizar esta circunstancia considerada ilícita en la medida que no existe un arancel emitido con las formalidades de ley y en tanto se siga disponiendo de los fondos recabados directamente al pago de honorarios de profesionales, lo cual de ninguna manera

debería ser así, pues si se actúa apegado a derecho los mismos deben destinarse directamente al presupuesto de ingresos de la nación para su administración, control y ejecución.

En la medida que Gobernación Departamental no perciba estos fondos correctamente, es muy difícil lograr la fiscalización de los mismos, y es evidente que estamos ante un marco de ilegalidad realizar cobros para este tipo de eventos en nombre de Gobernación Departamental cuando en dichos fondos no están ingresando al presupuesto del Estado.

En todo caso al lograr realizar el cobro de honorarios adecuadamente, se beneficiaría el Estado y a la vez la utilización y destino de los fondos podrán ser auditados por la Contraloría General de Cuentas, en virtud de que hoy en día esto no sucede puesto que dicha entidad únicamente puede realizar auditorías a Instituciones que manejen fondos públicos y como se mencionó anteriormente, Gobernación Departamental no recibe directamente los fondos por este concepto pero como puede observarse existe la tabla de honorarios en la cual se basan para realizar los cobros.

Adicionalmente, se considera que el personal de Gobernación Departamental que desempeña funciones de representación para estos eventos dentro de sus respectivos salarios ya debería estar incluidos los gastos en concepto de viáticos que implica la movilización y asistencia a los sorteos para no perjudicar la economía del trabajador.

Por la importancia del tema se ha mencionado de forma general; sin embargo no es abarcado en su totalidad, advirtiendo que por su complejidad, extensión y problemática específica amerita ser analizado en otro trabajo de investigación.

3.9.4. Entrega de premios

Dependiendo de las bases de la promoción, puede ocurrir que el día estipulado para efectuar el sorteo, los ganadores no estén presentes o bien no puedan identificarse en ese momento. La Ley previendo esta situación, establece un plazo máximo de seis meses para ubicar a los ganadores del sorteo.

Por otro lado, si el día del sorteo pueden ubicarse a los ganadores, es necesario que la entidad encargada de la promoción obtenga las constancias correspondientes de la recepción del premio por parte del ganador, en virtud que ello servirá para hacer las justificaciones correspondientes ante Gobernación Departamental de la promoción a través de una liquidación.

Es importante mencionar que de conformidad con la investigación realizada, la Contraloría General de Cuentas que es la encargada de auditar la utilización e inversión de recursos públicos, no realiza una auditoria a Gobernación Departamental en cuanto a este tipo de eventos por considerarse que la parte interesada corresponde a un ente del sector privado, y los premios de las promociones comerciales son resultado de un



financiamiento de carácter privado y no proveniente de fondos públicos lo cual hace imposible que sean auditados este tipo de procedimientos realizados por Gobernación Departamental, tal y como se menciona en el Anexo número cinco.

Por otro lado, la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, se encarga de realizar auditoria a la empresa como tal la cual en sus partidas contables debe reflejar los montos correspondientes que se han designado para este tipo de eventos, no obstante la Superintendencia de Administración Tributaria tampoco tiene la facultad para verificar procedimientos a Gobernación Departamental.

Lo cual evidencia la posibilidad de que Gobernación Departamental pueda incurrir en falta de transparencia al momento de realizar las entregas de los premios a las entidades que a criterio del Gobernador Departamental deban entregarse, puesto que como se mencionó anteriormente no hay ninguna institución que verifique tal situación dado que los premios no son considerados bienes del Estado, sino producto de una promoción comercial realizada por una entidad privada, pero ello no es razón para exigir abusivamente a las empresas la entrega del cien por ciento de los premios no entregados por cualquier razón, ya que como se analizará más adelante los premios no entregados podrían contabilizarse en la empresa o bien establecer la donación con carácter discrecional de la empresa y no de manera obligatoria.

- **Documentación de respaldo entrega de premios a ganadores**

En un sorteo, debe faccionarse una acta notarial mediante la cual se haga constar paso a paso el procedimiento del sorteo, identificando los números o nombres de los ganadores, incluso estableciendo si los ganadores fueron identificados y entregados de una vez los premios, o bien consignando que los premios quedan pendientes de entrega en virtud de no poderse ubicar a los ganadores en ese momento.

Una vez entregados los premios a los ganadores correspondientes, la entidad correspondiente debe obtener recibos o finiquitos debidamente firmados por parte de los ganadores en constancia de su conformidad de haber recibido el premio ofrecido.

3.9.5. Liquidación de promoción

La última etapa que debe llevarse en cuanto a las promociones comerciales, es la liquidación de la misma. Es decir, debe establecerse por medio de un escrito dirigido al Gobernador Departamental cuántos premios fueron entregados y cuántos no, así como la identificación correspondiente de los ganadores, información que debe coincidir con el acta faccionada el día del sorteo, es decir no pueden haber discrepancias o contradicciones, acompañando fotocopia de la misma, así como acta notarial de declaración jurada de los ganadores en los cuales se declare que recibió el premio, tal y como se requiere de conformidad con el Anexo número seis.

Es importante tomar en cuenta que si no puede identificarse los ganadores y los premios no pueden entregarse, en el plazo máximo de seis meses que establece la ley, a través de la liquidación los premios deben entregarse directamente a Gobernación Departamental, para que a criterio del Gobernador los premios puedan remitirse a una entidad de beneficencia.

Al respecto se considera que esta disposición es escueta, confusa y ambigua pues al momento de analizarla en cuanto a la facultad que se le otorga al Gobernador Departamental elegir a la entidad de beneficencia para hacerse acreedora de los premios no entregados objeto de la promoción comercial e industrial. Se considera necesario establecer un procedimiento veraz y transparente para la asignación de estos premios a este tipo de entidades, considerando que de tal manera Gobernación Departamental inclusive, pueda notificar a la empresa interesada el destino de los premios que fueron objeto de la promoción y que no fueron entregados a los ganadores por distintos motivos.

En el entendido que dicha disposición se enfoca a las promociones comerciales e industriales con carácter privado, es decir que son realizadas por empresas privadas con enfoque comercial y no social, lo que lleva analizar en cuanto a la legalidad de requerir los premios. Al respecto, se considera que por un lado Gobernación Departamental requiere los premios no entregados con el objetivo que la empresa realmente entregue los premios; pero si por alguna razón ajena a la empresa ello no es

posible se considera injusto que deba entregar el cien por ciento de los premios a la Gobernación Departamental.

Es importante considerar que la empresa está invirtiendo sus recursos económicos en la adquisición de los bienes objeto de premio, y en tal sentido la empresa debería tener el derecho de recuperar tales bienes, o al menos algún porcentaje de los mismos, inclusive si desea reutilizarlos en otra promoción comercial.

El espíritu de la norma es garantizar la existencia de los premios y respetar la finalidad de la campaña promocional, por lo cual es necesario regular específicamente la entidad benéfica a la cual se deban asignar las donaciones de los premios no entregados objeto de las promociones comerciales e industriales como resultado de las rifas y sorteos.

En este aspecto se opina que no debe ser procedente que el Gobernador Departamental designe los premios a su criterio puesto que ello se presta a irregularidades por falta de transparencia. En estos casos lo que le conviene al Estado de Guatemala en beneficio de la población, es que estos premios sean destinados directamente a entidades específicas como la Universidad de San Carlos o los Hospitales Públicos como el Roosevelt o San Juan de Dios.

Plazos, condiciones y prohibiciones

- El término establecido para conocer la solicitud y resolver la misma se limita a 8 días hábiles contados a partir del día siguiente de la recepción del expediente tal y como lo regula el Artículo uno del Decreto Número 1610 del Congreso de la República.
- A pesar que de conformidad con el Artículo 28 de la Constitución Política de la República de Guatemala se establece que en materia administrativa el término para resolver las peticiones y notificar las resoluciones no podrá exceder de treinta días. En virtud de lo anterior, cabe destacar que la Ley es clara al establecer un plazo específico de ocho días y es el que debe aplicarse.
- Tan pronto la empresa interesada haya llenado los requisitos legales necesarios, continua el proceso dentro de Gobernación Departamental. Si la solicitud es aceptada, entonces se emite una resolución que en derecho corresponde en la cual se resuelve los siguientes puntos medulares.
- En la referida resolución que se entrega al solicitante, se hace mención expresa que sin la plena autorización de Gobernación Departamental no pueden lanzar la promoción, pues en caso de hacerlo dará lugar para interponer las sanciones que señala la ley.

- El plazo correspondiente para entregar los premios y ubicar a los ganadores del sorteo es de seis meses.
- El plazo específico para liquidar una promoción es de un año contado a partir de la fecha en que se realizó el sorteo.

Cabe mencionar que si se contrarían las disposiciones del Decreto Número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales, los infractores se someten a sanciones pecuniarias que se establecen en la referida ley. Multas que van desde cien quetzales hasta un máximo de un mil quetzales, según la gravedad del caso. No obstante si se trata de un premio ofrecido y no entregado, cuyo valor fuere mayor que el máximo de la multa contemplada, esta deberá ser equivalente al doble del premio ofrecido y no entregado.

Ahora bien, si en dado caso la gravedad de la falta lo justifica, y a juicio de Gobernación Departamental amerita, podrá prohibir al infractor la realización de nuevos sorteos por tiempo determinado o indefinidamente.

No obstante lo anterior, se puede decir que si la promoción constituyera un engaño se estaría violando las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario, por lo que derivaría en imposición de sanciones pecuniarias adicionales. En todo caso, si en determinado momento se logra la detección de una promoción no autorizada que

cause detrimento en el patrimonio del usuario y este lo ponga en conocimiento de las autoridades realizando la denuncia correspondiente, se seguirá penalmente por estafa a la entidad transgresora a través de su representante legal, obviamente en este caso ya corresponde al Ministerio Público iniciar con la investigación correspondiente y recabar los medios de prueba para determinar la comisión del delito.

3.9.6. Impugnaciones

Según el profesor Jorge Mario Castillo, el procedimiento de impugnación de las resoluciones dictadas por Gobernación Departamental se basa en el Derecho de Defensa, que se encuentra fundamentado en el Artículo 12 de la Constitución de la República de Guatemala, y en la Ley de lo Contencioso y Administrativo.

En este caso, corresponde al perjudicado en sus derechos o intereses, el planteamiento de la impugnación. Considerando que el Departamento no goza de plena autonomía y como departamento jerarquizado depende de quince ministros, no obstante específicamente depende del Ministerio de Gobernación, la dependencia múltiple conlleva a complicar las impugnaciones.

De conformidad con el Artículo 47 inciso K) de la Ley del Organismo Ejecutivo corresponde al gobernador dictar las resoluciones administrativas que correspondan. De igual manera el Artículo 46 de la referida ley regula que los gobernadores



departamentales dependen directamente de la Presidencia de la República Guatemala, por conducto del Ministerio de Gobernación. En ese orden de ideas, tal situación conlleva a interponer el recurso de revocatoria contra las resoluciones dictadas por el Gobernador Departamental, puesto que el Gobernador depende de un superior jerárquico de acuerdo al asunto o materia.

Ahora bien, las resoluciones relacionadas con el departamento o la Gobernación también las podrá dictar cada Ministro. En este caso, el recurso procedente es reposición, el cual se presentará ante la Gobernación Departamental. Importante es mencionar que en ambos recursos se observará el procedimiento establecido en la Ley de lo Contencioso Administrativo.

CAPÍTULO IV

4. Modernización de procedimientos administrativos para efectuar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala

En virtud que el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, Disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República, contiene normas jurídicas obsoletas que derivado de la propia evolución constante del ser humano es inconcebible tal antigüedad dado que dicha norma no es adecuada ni suficiente para regular este tema tan amplio que va de la mano con la modernidad y tecnología. En ese sentido se considera que estos procedimientos podrían basarse en un sistema novedoso y automatizado para mayor agilidad y garantizar la certeza y seguridad jurídica a los usuarios.

4.1 Autorización

Considerando que la actividad económica nacional está orientada a la adopción de medidas que propicien el desarrollo de todos los sectores de la sociedad, es necesario contar con procedimientos administrativos de autorización de promociones comerciales e industriales en Guatemala, que sean ágiles y sencillos para su realización. Asimismo tomando en cuenta que las promociones comerciales e industriales son prácticas comerciales que tienen por objeto ofrecer al público bienes y servicios a precios

reducidos o con incentivos que benefician a los consumidores dichos procedimientos deben ser acordes con las actuales técnicas de marketing, publicidad y tecnología.

Este tipo de actividades de marketing representa, gran importancia en todas las compañías hoy en día dado que deben el éxito de sus ventas al planeamiento y estrategias de marketing a través de las promociones comerciales y publicidad de sus productos o servicios.

Lamentablemente, Guatemala se encuentra atrasada con normativa actualizada en la materia, produciendo descontento para las compañías emprendedoras en Guatemala, al momento de experimentar la burocracia en estos trámites influyendo negativamente en el solicitante, ocasionando con ello tres situaciones: La primera que el solicitante decida simplemente no realizar el trámite correspondiente para obtener la autorización y así contrariar la norma y hacerse acreedor a una sanción por su incumplimiento.

En segundo lugar que el solicitante realice los procedimientos administrativos encontrándose con varios descontentos porque le hacen perder tiempo y recursos, y la tercera situación, es ocasionar el descontento a empresas que realizan este tipo de eventos, pues se ven afectadas negativamente y ello incluso puede incidir que nuevas empresas o transnacionales decidan no invertir en el país dado que el tema resulta realmente burocrático y engorroso.



Definitivamente si se compara la situación de Guatemala, el Decreto 1610 del Congreso de la República de Guatemala, el mismo es escueto. En este sentido, al comparar con la legislación mexicana vigente se determina que en esta materia se rigen por el Reglamento sobre Promociones y Ofertas en el cual se establecen las normas y los procedimientos para realizar promociones de bienes y servicios y ofertas comerciales.

En el caso de México corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial la aplicación de tal Reglamento. Así como a la Procuraduría Federal del Consumidor y el Instituto Nacional de Protección al Consumidor de conformidad con sus competencias, son órganos que colaboran en vigilar el cumplimiento del referido reglamento que se sujeta de igual manera a las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Lo anterior es importante, porque evidencia la necesidad que las entidades relacionadas con este tema trabajen conjuntamente, en el caso de Guatemala le corresponde a Gobernación Departamental la autorización y liquidación de promociones comerciales, pero a la Dirección de Atención al Consumidor y Usuario verificar que la publicidad de las promociones no sea engañosa a los consumidores. Ambas entidades deben aliarse para llevar un mejor control en este aspecto



4.2 Liquidación

El proceso administrativo de liquidación de las promociones e industriales es deficiente e inexacto. Principiando porque las compañías en muchos de los casos no son responsables con esta etapa y no finalizan el trámite. Ante tal situación Gobernación Departamental envía cartas u oficios a la empresa para que se apersona y cumpla con la liquidación correspondiente de la promoción tal y como se observa en el Anexo número seis.

Existe un punto relevante en este sentido, y es que las compañías que realizan las promociones al momento de realizar la liquidación se limitan a cuadrar los premios entregados y los que no se entregan, simplemente se conforman con entregarlos a Gobernación Departamental, para que el gobernador decida a su criterio brindar los premios a una entidad de beneficencia de conformidad con el Artículo siete del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala.

Encontrando en este procedimiento una falencia, por cuanto Gobernación Departamental tampoco notifica a la empresa a qué entidad benéfica entregó los premios. Realmente este procedimiento podría prestarse a situaciones contrarias a derecho y caer en falta de transparencia.

4.3 Implementación guía de trámite

Actualmente Gobernación Departamental se basa en la Ley para efectuar promociones comerciales e industriales, Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala. No cuentan con una guía específica que pueda establecer con mayor precisión cada etapa. Ello no es posible porque tampoco se regula un reglamento como tal para la referida Ley.

4.4 Importancia de la correcta regulación legal de las promociones comerciales

El marco legal que contempla la autorización, ejecución y finalización de promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala, es obsoleta y desactualizada lo que da como resultado la imposibilidad de aplicar correctamente la legislación en esta materia puesto que la actual legislación no es concordante con las modernas técnicas de mercadeo y tampoco permite la aplicación de aspectos tecnológicos que hoy en día son relevantes en todas las actividades comerciales.

Cabe mencionar que una vez se logre adecuar el ordenamiento jurídico en esta materia, y se logre un derecho vigente actualizado, la eficacia de la ley depende exclusivamente de la correcta interpretación y aplicación de la misma, lo cual únicamente se puede lograr a través de las capacitaciones constantes al personal,



detectando las habilidades y debilidades del personal a cargo del análisis de estos procedimientos.

Ello implica iniciar con la verificación del expediente correspondiente, función que cumple el Encargado de Recepción de los Expedientes, posteriormente es el analista jurídico que debe verificar específicamente el cumplimiento de los requisitos legales que requieren estas actividades, hasta el conocimiento actualizado en este tipo de eventos por parte del Gobernador Departamental que la autoridad competente que autorizará y firmará la resolución correspondiente mediante la cual se otorga la licencia.

4.5. Proyecto de reforma del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala para regular adecuadamente y modernizar los procedimientos administrativos para realizar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala

DECRETO NÚMERO - 2016

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

CONSIDERANDO:

Que la Constitución Política de la República de Guatemala establece la defensa de consumidores y usuarios para garantizar su salud, seguridad y legítimos intereses económicos.

CONSIDERANDO:

Que el Régimen Económico y Social de la República de Guatemala se funda en principios de justicia social, y que es obligación del Estado promover el desarrollo económico de la Nación, velando por la elevación del nivel de vida de todos los habitantes del país y procurando el bienestar de la familia.

CONSIDERANDO:

Que en la actualidad se hace necesaria regular la correcta aplicación de los procedimientos administrativos para realizar promociones comerciales e industriales en la República de Guatemala, con normas que eviten irregulares que desnaturalicen la transparencia en este tipo actividades.

CONSIDERANDO:

Que el Congreso de la República como organismo del Estado facultado constitucionalmente para decretar, reformar o derogar las leyes, debe establecer normativas jurídicas apropiadas en defensa de los consumidores y usuarios, que deben de gozar como medida de protección, así como garantizar la seguridad y certeza jurídica de las promociones comerciales e industriales que se realicen en el país.



POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el Artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

DECRETA:

Las siguientes:

**REFORMAS AL DECRETO 1610 DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE
GUATEMALA, DISPOSICIONES PARA EFECTUAR PROMOCIONES
COMERCIALES E INDUSTRIALES EN LA REPÚBLICA**

Artículo 1. Se reforma el Artículo 1, que quedará redactado así: “Para efectuar promociones comerciales e industriales, mediante premios otorgados al azar o por medio de álbumes educativos, colecciones, concursos para completar, integrar o reunir figuras, signos, palabra o cualquier otro motivo; para distribuir premios a quienes concurren como espectadores o participantes a espectáculos públicos gratuitamente o mediante un canje determinado, inclusive aquellos premios que para el efecto son ofrecidos a través de medios de comunicación electrónicos, en páginas de internet que deben activarse con códigos de acceso otorgados por el solicitante al usuario para participar en las mismas.

Estos Códigos de Acceso deberán estar autorizados por Gobernación Departamental los cuales deberán estar debidamente sellados y validados por Gobernación

Departamental, o bien si en la mecánica de la promoción indicado por el interesado consiste en la participación directa en redes sociales como Facebook a través de “Likes”, comentarios determinados en Tweeter, o cualquier otra forma de participación directa en páginas de internet que se expresen claramente en el plan propuesto con cualquier forma lícita de participación en este tipo de sorteos.

Artículo 2. Se adiciona el **Artículo 1 bis**. Que se leerá así: “El interesado deberá obtener la licencia correspondiente en Gobernación Departamental Jurisdiccional. Para efectos, de la presente ley, se entiende que licencia es: permiso o autorización otorgada por Gobernación Departamental a favor del solicitante que cumpla con los requisitos legales requeridos y que para el efecto se considerará emitida por el tiempo en que duré la promoción comercial hasta su respectiva liquidación.”

Artículo 3. Se adicional el **Artículo 1 ter**. Que se leerá así: “Para gestionar la Licencia correspondiente ante Gobernación Departamental, si es primera vez que pretende efectuar este tipo de evento, es indispensable que el interesado complete el formulario correspondiente de precalificados que se proporcionará por Gobernación Departamental, acompañando la siguiente documentación:

- a. Legalización del Documento Personal de Identificación del Representante Legal o del interesado;
- b. Legalización del Nombramiento vigente debidamente inscrito en los Registros correspondientes, fotocopia de la escritura social y sus modificaciones si fuera el

- caso, así como copia de la patente de comercio de sociedad y de empresa, en caso de ser restaurantes, hoteles, farmacéuticas, entidades bancarias y financieras y cualquiera otra que no se contemple en este apartado que se dedique al comercio o industria, deben adjuntar copia de sus respectivas licencias que correspondan para el legal funcionamiento y operación en el país que sean requeridas de conformidad con su objeto las cuales deben estar vigentes;
- c. Original de la Certificación completa de Sociedad y sus modificaciones emitida por el Registro correspondiente donde se encuentre inscrita la persona jurídica con no más de diez días de emitida; y,
 - d. Original del Registro Tributario Unificado con no más de diez días hábiles de su emisión por la autoridad correspondiente.

Si el solicitante cumple correctamente con los requisitos, el proceso de inscripción en el Registro de Precalificados no excederá de tres días hábiles contados a partir de la fecha de la presentación.

Gobernación Departamental debe emitir la resolución correspondiente y una vez notificada el interesado podrá presentar su escrito con los detalles de la mecánica la cual debe ser analizada en el plazo de cuarenta y ocho horas hábiles contadas a partir del momento en que se presente el mismo, en caso de ser favorable deberá emitir resolución inmediatamente fijando el monto que deben pagar de impuestos y fianza respectiva, finalmente debe emitir la licencia correspondiente en el plazo de cuarenta y ocho horas para que pueda iniciar con la publicidad.

Por el contrario si el plan fuera contrario al ordenamiento jurídico o a las buenas costumbres, será rechazado en el plazo de cuarenta y ocho horas contadas a partir de su presentación, razonando el previo y notificándolo al interesado al día siguiente.”.

Artículo 4. Se adicional el **Artículo 1 quater**. Que se leerá así: “La solicitud debe contener como mínimo los siguientes detalles: Nombre completo de la promoción comercial, período de duración de la misma, mecánica o plan de participar, detalles de los premios indicando el valor unitario, monto global al que ascienden los premios, día, hora y lugar del sorteo bien sea por cupón o electrónico, así como las condiciones o bases del concurso.

Dicha solicitud debe presentarse en folder tamaño, oficio color rojo. Si la empresa así lo requiere podrá proponer el Notario que dé fe y legalidad del sorteo, para el efecto deberá adjuntar constancia actualizada de colegiado activo del profesional emitido por el Colegio de Abogados y Notarios”.

Artículo 5. Se adiciona al **Artículo 2** el siguiente párrafo: “Asimismo se contempla lo relativo a promociones comerciales e industriales en redes sociales o a través de internet, según se mencionan en el Artículo anterior.”.

Artículo 6. Se adiciona al **Artículo 4** el siguiente párrafo: “Para el efecto, Gobernación Departamental podrá requerir las copia legalizada de las facturas o cotizaciones aprobadas que respalde la adquisición de los premios. Asimismo en el caso de ofrecimiento de premios con un valor pecuniario significativo o que implique entrega de bienes inmuebles o muebles, el Gobernador Departamental o en su caso su representante, deberá realizar una inspección ocular y física de dichos bienes para verificar su existencia.

Los gastos de representación deberán ser pagados al representante autorizado justificando los mismos por medio de liquidación que no podrá exceder del rango indicado en el Artículo 9 del presente Decreto.”.

Artículo 7. Se adicional al **Artículo 5** el siguiente párrafo: “En el caso de sorteos realizados por compañías internacionales que hayan obtenido su respectiva autorización para incluir a participantes guatemaltecos en la promoción, es necesario que enlazar a los países que participan a través de un medio electrónico o video conferencia, en un horario hábil que se ajuste a todos los países y el sorteo se realice en ese momento de lo cual el Gobernador Departamental tomará nota, así como el Notario que dé fe y legalidad del sorteo el cual de oficio será propuesto por Gobernación Departamental, salvo que la entidad solicite proponer directamente al Notario.”.

Artículo. 8. Se reforma el **Artículo 7**, quedando de la siguiente manera: transcurridos seis meses de haberse efectuado el sorteo, el interesado no ha comprobado la entrega fehaciente de los premios como lo dispone el artículo anterior, o si los números premiados no hubieren sido distribuidos entre el público; los premios no entregados se donarán en el siguiente orden, primero a la Universidad de San Carlos de Guatemala, Hospital Roosevelt o San Juan de Dios adjudicando los premios mediante resolución emitida por Gobernación Departamental detallando la cantidad de premios entregados y el valor de los mismos.

Estas entidades deberán emitir una constancia de recibo de los premios la cual será publicada en la página oficial de Gobernación Departamental para cumplir con el principio de publicidad y de esta manera se contribuya a la transparencia en la entrega de los premios. El funcionario o empleado público que contravenga esta disposición será sancionado conforme al Código Penal y las leyes que le sean aplicables.”.

Artículo 9. Se adiciona al Artículo 8 el siguiente párrafo: “Las promociones comerciales e industriales, rifas o sorteos están sujetas al pago de impuestos que determine la ley vigente de la República, sin el pago respectivo de los mismos Gobernación Departamental no otorgará la liquidación o finiquito de la promoción”.

Artículo 10. Se reforma el Artículo 10 quedando así: “Cualquier infracción de las presentes disposiciones, dará lugar a una multa no menor de Q.2,000.00 ni mayor a



Q.50,000.00, según la gravedad del caso, pero cuando se trate de un premio o premios ofrecidos y no entregados, cuyo valor fuere mayor que el máximo de la multa contemplada, esta deberá ser equivalente al doble del premio ofrecido y no entregado.

La anotación de suspensión por tiempo determinado o indefinidamente se reflejará en el sistema de precalificados, bloqueando su perfil por el tiempo que se indique.”.

Artículo 11. Con el objeto de fomentar y financiar el Presupuesto Anual de Ingresos del Estado, los servidores jurídicos y Notariales que sean proporcionados por los profesionales del derecho de Gobernación Departamental en este tipo de eventos, deberán ser respaldados con el respectivo recibo expedido por el Ministerio de Gobernación.

Para ello se determinará una tabla de honorarios que debe ser propulsada en el Reglamento de la ley.

Artículo 12. Los gastos de representación en que incurra el profesional del derecho propuesto por Gobernación Departamental deberán ser reembolsados mediante liquidación de comprobantes originales lo que no podrá exceder de trescientos quetzales. El reglamento desarrollará el procedimiento interno que debe seguirse.



Artículo 13. Gobernación Departamental por conducto del Ministerio de Gobernación deberá elaborar y someter a consideración del Presidente de la República, el Reglamento de la presente Ley, dentro del improrrogable plazo de sesenta (60) días.

Artículo 14. El presente Decreto entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

REMÍTASE AL ORGANISMO EJECUTIVO PARA SU SANCIÓN, PROMULGACIÓN, PUBLICACIÓN Y CUMPLIMIENTO.

EMITIDO EN EL PALACIO DEL ORGANISMO LEGISLATIVO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA EL DÍA _____ DE _____ DEL AÑO DOS MIL DIECISÉIS



CONCLUSIÓN DISCURSIVA

La problemática que provoca la desactualización de los procedimientos administrativos regulados en el Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala que contiene las disposiciones para efectuar promociones comerciales e industriales en la República que son ejecutados por Gobernación Departamental, conlleva a que sean inoperantes y desprovistos de transparencia, afectando a la población, pues no se le está garantizando seguridad jurídica ni a las empresas ejecutoras de estas actividades y tampoco a los consumidores que son propensos a ser víctimas de engaño y por ende causando detrimento en su patrimonio.

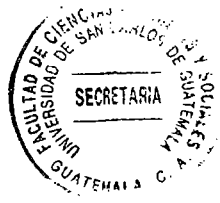
Tomando en cuenta que la figura de las promociones comerciales e industriales, se manifiesta constantemente como parte de las estrategias de mercadeo que utilizan las empresas las cuales cumplen una función importante en el movimiento de la economía guatemalteca incentivando la oferta y la demanda al momento de ofrecer sus bienes y servicios a través de las promociones comerciales e industriales.

Por lo anterior recomiendo que Gobernación Departamental implemente una Plataforma Electrónica de Precalificados de las Empresas que realizan Promociones Comerciales e Industriales en Guatemala, a través de una reforma del Decreto número 1610 del Congreso de la República de Guatemala, en la cual se incluya la creación de su respectivo reglamento. Dicha plataforma agilizará cualquier pretensión por parte de

empresas inscritas anticipadamente en la misma, proporcionándole la oportunidad de participar en un proceso de solicitud y análisis breve que le permita incorporarse al campo económico-comercial a través de la colocación de sus bienes y servicios por medio de las promociones comerciales e industriales.

A la vez ello coadyuvará a Gobernación Departamental pues sus procedimientos administrativos para autorizar y liquidar promociones comerciales serían más ágiles cuando necesite conocer nuevas solicitudes y verificar la información de las empresas; de tal manera pueda existir mejor control y transparencia en este ámbito. Para ello es necesario que dicha entidad posea una página web para operar la plataforma sugerida, inclusive con la creación de la misma estarían cumpliendo con las disposiciones contenidas en la Ley de Acceso a la Información Pública.

Cabe mencionar que se deberá regular además, por lo menos tres capacitaciones anuales a los trabajadores de Gobernación Departamental que desarrollan funciones directamente relacionadas con los procedimientos administrativos respecto a las promociones comerciales e industriales con el objetivo que puedan actualizarse en tan importante tema reforzando sus conocimientos en este tema puesto que el mismo se relaciona estrechamente con la tecnología que se encuentra en constante cambio y evolución.



ANEXOS



ANEXO I



INSTRUCTIVO PARA REALIZAR PROMOCIONES COMERCIALES

QUIEN PUEDE INICIAR EL TRAMITE:

Toda empresa o comercio lucrativo, que busque incrementar sus ventas, dar a conocer un producto, establecer la preferencia de sus consumidores, dar una nueva presentación de productos, etc.

QUIEN LO AMPARA:

Decreto 1610 del Congreso de la Republica.

DE LA SOLICITUD

- Dirigida al Gobernador Departamental de Guatemala (Ing. Luis Alfonso Palma Espinoza), con 20 días hábiles antes de iniciar la publicidad. (se adjunta formato de solicitud).
- Identificarse con todos los datos personales y señalar la calidad bajo lo que actúa.
- Nombre de la Promoción Comercial.
- Periodo de duración de la promoción.
- Mecánica o forma de participar.
- Detalle de los premios, indicando el valor unitario.
- Monto global al que ascienden los premios.
- Día, hora y lugar del sorteo ya sea por cupón o electrónico.

DOCUMENTOS QUE SE DEBEN DE ADJUNTAR:

- Fotocopia legalizada del Representante Legal, la cual debe encontrarse vigente inscrita ante el Registro Mercantil.
- Si fuera el caso, fotocopia legalizada de Patente de Comercio y fotocopia legalizada de documentos de identificación personal del propietario individual.
- Fotocopia legalizada de facturas de los premios ofrecidos, o en su caso proformas.

FORMA DE PRESENTAR LOS DOCUMENTOS:

- En folder tamaño oficio color rojo, se ingresa el expediente por medio de la oficina de Recepción de Documentos de esta Gobernación con la señora Scarlett Meyer extensión 115 de 9:00 a.m. a 17:30 horas.

DEL TRÁMITE DE PROMOCIONES CON SORTEO:



DEL TRAMITE DE PROMOCIONES DE CANJE Y RIFAS (INSTITUCIONES DE BENEFICENCIA)

- Primera resolución de trámite: donde se obliga a adquirir póliza de fianza por el valor de la promoción y pago del 3% del timbre fiscal y 10% de Impuesto sobre la Renta.
- Resolución final de autorización.
- Para darle seguimiento a su expediente o cualquier duda con promociones de canje comunicarse a la extensión 114 con la señora Lucrecia García.

PLAZOS DE DILIGENCIAMIENTO:

Después de presentada la solicitud con toda la información y requisitos de trámite: 8 días hábiles para dictar primera resolución de trámite (Fianza e Impuestos), si no cumple con los requisitos 8 días hábiles para dictar PREVIO, indicando que aspectos debe aclarar, ampliar o modificar.

LIQUIDACION DE PROMOCIONES:

Transcurridos 6 meses de la promoción, ya concluido el o los sorteos, el peticionario deberá presentar solicitud de liquidación de la promoción. Para más información comunicarse a la extensión 118 con la señora Brenda Antón, para requerir los requisitos respectivos.

FORMATO DE SOLICITUD:

Guatemala.....

Ingeniero
Luis Alfonso Palma Espinoza
Governador Departamental
Guatemala, Guatemala

Señor Gobernador:
Yo, RICARDO ANTONIO GONZALEZ HERNANDEZ (nombre completo), de XX años de edad, estado civil, nacionalidad, domicilio, me identifico con cedula de vecindad o DPI numero, actué en mi calidad de Gerente General de la entidad denominada XX, señalo lugar para recibir citaciones/notificaciones en (dirección), por este medio solicito autorización para llevar a cabo promoción comercial, de conformidad con el Decreto 1610 del Congreso de la Republica, de la siguiente forma.

NOMBRE DE LA PROMOCION: "XXX"

PERIODO DE DURACION
Del 20 de agosto al 12 de octubre de 2012.

REQUISITOS O MECANICA DE PARTICIPACION: XXX (OJO LA MECANICA DEBE SER CLARA U CONCISA)

DETALLE DE LOS PREMIOS:
25 televisores LCD, marca xxx, de 32", con un costo unitario de Q. 2,000.00, 100 ollas arroceras, marca xx, (otras características como tamaño, etc) con un costo unitario de Q. 300.00. Que incluye un año de garantía por.....

MONTO AL QUE ASCIENDEN LOS PREMIOS:
El monto total del que ascienden los premios es de Q. xxx (Incluido el IVA)

PERIODO DE ENTREGA DE PREMIOS DE CANJE:
Durante el periodo de duración de la promoción, hasta 6 meses más, inclusive al 12 de abril de 2013.

Sin otro particular, me suscribo.



ANEXO II



GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA

GUATEMALA, C.A.
TELÉFONO 2209-4545

Exp. Información Pública

Oficio Externo de Información Pública No. 827-2016

Referencia: Licda. Fuentes

Guatemala,
23 de mayo de 2016



Señorita
Jeaneth Divas
Guatemala, Guatemala

Señorita Divas:

Por este medio, se tiene por recibida solicitud presentada de forma escrita, de conformidad con el Decreto 57-2008 del Congreso de la República, Ley de Acceso a la Información Pública.

Para el efecto se da respuesta a cada uno de los puntos en que versa su solicitud:

1. Las leyes que deben tomarse en cuenta para autorizar promociones comerciales e industriales: El Decreto 1610 del Congreso de la República.
2. Cual es el procedimiento que lleva a cabo Gobernación Departamental para supervisar sorteos que llevan a cabo empresas internacionales y en los que participan consumidores guatemaltecos: En estos casos quien solicita la promoción debe estar acreditado en Guatemala (empresa o particular), debidamente inscrita y pagar la fianza de cumplimiento. El trámite básicamente es el mismo que en los demás casos, con la diferencia que el día y hora del sorteo, los representantes gubernamentales de cada país se conectan el línea, para realizar el sorteo delante de cada personero. Si fuera el caso de haber ganador en Guatemala, se facciona el acta, se hace constar si hubo o no ganador y se le identifica plenamente con todos sus datos personales.
3. Actualmente el Gobernador Departamental cumple con la disposición legal de intervenir en los sorteos: La actual administración, que asumió el cargo en Gobernación Departamental de Guatemala, Licenciado Iván Díaz López, desde el día 10 de marzo hasta el 10 de mayo de 2016, no había cumplido con enviar representante a los sorteos. Es a partir del 11 de mayo de 2016 que inicia enviando representantes a los sorteos, algunos internos y otros externos.
4. Indicar como verifica Gobernación Departamental las promociones en redes sociales y cual es el control que lleva en las mismas: De conformidad con el Decreto 1610 del Congreso de la República, el interesado en llevar a cabo una promoción comercial e industrial, por cualquier medio de comunicación, esta obligado a formular su solicitud ante la Gobernación Departamental jurisdiccional. Si la persona que lleva a cabo una promoción comercial e industrial, no cumple con este requisito, es responsabilidad de quien promueve. Es oportuno señalar que se ha intervenido en algunos casos, donde no cuentan con la autorización correspondiente y hay algún participante inconforme, que es quien se avoca a la Gobernación, para el acompañamiento y solución. Sin embargo, cabe mencionar que ninguna Gobernación Departamental e inclusive ni el Ministerio de Gobernación, cuenta con suficiente personal y una sección específica, para monitorear en los distintos medios de comunicación las promociones comerciales e industriales que se promueven.
5. Indicar con cuánto tiempo de anticipación a la fecha en que se desea iniciar con la publicidad de la promoción, debe presentarse la solicitud de autorización al Gobernador Departamental: En virtud que el Decreto 1610 del Congreso de la República, establece como plazo para resolver cualquier petición de promoción comercial e industrial, a los 8 días de su presentación, la institución gubernamental podría recibir la solicitud con 15 días de antelación a iniciar la campaña publicitaria. Sin embargo, en la administración recién pasada, como la actual, se están tomando mucho más tiempo para firma de expedientes, este plazo se ha ido ampliando con el tiempo, siendo hoy día necesario que lo presenten por lo menos dos meses antes de su inicio. Esto tomando en consideración, que la primera resolución de trámite es





GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA
GUATEMALA, C.A.
TELÉFONO 2209-4545

- única y exclusivamente para pago de fianza e impuestos; después de cumplidos estos requisitos, se procede a extender la resolución de autorización.
6. Cuál es la diferencia entre, promoción con sorteo, de canje y rifas: El Decreto 1610 del Congreso de la República, contempla lo referente a promociones comerciales e industriales, que es toda solicitud que dirige la industria o el comercio con el propósito de dar a conocer o introducir al mercado un producto nuevo, aumentar sus ventas, establecer la preferencia del consumidor por algún producto, así como una gran variedad mas de aspectos que interesan al mercadeo de cada una de las empresas solicitantes, con la finalidad principal del lucro. Ya sea que la promoción comercial sea de CANJE (entrega inmediata del premio mediante el canje en puntos específicos, o bien estar inserta en el mismo producto), o bien, por medio de sorteos, estando presente un personero de la entidad gubernamental que de fe de lo actuado y de la legalidad del mismo (ya sea a través de cupones o tómbolas electrónicas). Mientras que las rifas, las efectúan entidades de beneficencia, sin ánimo de lucro, con el único objetivo de agenciarse de fondos que les permitan continuar con el sostenimiento y funcionamiento de la obra o servicio social que realizan.
 7. A que impuestos están afectas las promociones comerciales e industriales, en que casos están exentas y cuál es su fundamento legal: Los pagos a los que están afectos los ganadores de los premios en las promociones comerciales e industriales e inclusive las rifas, es el 10% de Impuesto sobre la Renta –ISR- y el 3% del Timbre fiscal. Es oportuno hacer la aclaración, que en el tema de estos impuestos, los sujetos obligados son cada uno de los ganadores, no así la empresa patrocinadora. Sin embargo por cuestiones de mercadeo, la mayoría de empresas absorben dicho pago ante la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- y muchas veces de forma anticipada. La entidad gubernamental esta obligada a verificar que dichos pagos consten en el expediente, al momento de concluir la promoción y previamente a dar por liquidada la promoción comercial de que se trate.

Sin más al respecto, me es grato suscribirme de usted.

Atentamente,

Licda. Xiomara Fuentes
Encargada de Acceso a la Información Pública
Gobernación del departamento de Guatemala



c.c. archivo

ANEXO III

1032

1/2

CONVENIO LABORAL SUSCRITO CON EL COMITÉ DE TRABAJADORES DE LA GOBERNACION DEPARTAMENTAL DE GUATEMALA



Artículo 1. LAS PARTES. Son partes suscriptoras del presente convenio laboral las siguientes:

- a) El Comité Ad hoc de trabajadores de la Gobernación Departamental de Guatemala, que en representación de los trabajadores presupuestados suscribe el presente convenio.
- b) El Ministerio de Gobernación, en su calidad de autoridad nominadora, suscribe y acepta el presente convenio laboral.

Artículo 2. OBJETO DEL CONVENIO. El presente convenio tiene por objeto resolver por la Vía Directa las peticiones de los trabajadores relativos a los beneficios económicos derivados de las promociones comerciales, bingos eventuales y permanentes que las entidades benéficas, realizan con la autorización de la Gobernación Departamental de Guatemala.

Artículo 3. PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES. Tomando en cuenta que los salarios de los trabajadores de la Gobernación Departamental de Guatemala, son insuficientes para cubrir sus necesidades, las partes convienen que los trabajadores presupuestados participen de los honorarios o beneficios económicos percibidos al dar fe de la legalidad de los sorteos de las promociones comerciales, bingos eventuales y permanentes, que las entidades comerciales y de otra índole solicitan a la Gobernación Departamental.


Artículo 4. DERECHOS ADQUIRIDOS. Que la participación de los trabajadores presupuestados de la Gobernación Departamental de Guatemala, con relación a los beneficios económicos derivados de dichos sorteos, se vienen ejerciendo desde mil novecientos sesenta y seis, año de la promulgación del Decreto 1610 del Congreso, así como los bingos eventuales y permanentes, en esa consecuencia, **constituyen derechos adquiridos para los trabajadores** y que por medio del presente convenio laboral, el Ministerio reconoce y ratifica.



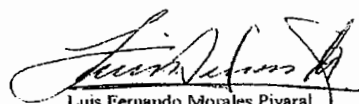
Artículo 5. Que además de los sorteos de las promociones comerciales, el presente convenio abarca a los **BINGOS EVENTUALES Y PERMANENTES** que las diversas entidades realizan con el visto bueno o aprobación de la Gobernación Departamental de Guatemala.


Artículo 6. VIGENCIA. Que dada la naturaleza de los eventos relacionados en el presente convenio, el mismo tiene una vigencia por tiempo indefinido, salvo que las partes solicitaren modificación de sus estipulaciones. En tal sentido, las estipulaciones del presente convenio no pueden ser disminuidos, tergiversados ni menoscabados por disposiciones que contravengan el presente convenio laboral.

Guatemala, 15 de abril 2003.


Dr. Adolfo Reyes Calderón
Ministro de Gobernación




Luis Fernando Morales Pivaral
Representante de Trabajadores


Celia Paz Zea
Representante de Trabajadores


Miguel Angel Chamale Boche
Representante de Trabajadores





ANEXO IV

G. 31073-20M-7-98/T.M.N.

1150

REFERENCIA

GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA GUATEMALA, C. A.

HONORARIOS POR REPRESENTACION

<u>VALOR DE PROMOCION:</u>	<u>MONTO A COBRAR:</u>
MENOR DE Q1,000.00	Q550.00
Q1,001.00 A Q5,000.00	Q700.00
Q5,001.00 A Q10,000.00	Q850.00
Q10,001.00 A Q20,000.00	Q950.00
Q20,001.00 A Q30,000.00	Q1,000.00
Q30,001.00 A Q50,000.00	Q1,250.00
Q50,001.00 EN ADELANTE	Q1,500.00

Roberto Stein L.

ING. ROBERTO STEIN L.
GOBERNADOR
Departamento de Guatemala



Lucrecia M. de Palomo

LUCRECIA M. DE PALOMO
GOBERNADORA
Departamento de Guatemala



ANEXO V



---TRALORÍA GENERAL DE CUENTAS, UNIDAD DE INFORMACIÓN PÚBLICA:
Guatemala, catorce de diciembre de dos mil quince.

ASUNTO: SEÑORITA JEANETH DIVAS, SOLICITA INFORMACIÓN DE LOS INFORMES DE AUDITORIA, REALIZADOS EN GOBERNACIÓN DEPARTAMENTAL DE GUATEMALA CON RELACIÓN A PROMOCIONES COMERCIALES E INDUSTRIALES EN GUATEMALA Y PROCEDIMIENTOS DE AUTORIZACIÓN, MODIFICACIÓN Y LIQUIDACIÓN DE PROMOCIONES O SORTEOS QUE CONOCE GOBERNACIÓN DEPARTAMENTAL, PERÍODO 2014-2015, DECRETO 1610 DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

Con sus antecedentes se tiene a la vista para resolver la solicitud que se identifica en el acápite; y

CONSIDERANDO: Analizada la solicitud de Información y cumpliendo con los requisitos que establece la Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto cincuenta y siete guión dos mil ocho (57-2008). Se tiene para su trámite la solicitud número doscientos treinta y ocho guión dos mil quince (238-2015), número de gestión 145633.

POR TANTO: Con fundamento en el artículo cuarenta y dos (42) numeral uno (1) y Artículo quince (15) de la Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto cincuenta y siete guión dos mil ocho (57-2008), establece que la Unidad de Información Pública, debe emitir resolución dentro de los diez días (10) siguientes: Esta Unidad **RESUELVE:**

Entregar a la señorita Jeaneth Divas, la información solicitada e identificada en el acápite, con base a la providencia **DAEE-PROV-374-2015, emitida por la Dirección de Auditoría de Entidades Especiales, de fecha nueve de diciembre de 2015, donde indica,** "...informando a la solicitante que:

1. La Dirección de Auditoría de Entidades Especiales participa en los sorteos ordinarios y extraordinarios que realizan las diferentes instituciones autorizados por Gobernación Departamental para la realización de loterías. Las entidades que poseen cuantadancia solicitan a la Contraloría General de Cuentas nombrar a un Auditor Gubernamental para la intervención en los mismos.
2. El Auditor Gubernamental debe velar por que se cumpla con los procedimientos establecidos para la realización de sorteos que regula el Código Civil en el Título XIX Loterías y rifas; apuestas y juegos.
3. Se analizan los estatutos de las entidades que efectúan sorteos, con la finalidad de conocer los procedimientos específicos a actividades que no se indican en el código civil.
4. El Auditor Gubernamental del resultado de la intervención, presenta informe de los sorteos."

Consta de un (1) folio numerado y sellado. **HÁGASE SABER.**

María de los Angeles Vásquez Rivera
Analista
Unidad de Información Pública





ANEXO VI



GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA
GUATEMALA, C.A.
TELÉFONOS: 2232-0625 / 26

REQUISITOS PARA SOLICITAR LA LIQUIDACION y/o CANCELACION DE PROMOCIONES COMERCIALES

1.- ESCRITO DIRIGIDO AL GOBERNADOR DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA INGENIERO LUIS ALFONSO PALMA ESPINOZA. IDENTIFICANDOSE EL PETICIONARIO CON TODOS SUS DATOS PERSONALES Y LA CALIDAD CON LA QUE ACTUA.

2.- FOTOCOPIAS DE ACTAS DEL REPRESENTANTE DE GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA, QUIEN DIO FE DE LA LEGALIDAD DEL SORTEO DE LA PROMOCION AUTORIZADA.

3.- FINIQUITO DE ENTREGA DE PREMIOS: ACTAS NOTARIALES ORIGINALES Y DECLARACIONES JURADAS DE LOS GANADORES, INDICANDO QUE RECIBIERON Y DISFRUTARON DEL PREMIO.

3.- FOTOCOPIAS DE RECIBOS DE PAGO DEL IRS Y FOTOCOPIA DE LA FIANZA DE LA ASEGURADORA.

4.- SI LOS PREMIOS NO FUERON RECLAMADOS POR LAS PERSONAS GANADORAS, ESTOS DEBEN SER ENTREGADOS A LA GOBERNACION DEPARTAMENTAL DE GUATEMALA.

ALGUNA DUDA SURGIDA DE LO ANTERIOR, PUEDE PREGUNTARLE AL ENCARGADO DEL PRESENTE TRAMITE.

NUMEROS TELEFONICOS: 2232 0625 y 26. Extensión 123.

Miguel Ángel Chámale Boche

Liquidación de Promociones Comerciales





BIBLIOGRAFÍA

AMARU MAXIMIANO, Antonio Cesar. Administración para emprendedores. México, D.F.: Ed. Pearson Educación, 2008.

CASTILLO GONZÁLEZ, Jorge Mario. Derecho administrativo, teoría general y procesal. 2011.

GARCÍA TREVIJANOFOS, José Antonio. Tratado de derecho administrativo: tomo II. Madrid, 1967.

IRIARTE & ASOCIADOS, Manual de procedimientos para realizar promociones comerciales en el Perú. Perú, 2015.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, Juan M. y Jiménez, Emilio. Introducción general al marketing. Barcelona, España: Ed. Norma, 1997.

Legislación:

Constitución Política de la República de Guatemala. Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

Código Civil. Decreto Ley 106 de Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, 1963.

Código Procesal Civil y Mercantil. Decreto Ley 107 de Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, 1963.

Código de Comercio. Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala, 1970.



Disposiciones para efectuar Promociones Comerciales e Industriales en la República. Decreto 1610 del Congreso de la República de Guatemala, 1966.

Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Decreto 06-2003 del Congreso de la República de Guatemala, 2003.

Ley del Organismo Ejecutivo. Decreto 114-97 del Congreso de la República de Guatemala, 1997.

Ley del Organismo Judicial. Decreto 2-89 del Congreso de la República de Guatemala, 1989.

Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor y Usuario. Acuerdo Gubernativo número 777-2003 de la Presidencia de la República de Guatemala, 2003.