

ACUERDO GUBERNATIVO NO. 127-2002

Guatemala, 18 de abril de 2002

El Presidente Constitucional de la República de Guatemala,

CONSIDERANDO:

Que para el cumplimiento del Código de Salud, Decreto 90-97 y sus reformas contenidas en el Decreto 50-2000 del Congreso de la República, en materia de publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, se requiere de un reglamento que establezca la competencia y las responsabilidades de quienes intervengan en la autorización y ejecución de la publicidad que se realice por los medios de comunicación social, con respecto a esos productos de consumo humano.

CONSIDERANDO:

Que en cumplimiento del artículo 244 del Código de Salud, procede emitir el reglamento para regular la publicidad en medios escrito, gráfico, radial, televisivo, eléctrico o electrónico y unidades móviles, que inciten al consumo de las bebidas alcohólicas a que se refiere dicho Código.

POR TANTO

En ejercicio de las funciones que le confiera el artículo 183 incisos a) y e) de la Constitución Política de la República de Guatemala; artículo 244 del Decreto 90-97 del Congreso de la República, Código de Salud y artículo 27 inciso j) del Decreto 114-97 del Congreso de la República, Ley del Organismo Ejecutivo.

ACUERDA:

Emitir el siguiente:

"REGLAMENTO DE LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS, VINOS, CERVEZAS Y BEBIDAS FERMENTADAS"

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1. Fines fundamentales.

Conforme a lo establecido en la Constitución Política de la República de Guatemala y en el Código de Salud, son fines fundamentales de este reglamento:

- a) Proteger la salud de los habitantes, en relación con los riesgos que conlleva el exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.
- b) Proteger a los consumidores y a los habitantes en general, frente a la publicidad que estimule el consumo de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas;
- c) Proteger a los habitantes, en cuanto a los lugares donde se consumen estos productos.

ARTICULO 2. Campo de aplicación y responsabilidad.

Las personas individuales o jurídicas, nacionales o extranjeras que produzcan, fabriquen, importen, distribuyan y comercialicen bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, para consumo en el territorio nacional, los agentes o intermediarios de su publicidad y los medios de comunicación social, están sujetos a lo que dispone este reglamento.

ARTICULO 3. Normas, procedimientos y formularios.

Es responsabilidad de la Dirección General de Regulación, vigilancia y Control de la Salud, a través del Departamento de Regulación y Control de Alimentos, establecer los procedimientos y diseñar los formularios para las solicitudes de la publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, así como el control de los lugares permitidos para el consumo.

Los formularios deben ser claros, objetivos y deberán indicar los documentos que deben adjuntarse a la solicitud. Las solicitudes deberán ser resueltas en un plazo no mayor de treinta (30) días contados a partir de la fecha de recepción. El funcionario o empleado que no observe dicho plazo, será responsable conforme a la Ley de Servicio Civil.

ARTICULO 4. Inspecciones y autorizaciones de establecimientos para consumo.

Corresponde a la Dirección General del Sistema Integral de Atención en Salud -SIAS- a través de las Coordinaciones de los Distritos Municipales de Salud, la autorización de los lugares destinados para el consumo de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas y realizar las inspecciones a dichos establecimientos, en los horarios de funcionamiento de los mismos, con el objeto de verificar el cumplimiento del presente reglamento.

El propietario o responsable del establecimiento, deberá permitir a los funcionarios de salud, debidamente identificados, realizar las inspecciones en el mismo y en caso contrario, se aplicarán las sanciones correspondientes.

A partir de la vigencia del presente reglamento, no podrá autorizarse establecimientos de consumo de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, en un radio no menor de quinientos metros (500 metros) de establecimientos educativos, del nivel preescolar, pre-primario, primario, medio, y universidades, instalaciones o complejos deportivos, instituciones de asistencia hospitalaria y centros de recreación.

ARTICULO 5. * Definiciones técnicas.

Para fines de aplicación de este reglamento, se entiende por :

Anuncio. Comunicación dirigida al público, cuyo objetivo es vender un producto o servicio y generar interés hacia algo. Es un mensaje publicitario, gráfico, radial, televisivo o cinematográfico.

Anunciar. Comunicar a través de los anuncios.

Anunciante. Persona individual o jurídica, que utiliza los medios publicitarios para dar a conocer cualquier producto o servicio con fines comerciales, informativos o sociales. El que se anuncia por medio de la publicidad. Cliente de una agencia publicitaria o de un medio masivo de comunicación existente en el territorio nacional.

Anunciantes de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas. Persona individual o jurídica, que realiza publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.

Autorización de publicidad. Permiso o consentimiento que otorga la entidad autorizada para permitir toda aquella publicidad relacionada con las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.

Bebidas alcohólicas. Son todas las bebidas que contengan más de cero punto cinco por ciento (0.5%) de alcohol por volumen.

Comerciante. Quien ejerce un nombre propio y con fines de lucro, cualquier actividad que se refiera a:

- a) La industria dirigida a la producción o transformación de bienes y a la prestación de servicios;
- b) La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios;
- c) La banca, seguros y fianzas; y,
- d) Las auxiliares de las anteriores.

Comerciante de bebidas alcohólicas. La persona individual o jurídica que expende bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas al consumidor final.

Marca. Cualquier signo denominativo, figurativo, tridimensional o mixto perceptible visualmente, que sea apto para distinguir los productos o servicios de una persona individual o jurídica de los de otra.

Emblema. Un signo figurativo que identifica y distingue a una empresa, a un establecimiento mercantil o a una entidad.

Difundir. Es el hecho de divulgar mensajes publicitarios de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, mediante los diversos medios de comunicación social en los lugares públicos.

Distribuidor. Persona individual o jurídica que por cuenta propia, vende, distribuye, promueve, expende o coloca bienes consistentes en bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, en sus diferentes presentaciones, de una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, llamada principal a quien está ligada por un contrato de distribución o representación.

Distribución gratuita. Toda actividad que implique la entrega gratuita de productos de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, en cualquiera de sus presentaciones, bienes o servicios que lleven nombre o marca registrada de dichos productos.

Distribución promocional. Toda actividad publicitaria, de mercado encaminada a la búsqueda del aumento de ventas, que impliquen la distribución gratuita de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, así como cualquier otro bien o servicio cuya finalidad sea la promoción del nombre o marca registrada de dichos productos o marca registrada.

Empaque. Embalaje diseñados específicamente para fines del transporte de las bebidas alcohólicas, vinos, cerveza y bebidas fermentadas.

Envase. Todo recipiente que tiene contacto con bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, con la misión específica de protegerlo de su deterioro, contaminación o adulteración y facilitar su manipulación.

Etiqueta o rótulo. Toda inscripción, leyenda o disposición que se imprima, adhiera, o grave en la tapadera del envase, en el empaque, o en el embalaje de un producto de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, que identifica a dicho producto, pudiendo haber varias de ellas en el mismo envase.

Espacios de publicidad. Es el tiempo o área utilizada para anunciar una marca en los diferentes medios de comunicación social.

Fabricante. Es la persona individual o jurídica que elabora las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas para consumo.

Historia del proyecto. Traducción aproximada del americanismos "Story board".

Letra ARIAL BLACK MAYÚSCULA NUMERO DOCE (12). Es un diseño específico de tipografía, el cual establece el tamaño del tipo de letra.

Medios de comunicación social. Son todas las formas o mecanismos de comunicación social, escritos, gráficos, radiales, televisivos, eléctricos o electrónicos, cine y unidades móviles, tales como la radio, cine, televisión, periódicos, revistas, folletos e internet, utilizados para la transmisión de cualquier tipo de información, como los mensajes publicitarios de las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.

Importador. Es la persona individual o jurídica, sea propietaria o no que interna bajo su responsabilidad y por su cuenta al territorio nacional, bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.

Promoción. Actividades estratégicas de las marcas de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, para un tiempo determinado, mediante el otorgamiento de premios, rifas y descuentos, con el fin de elevar las ventas de un producto.

Publicidad. Conjunto de medios que se emplean para la divulgación de anuncios de carácter comercial.

Publicidad por medio escrito. Toda aquella publicidad que se realiza mediante documentos, manuscritos, cartas mecanografiadas o impresos, que aparecen divulgados a través de internet, periódicos, revistas, volantes, vallas suplementos y programas de eventos especiales.

Publicidad por medio gráfico. Toda aquella que se realiza por medio de figuras, signos o expresiones, pertenecientes o relativos a la escritura o la imprenta, que aparecen divulgados a través de afiches, pósters, vallas, afiches colgantes, afiches de pared, afiches de exhibidores, mantas, medios electrónicos, internet y otros.

Publicidad por medio radial. Toda aquella publicidad que se proyecte por la radio nacional en sus diferentes frecuencias, radios comunitarias, circuito cerrado y cualquier otra modalidad que pueda surgir en el futuro.

Publicidad por medio cinematográfico. Toda aquella publicidad que se proyecte en los cines por medios y en lugares similares.

Publicidad por medio televisivo. Toda aquella publicidad que es transmitida por la televisión local, nacional, circuito cerrado y por cable, pauta para ser transmitida en el territorio nacional.

Publicidad por medio eléctrico o electrónico. Toda aquella publicidad que se realice, por medio de rótulos luminosos e internet.

Publicidad por medio de unidad móvil. Es la divulgada en la vía pública, utilizando cualquier medio de transporte terrestre, aéreo o marítimo.

Publicidad o propaganda exterior. Es aquella publicidad o propaganda proyectada en la vía pública.

Publicidad conceptual. Toda aquella publicidad que lleva como objetivo básico posicionar las marcas a través de mensajes estratégicos no promocionales.

Publicidad promocional. Toda aquella publicidad cuyo objetivo es apoyar y divulgar actividades tácticas de las marcas por un tiempo determinado.

Producción mensual del fabricante. La totalidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas para consumo nacional, elaboradas durante un período de tiempo comprendido de cuatro a cinco semanas.

Programación infantil. Es toda aquella programación o publicidad transmitida por radio, televisión, cable o cualquier otro medio, cuyo contenido esté dirigido a niños.

Leyenda de advertencia. Son las leyendas que se incluirán en la publicidad y empaque de los productos a que se refiere eléctrico o presente reglamento, que aparecen a continuación:

"EL EXCESO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES DAÑINO PARA LA SALUD DEL CONSUMIDOR"

"EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO CAUSA SERIOS DAÑOS A LASALUD"

*Reformado el párrafo 38 por el Artículo 1, del Acuerdo Gubernativo Número 49-2003 del Presidente de la República.

CAPITULO II

DE LA DEPENDENCIA RESPONSABLE DE LA AUTORIZACION DE LA PUBLICIDAD DE LAS BEBIDAS ALCOHOLICAS, VINOS, CERVEZAS Y BEBIDAS FERMENTADAS.

ARTICULO 6. Autorización de la publicidad.

La publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas que se realice por medio escrito, gráfico, radial, televisivo, eléctrico o electrónico, cinematográfico, unidades móviles y cualquier otro medio, deberá ser autorizada por el Departamento de Regulación y Control de Alimentos.

Los medios de comunicación, previamente a la difusión de cualquier trabajo publicitario sobre el particular, deberán exigir a los anunciantes la autorización de publicidad. La autorización tendrá una vigencia de tres meses, contados a partir de la notificación de la resolución que la autorice, debiéndose renovar con ocho días de anticipación para poder continuar difundándose.

ARTICULO 7. * De la solicitud para la autorización.

Los interesados en hacer publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, deberán solicitar la autorización de publicidad por escrito ante el Departamento de Regulación y Control de Alimentos. La solicitud deberá estar acompañada de las copias del material publicitario, de la manera siguiente:

- a) Para material radiado, presentará el texto del guión de radiado, presentará el texto del guión de radio, conteniendo la pieza a evaluar.
- b) Para material televisivo, presentará dos copias de la historia del proyecto de anuncio publicitario a evaluar.
- c) Para publicidad por medio cinematográfico, presentará dos copias del proyecto referido al anuncio publicitario a evaluar.
- d) Para material impreso, presentará dos bocetos debidamente protegidos. La presente disposición rige para afiches, anuncios de prensa, vallas publicitarias, mantas volantes y folletos.

Cada una de las copias deberá estar debidamente identificada, con el nombre del anunciante y el propósito de la pieza publicitaria.

*Reformado el inciso b) por el Artículo 2, del Acuerdo Gubernativo Número 49-2003 del Presidente de la República.

ARTICULO 8. Criterios de aprobación.

Constituyen criterios para la aprobación de la publicidad a que se refiere este reglamento, los contenidos en los incisos a), c), d), e), f), g), h), del artículo 49 del Código de Salud. Dichos criterios deberán ser aplicados para la autorización correspondiente.

ARTICULO 9. Procedimiento para la autorización.

Recibida la solicitud, si cumple los requisitos exigidos, el Departamento de Regulación y Control de Alimentos procederá a resolverla. La resolución podrá aprobar o improbar la publicidad propuesta; o en su caso recomendar los cambios que se requieran.

ARTICULO 10. Obligatoriedad.

Es prohibida la comercialización de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, en territorio guatemalteco, cuando sus envases no cumplan con lo establecido en el artículo 49 del Código de Salud y este reglamento. Es responsabilidad de los fabricantes e importadores, velar porque los productos que produzcan o internen al país para su comercialización, cumplan con las disposiciones contempladas en la ley.

ARTICULO 11. Advertencia en la parte frontal del envase.

Las leyendas de advertencia, cuando se trate del envase del producto, deberán ser visibles, escritas en idioma español, con tipo de letra Arial Black mayúscula número doce (12) como mínimo, claramente legible y que ocupe el veinticinco por ciento (25%) en la parte inferior de la cara frontal de su presentación.

ARTICULO 12. Uso de las leyendas advertencia.

Las leyendas de advertencia: "El exceso en el consumo de este producto es dañino para la salud del consumidor" y "El consumo de este producto causa serios daños a la salud", serán aplicadas en la publicidad de conformidad con el artículo siguiente.

CAPITULO III

DE LA PUBLICIDAD DE LAS BEBIDAS ALCOHOLICAS, VINOS, CERVEZAS Y BEBIDAS FERMENTADAS

ARTICULO 13. Advertencias sanitarias sobre la publicidad de las bebidas alcohólicas.

Los fabricantes importadores, distribuidores y anunciantes de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, nacionales o importadas, quedan obligados a:

a) En la publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, los fabricantes e importadores incluirán en la cara frontal del envase, etiqueta o embalaje, la leyenda: EL EXCESO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES DAÑINO PARA LA SALUD DEL CONSUMIDOR, la cual deberá estar escrita en idioma español y en letra arial black mayúscula número doce (12), como mínimo, claramente legible, que ocupe un veinticinco por ciento (25%) de la cara frontal de los mismos. En el caso de los envases de un octavo la etiqueta podrá ser adherida en la parte posterior del mismo. El contenido de los ingredientes se deberá incluir en las etiquetas en el caso de las bebidas alcohólicas destiladas preparadas, como los cócteles, cremas y pluces.

b) En medios televisivos, eléctricos o electrónicos. En los anuncios televisivos, eléctricos o electrónicos, los anunciantes deberán incluir al inicio del anuncio, la advertencia "El exceso en el consumo de este producto es dañino para la salud del consumidor", y al final "El consumo de este producto causa serios daños a la salud" por medio de mensaje oral y teletexto, no menor de dos segundos de duración en cada caso.

c) En los medios radiales. La publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, que se realice a través de las cuñas radiales, deberá incluirse al inicio y al final una frase verbalizada, con la advertencia general que indica "El consumo de este producto causa serios daños a la salud".

d) En los medios escritos. La publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, que se realice a través de los medios escritos, deberá llevar impresa en la parte inferior, la advertencia "El consumo de este producto causa serios daños a la salud; de acuerdo a las especificaciones en el artículo 49 inciso e) del Código de Salud, la cual deberá ocupar el diez por ciento (10%) del tamaño del anuncio.

e) En las vallas publicitarias. La publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas, que se realice en vallas publicitarias, debe llevar impresa en la parte inferior del anuncio la advertencia: "El consumo de este producto causa serios daños a la salud"; dicha advertencia ocupará el diez por ciento (10%) del espacio publicitario.

Cuando se trate de vallas publicitarias eléctricas o electrónicas, deberá incluirse al inicio del anuncio, la advertencia: "El exceso en el consumo de este producto es dañino para la salud del consumidor" y al final, "El consumo de este producto, causa serios daños para la salud", por medio de teletexto no menor de dos segundos de duración en cada caso.

f) En las unidades móviles: La publicidad de las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas que se realice en unidades móviles, por medio de altoparlantes o cualquier otro medio, deberá indicar al inicio y al final de la nota publicitaria la advertencia: "El consumo de este producto causa serios daños a la salud".

g) En los medios cinematográficos. En los anuncios de cines u otros medios similares, los anunciantes deberán incluir al inicio del mismo "El Exceso en el consumo de este producto es dañino para la salud del consumidor"; y al final, la advertencia: "El consumo de este producto causa serios daños a la salud", por medio de un mensaje oral y teletexto de dos segundos de duración como mínimos en cada caso. Dicha publicidad únicamente puede ser autorizada en los espacios destinados para funciones de adultos.

ARTICULO 14. Monitoreo de la publicidad de las bebidas alcohólicas.

La Dirección General del Sistema Integral de Atención en Salud y La Dirección General de Regulación, Vigilancia y Control de la Salud, por conducto de las Direcciones de las Áreas de Salud y del Departamento de Regulación, Vigilancia y Control de la Salud, respectivamente, serán las responsables de monitorear el cumplimiento de las disposiciones relacionadas con la publicidad de las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas de la siguiente manera:

a) Las Direcciones de las Áreas de Salud, por conducto de los Inspectores de Saneamiento Ambiental en sus respectivos Distritos Municipales de Salud, realizarán inspecciones a los establecimientos que expenden bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas; y constarán en cines, afiches, vallas publicitarias, radio emisoras locales y unidades móviles, para determinar si las advertencias han sido incorporadas en dichos medios publicitarios, así como en los envases, etiquetas o embalajes. Las sanciones correspondientes en caso de infracciones, serán aplicadas de conformidad con lo que establece el Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y el Código de Salud.

b) El Departamento de Regulación y Control de Alimentos, será responsable de monitorear al azar, las estaciones de radio y televisión, para cerciorarse si se está cumpliendo con lo estipulado respecto a la publicidad de las bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas y la vigilancia de los demás medios de comunicación social utilizados para la publicidad de los productos a que alude el presente reglamento, debiendo aplicar las sanciones correspondientes en caso de incumplimiento.

ARTICULO 15. * De las Limitaciones y prohibiciones de la publicidad y su control.

Los Inspectores de Saneamiento Ambiental de las Direcciones de las Áreas de Salud, tendrán facultades para supervisar las prohibiciones indicadas en el artículo 49 del Código de Salud.

Prohibición de publicidad demostrando consumo. En la publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas no se demostrará el consumo directo de los mismos por medio de modelos humanos, dibujos animados, atletas deportivos y personajes públicos.

Prohibición publicidad interior y exterior. No se podrá colocar publicidad o propaganda exterior de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas en un radio no menor de quinientos (500) metros alrededor de las entradas y salidas de establecimientos educativos de nivel preescolar, pre-primario, primario, medio y universidades, instalaciones o complejos deportivos, instituciones de asistencia hospitalaria y centros de recreación. Tampoco se podrá colocar publicidad en el interior de dichos establecimientos.

Publicidad por medios radiales y televisivos. La publicidad de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas por medio radial y televisivo no se efectuará en programación infantil.

Publicidad escrita. Queda prohibida toda publicidad en material escrito, destinado exclusivamente a jóvenes y niños.

Publicidad de promociones. Queda prohibida la publicidad de promociones que anuncien la distribución gratuita: a) de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas y b) de bienes o servicios que lleven nombre o marca registrada de dichos productos en todo el territorio nacional.

*Reformado el cuarto párrafo por el Artículo 3, del Acuerdo Gubernativo Número 49-2003 del Presidente de la República.

ARTICULO 16. Promoción de las advertencias sobre bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas.

Los responsables de los establecimientos públicos y privados a que se refieren los artículos 50 y 126 del Código de Salud elaborarán y reproducirán rótulos publicitarios no menores de seis pulgadas de alto y catorce de ancho, en carboncillo o papel auto adherible, para ser ubicados dichos lugares con los siguientes mensajes:

- a) Prohibido ingerir bebidas alcohólicas.
- b) Prohibida la venta de bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas a menores de dieciocho (18) años.
- c) Prohibido ingerir bebidas alcohólicas, vinos, cervezas y bebidas fermentadas (en parqueos públicos, parqueos exclusivos de establecimientos de expendio de alimentos y/o licores y vía pública)

CAPITULO IV

DE LAS INFRACCIONES, SANCIONES Y PROCEDIMIENTOS

ARTICULO 17. Infracción y sanción.

Todo incumplimiento por acción u omisión por parte de los fabricantes, importadores, distribuidores y anunciantes de bebidas alcohólicas, de las disposiciones que en materia de publicidad contenidas en el Código de Salud, sus reformas contenidas en el Decreto 50-2000 y el presente reglamento, se considerará infracción sanitaria que se sancionara de conformidad a lo establecido en la ley.

CAPITULO V
DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 18. Vigencia.

Este reglamento entrará en vigencia el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial.

COMUNIQUESE

ALFONSO PORTILLO

**EL MINISTRO DE SALUD PUBLICA
Y ASISTENCIA SOCIAL
MARIO R. BOLAÑOS DUARTE**

**EL SECRETARIO GENERAL DE
LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
JOSE LUIS MIJANGOS CONTRERAS**