

# Relación entre Marketing Y Derecho

Como se menciona en la lectura de la plataforma, y los conceptos de derecho tanto natural como positivo, podemos saber y estar conscientes que el derecho es algo que estará por siempre en nuestro día a día, además, siempre relacionado con lo laboral, pues para cada acción y decisión que tomemos como profesionales habrá una contraparte en cuanto a leyes y normas que deberemos seguir, pues como bien lo dice la definición es algo que norma y rige la convivencia y comportamiento humano en general.

Es tarea de los líderes en apoyo con cada eslabón organizativo integrar y relacionar cada parte de la misma, desde los niveles más bajos hasta los altos directivos, deben tener una relación y comunicación buena para que las cosas marchen de la mejor manera. Teniendo siempre presente la asesoría y el cumplimiento de las leyes y normas previamente establecidas por la Asamblea y los órganos pertinentes en cuanto a estos temas.

Tratando de mostrar la relación que se tiene y siguiendo indicaciones de la actividad se trata de mostrar una parte (Pues investigando se encuentra la gran relación en muchas áreas del Marketing y Derecho) de la relación que hay dividiendo el tema respecto a las llamadas y muy conocidas 4 “P” del Marketing.

Leyes encontradas directamente relacionadas con la actividad Económica:

- Ley de Competencia y su Reglamento (Incluye el antimonopolio)
- Ley de Protección al consumidor

Ambas tienen incidencias en cuanto a precios, competencia desleal, publicidad errónea, entre otros directamente relacionados a estas actividades. Además, el Art. 36 de esta misma ley (de competencia) menciona los diferentes entes fiscalizadores para diversos rubros. Siendo la relación entre la Superintendencia de competencia y el Órgano Ejecutivo a través del Ministerio de Economía.

Producto: El Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor **sancionó** a la sociedad Telemovil El Salvador, S.A. de C.V. (Tigo), imponiendo una multa de **\$ 16,590.00**, equivalente a 70 salarios mínimos mensuales urbanos en la industria por la comisión de la **infracción grave** al art. 43, literal g), y art. 31 literal b) de la Ley de Protección al Consumidor, al **ordenar la difusión de publicidad engañosa o falsa.**

[\(https://www.defensoria.gob.sv/tribunal-sancionador-de-la-defensoria-del-consumidor-sanciona-a-telemovil-tigo-por-publicidad-enganosa/\)](https://www.defensoria.gob.sv/tribunal-sancionador-de-la-defensoria-del-consumidor-sanciona-a-telemovil-tigo-por-publicidad-enganosa/)

Precio: A esta “P” podemos encontrar directa relación con el capítulo I, título III de la Ley de Competencia, en el Art. 25 el cual establece las prácticas no permitidas en cuanto a competencia (competidores), establecimiento por acuerdo de precios, fijación o limitación en cuanto a cantidad producida, división del mercado, etc. Como ejemplo de esta parte, podemos mencionar a la empresa DIZUCAR, que enfrenta una multa de más de un millón no

estrictamente por ser un monopolio (posee el 90% de participación en el mercado) sino por la diferenciación injusta que hace respecto a precios.

Además, entre no competidores también hay leyes que rigen el comportamiento, se puede leer el Art.26 para profundizar esta parte.

Plaza: Telefónica Móviles El Salvador, S. A. de C. V., cometió la práctica anticompetitiva descrita en el Art. 30 letra a) de la Ley de Competencia, al haber obstaculizado la entrada de nuevos competidores o la expansión de los existentes en el mercado de los servicios intermedios de tráfico internacional entrante para la terminación en las redes de Telefónica en El Salvador. <http://app.sc.gob.sv/caso.php?id=124>

Algo por resaltar en esta parte es lo siguiente: La constitución de la república no prohíbe el monopolio, lo que evita es que el Estado favorezca o promueva la creación de consorcios con exclusividad. (<https://www.transparenciaactiva.gob.sv/empresas-multadas-por-practicas-anticompetitivas-continuan-en-deuda>). Además, hablando de canales digitales no hay una ley que rija estrictamente esto, además, no hay impuesto exclusivos o específicos para este rubro

Promoción: Un ejemplo de mal uso de esta P, puede ser la empresa Digicel, que realizó publicidad engañosa y esto trajo consigo multas para la compañía.

Alumno: *Grande Cobar María Gabriela.*