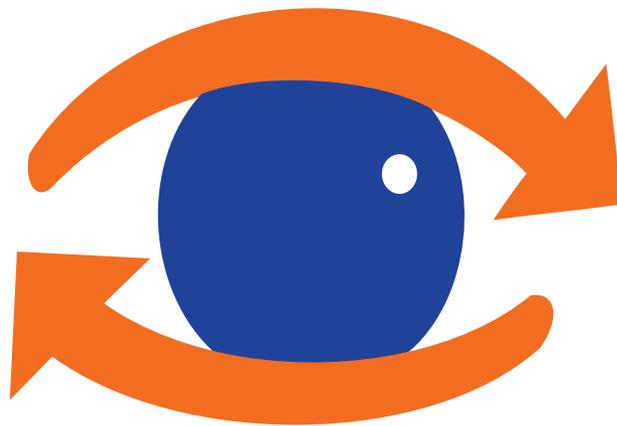


Memoria

2 0 1 3



www.acodeco.gob.pa



ACODECO
AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

MEMORIA 2013

ÍNDICE

CARTA DE PRESENTACIÓN.....	5
SIGNIFICADO DEL LOGO	7
I. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	17
A. DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	19
1. DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN	19
2. DEPARTAMENTO DE VERIFICACIÓN	25
3. DEPARTAMENTO DE METROLOGÍA	28
4. DEPARTAMENTO DE DEFENSORÍA DE OFICIO	35
5. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN AL CONSUMIDOR	37
6. DEPARTAMENTO DE CONCILIACIÓN.....	41
7. DECISIÓN DE QUEJAS.....	51
B. ACTIVIDADES RELEVANTES DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	54
C. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS QUE PARTICIPÓ LA DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	55
D. COORDINACIÓN DE REGIONALES	56
II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	71
A. INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS	73
1. PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS.....	73
2. CASOS JUDICIALES	80
3. CONCENTRACIONES ECONÓMICAS	83
4. CONCRECIÓN Y EJECUCIÓN DE TRANSACCIONES.....	86
5. AUDITORÍAS.....	88
6. ATRIBUCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY.....	89
7. ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA	92
8. INFORMES Y NOTAS TÉCNICAS.....	92
9. ANÁLISIS PRELIMINAR DE COMPETENCIA DE ACODECO EN LOS SECTORES REGULADOS	93
10. RESUMEN DE ANÁLISIS FINANCIEROS.....	94
11. CONCEPTOS FAVORABLES SOLICITADOS POR ASEP	94

B. OTRAS ACTIVIDADES	94
C. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS CUALES PARTICIPÓ LA DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA	105
D. DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN DE PRECIOS Y VERIFICACIÓN.....	106
III. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS	119
A. OFICINA DE ASESORÍA LEGAL.....	121
B. SECRETARÍA GENERAL.....	126
C. JUZGADO EJECUTOR.....	128
D. UNIDAD INFORMÁTICA	131
E. RELACIONES PÚBLICAS	133
F. OFICINA INSTITUCIONAL DE RECURSOS HUMANOS	135
G. DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	138
1. DEPARTAMENTO DE ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA.....	138
2. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD	139
3. UNIDAD DE ALMACÉN.....	140
4. DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES.....	141
5. UNIDAD DE SEGURIDAD	141
6. UNIDAD DE TRANSPORTE.....	142
7. UNIDAD DE REPRODUCCIÓN Y FOTOCOPIADO	144
8. DEPARTAMENTO DE TESORERÍA.....	145
9. DEPARTAMENTO DE PRESUPUESTO	147
10. DEPARTAMENTO DE COMPRA Y PROVEEDURÍAS	148
11. DEPARTAMENTO DE BIENES PATRIMONIALES	149

CARTA DE PRESENTACIÓN

Panamá, 3 de enero de 2014

Honorable Diputado
SERGIO R. GÁLVEZ E.
PRESIDENTE
Asamblea Nacional
E. S. D.

Atendiendo a lo establecido en nuestra Constitución Política, presento a consideración de la Honorable Asamblea Nacional de Diputados el Informe Anual de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia ACODECO, correspondiente al período noviembre 2012 a octubre 2013.

Me permito exponer en el presente informe las principales actividades y logros que la ACODECO ha desarrollado en favor de los consumidores nacionales y la defensa de la competencia en nuestro país.

Del Honorable Señor Presidente, con las muestras de mi más distinguida consideración.

Atentamente;

PEDRO M. MEILÁN N.
Administrador General



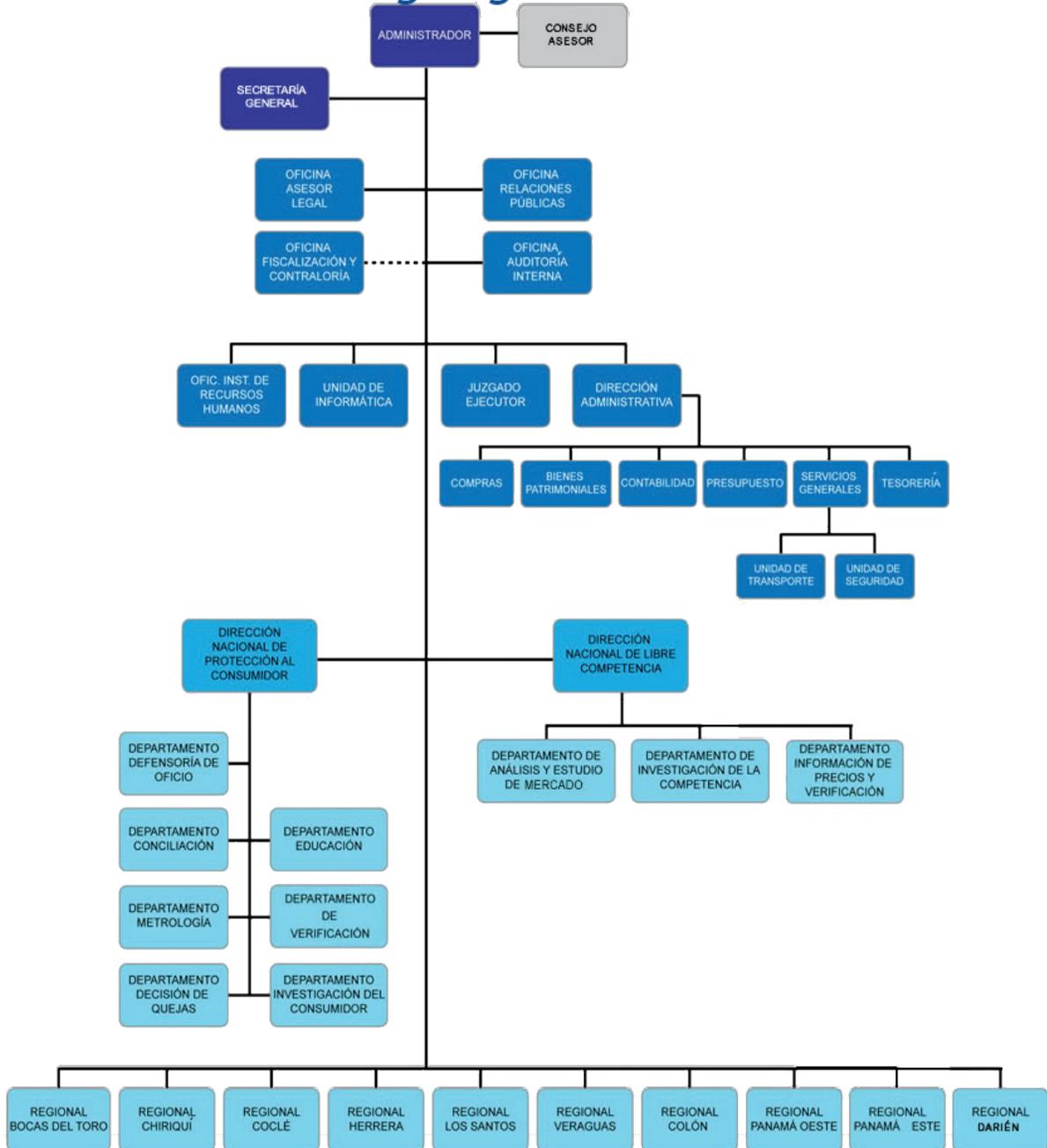
SIGNIFICADO DEL LOGO

Sobre un campo blanco representativo de la transparencia, un globo celeste que representa la unidad institucional.

Las flechas naranjas que representan la constante actividad, en forma de arco, se mueve en una dirección y en otra en sus tareas de protección al consumidor y defensa de la competencia.

Los tres elementos, al conjugarse, representan la figura de un ojo vigilante hacia distintas direcciones para ejercer su autoridad.

Organigrama



Niveles Estructurales

Nivel Político Directivo

Pedro M. Meilán N.
Administrador General

Nivel Coordinador

María Adan
Secretaria General

Nivel Ejecutor

Oscar García Cardoze
Director Nacional de Libre Competencia

Elías Elías Cabrera
Director Nacional de Protección al Consumidor

Nivel de Apoyo

Margarita S. de Ramos
Directora Administrativa

Yoseline Patterson
Jefa de Recursos Humanos

Hildegarde Herrera
Jefa de Relaciones Públicas

Roberto Will Guerrero
Juez Ejecutor

Eduardo Gutiérrez
Jefe de Informática

Nivel Asesor
Dayra Vial
Asesora Legal

Nivel de Fiscalización

Israel L. Ortiz
Jefe de Auditoría de la Contraloría

Yadira Almario
Jefa de Auditoría Interna

Coordinación de las Regionales

José Carrizo
Coordinador de Regionales

Administradores Regionales

Nicolás Serrano Elizabeth Lee
Bocas del Toro

Gabriel Zurita
Colón, EncargadaCoclé

Alexis Ortega
Chiriquí

Roy Sandoval
Herrera

Edward Almaza
Los Santos

Rolando Murgas
Veraguas

Arlene Castillo
Panamá Oeste, Encargada

Irene Vásquez
Panamá Este

Yariela De León
Darién



Excelentísimo Señor Ricardo Martinelli Berrocal
Presidente de la República



Pedro M. Meilán N.
Administrador General

I. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR



A. DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

1. DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

ACODECO tiene como uno de sus fines primordiales educar y orientar a los consumidores, para que las relaciones de consumo entre los proveedores y los mismos sean equilibradas y transparentes, dándoles a conocer sus derechos y deberes a través de los programas educativos, para crear una conciencia crítica y de consumo responsable.



Capacitación a Jubilados



Orientación a Proveedores

Principales Actividades del Departamento de Educación a Nivel Nacional Fecha: Noviembre 2012–Octubre 2013

Indicadores	Total
Consultas Educativas	97
Capacitaciones	56
Jornadas Educativas	175
Participación en Medios de Comunicación	301

1.1. Consultas Educativas:

Para el período de noviembre 2012 a octubre 2013 se atendió un total de 671 personas en el Departamento, así como en las jornadas educativas y en los eventos de ferias que se realizan a nivel del área metropolitana.

1.2. Programas de Capacitación:

Los programas de capacitación permiten conocer no sólo sobre los Derechos y Deberes que les otorga la Ley, sino sobre otros temas, como por ejemplo: Vivienda, Presupuesto Familiar, Contratos, Ley 6, Garantía, etc. También estos programas han llegado a las aulas escolares desde primaria hasta universidades, tanto públicas como privadas. Igualmente a través del ACODECO Tour se capacita a grupos de personas que se les invita a conocer sobre los trabajos que realizan los colaboradores de ACODECO. Con estos programas se logró beneficiar un total de 2,747 personas.



Capacitación en las Aulas Escolares en Materia de Consumo Responsable

1.3. Jornadas Educativas:

Durante este período se realizaron 194 jornadas educativas, las cuales se realizaron en diferentes puntos de la ciudad capital.



1.4. Distribución de Material Educativo y Promocional:

Se distribuyó un total de 685,944 materiales educativos y promocionales, en las empresas privadas, instituciones públicas, centros educativos públicos y privados, universidades y diversas ferias que se realizan tanto en la ciudad capital como en el interior de la República.



Distribución de Material en la Lotería Nacional de Beneficencia y en la Universidad de Panamá

1.5. Participación en los Medios de Comunicación:

Los voceros de la institución cada día logran una mejor preparación en cuanto a temas de consumo, para darlos a conocer a los consumidores en programas televisivos como Cuida Tu Bolsillo, que se transmite diariamente por espacio de media hora por SERTV Canal 11, Guía del Consumidor por FM Nacional y Defiende tu Derecho por TelemetroCanal 13. Lo antes indicado nos ha permitido mantener un total de 329 participaciones durante este período.



Programa Televisivo “Cuida tu Bolsillo”



Programa Radial “Guía del Consumidor”

1.6. Módulos de Atención al Consumidor:

Los módulos de atención permanente, juegan un papel muy importante debido a que al encontrarse en áreas donde se da un auge mayor de adquisición de bienes y servicios, el contacto con nuestros usuarios es más rápido, al igual que la solución a la situación que se presente en los mismos. Se mantienen actualmente los módulos de atención en Albrook Mall, Los Pueblos y La Peatonal, que durante el período comprendido de octubre 2012 a octubre 2013, presentan el siguiente resultado en sus atenciones:



Módulo de Atención de la Peatonal

Módulos de atención permanente De Enero a Octubre 2013

Módulos	Consultas Atendidas	Quejas Atendidas	Devolución a los Consumidores B/.
Albrook Mall	1,084	349	35,565.30
La Peatonal	538	307	6,431.31
Los Pueblos	460	247	11,681.55
Totales	2,082	903	53,678.16

1.7. Diseño Gráfico:

En el Departamento de Educación, existe la sección de diseño gráfico, conformada por tres (3) diseñadoras, quienes llevan a cabo esta labor, la misma tiene la finalidad de brindar apoyo a nivel institucional en darle la forma visual a cada una de las ideas que la institución desea materializar, a través de banners, folletos, portadas para informes, volantes, presentaciones, campañas, promocionales, revistas, murales, formularios, certificados, diseño del material gráfico para los encuentros, foros nacionales e internacionales (invitaciones banners, promocionales, logos, rotulados,) y el desarrollo de material didáctico para la labor de educación todo esto se desarrolla en la sede central y a solicitud de las Oficinas Regionales. Entre los materiales que se realizan de forma permanente son para las campañas de: Regreso a Clases, Día Mundial de los Derechos del Consumidor 15 de marzo, Día del Jubilado, Operativo de Navidad, Ferias del Niño y la Niña 2013, apoyo a campañas conjuntas con otras entidades como la de Lactancia Materna, campañas internas de Reciclaje, Consumo Responsable, Consumo Saludable, Foro de Competencia, Foro de Protección al Consumidor, Foro ICPEN, Encuentros de Educadores y otras Ferias Nacionales e Internacionales.

Para el período comprendido de enero a octubre de 2013 la sección realizó los siguientes artes:

Artes Realizados	Cantidad	Artes realizados	Cantidad
Banner	11	Programas	5
Volantes	8	Listados de Participantes	1
Folletos	3	Arte para Web	4
Afiches	16	Libros de Pintar	4
Material POP	21	Arte para Libretas	5
Revistas	4	Membretes	5
Murales	12	Sobre para Fotos	1
Formularios	6	Carnet	1
Certificados	6	Letreros	1
Logos	4	Mesas Promocionales	3
Portadas para Informes	6	Valla	1
Stickers	4	Presentaciones	2
Invitaciones	3	Arte para Diarios	2
Caricaturas	7	Placa	1
Carpetas Personalizados	2	Láminas Educativas	10
Sellos	4	Separadores	2
Toma de Fotos para la Revista	5		

Artes:



Banner y logo de ICPEN

Revistas ediciones 2013 y algunos materiales POP

1.8. Rincón de Vigilín:

Vigilín a nivel nacional también tiene presencia, el mismo recibe invitaciones para su participación en ferias nacionales internacionales, campañas de responsabilidad social, ferias en comunidades, jornadas educativas en colegios, capacitaciones de consumo saludable y consumo responsable, su presencia es enfocada al público infantil y escolaridad de nivel básico. Vigilín tiene un espacio conocido como el rincón de Vigilín, donde se les brinda información a los niños sobre sus deberes y derechos como consumidor, a través de los juegos podemos entonces evaluar el grado de captación que tienen los niños de los materiales e información distribuida.

De Octubre 2012 a Octubre de 2013, Vigilín participó en un total 42 de actividades:

Mes	Participaciones	Regional/Lugar	Total
Noviembre	Parque Cervantes	Chiriquí	1
Enero	Feria de Boquete, Feria de Tanara, Feria ACOBIR	Chiriquí, Panamá Este, Chepo	3
Febrero	Feria de Soná, Feria del Bebé, Sorteo de la Lotería	Veraguas, Atlapa, LNB	3
Marzo	Programa Buenos Días, Sorteo de la Lotería, Col. Francisco Arias Paredes, Gran Estación de San Miguelito	TVN, LNB, Vista Hermosa, San Miguelito	4
Abril	Escuela Omar Torrijos, Feria de participación ciudadana, Festival de la Caña de Azúcar, Feria Internacional de Azuero	Paraíso, Chiriquí, Coclé, Herrera	4
Mayo	Estadio Calvin Bayron, Estadio Rod Carew, Feria del Mango, Feria de Reciclaje Colegio María de la Torre G., Feria de Participación Ciudadana	Bocas del Toro, Chiriquí, Coclé, Chilibre, Curundú	5
Junio	Escuela Samuel Portuchaga, Feria de Convivienda, Feria de ANAM	Darién, ATLAPA, Veraguas	4
Julio	Escuela José Dolores Carrizo, 3ra. Feria de Seguridad Ciudadana, Programa de SENADIS, Feria del Niño y la Niña, Centro Educativo Sofía Quiróz de Tejeira, Escuela Sergio Pérez, COIF Maternal MIDES	Herrera, Bocas del Toro, Los Santos, Parque Omar, Coclé,	7
Octubre	Festival del Sombrero Pintado, Feria Institucional Aniversario de Aguadulce, Colegio Bilingüe Vista Hermosa, Colegio Saint Patrick, Jornada de MEDUCA Santa Fé, Escuela Francisco Arias Paredes, Gimnasio Yuyín Luzcando, Escuela Dr. Ricardo J. Alfaro, Escuela Santa Rita, Primer Ciclo Tocumen, Escuela Básica Torrijos Carter	Coclé, Pueblo Nuevo, Veraguas, Bethania, Tocumen, Santa Librada, Torrijos Carter.	10



Vigilín en algunas de sus participaciones

1.9 Biblioteca Especializada en Temas de Consumo “Jorge Pimentel”:

La Biblioteca “Jorge Pimentel” ahora bajo la administración del Departamento de Educación este año ha sufrido cambios en beneficio de nuestros usuarios internos y externos, debido a su temática exclusiva de temas de consumo tal como: Competencia, Jurídico, Protección al Consumidor, Revistas Nacionales e Internacionales, es visitada por estudiantes de nivel universitario, nivel media, profesionales, docente, colaboradores de instituciones públicas, privadas y funcionarios de planta.



Instalaciones de la Biblioteca “Jorge Pimentel”

Informe de Atenciones en la Biblioteca De Enero a Octubre 2013

Mes	Cantidad
Enero	39
Febrero	9
Marzo	12
Abril	28
Mayo	34
Junio	25
Julio	24
Agosto	22
Septiembre	45
Octubre	32
Totales	280

2. DEPARTAMENTO DE VERIFICACIÓN

Durante el periodo noviembre 2012 a octubre del 2013, el Departamento de Verificación levantó 5,160 actas de verificación, efectuando 3,492 visitas a nivel de la Provincia de Panamá, destacando verificaciones a agentes económicos tales como: restaurantes, mini súper, abarroterías, súper mercados y almacenes etc. Se visitaron además, otros establecimientos comerciales como auto repuestos, farmacias, distribuidoras, salas de belleza, kioscos, colegios, estacionamientos, bares, clínicas y hospitales, ventas de autos usados, etc.

De estas 3,492 verificaciones, 870 se realizaron para atender denuncias recibidas ya sea por la pagina web, telefónica etc.

En este período, la totalidad de productos con anomalías fue de 159,349, los cuales 115,088 estaban sin precio a la vista, 35,697 productos vencidos, 6,353 no tenían fecha de vencimiento y 2,211 que incluye productos deteriorados, con doble etiquetado y doble precio, fecha no clara, falta de información, etc.

Los consumidores se sintieron protegidos al notar nuestra presencia durante todo el año en los diferentes sectores comerciales del país, incluyendo los operativos especiales, tales como:

1. Cumplimiento del precio tope del tanque de gas de 25 libra (Decreto 24 del 18 de marzo de 2009).
2. Artículo No.56. Estacionamientos.
3. Cumplimiento del Decreto de Gabinete N° 10 del 18 de marzo de 2009, modificado por el N° 20 del 10 de junio de 2009 (utilización del tanque de gas licuado de 25 libras).
4. Operativos a cines para ver el cumplimiento de la Ley 6ª (Descuento a Jubilados) y Ley 45 (precios a la vista).
5. Operativo a kioscos y cafeterías de centros educativos.
6. Operativo al mercado de mariscos y ventas de éstos en las ferias libres durante la temporada de cuaresma.
7. Cumplimiento de las leyes sobre inocuidad de los alimentos.
8. Operativos para atender alertas internacionales.
9. Operativo para verificar la aceptación de los billetes de B/. 50.00 y 100.00.
10. Operativo de autos usados.
11. Operativo de Navidad de fin de año.

La ACODECO utiliza las facultades que le otorga la ley para retirar del mercado y destruir los productos vencidos y deteriorados lo cual se realiza mecánicamente en un camión compactador con la presencia de funcionarios de Auditoría Interna, semanalmente.

Aunque la verificación es sólo una de las tantas funciones de la ACODECO, en ellas se destaca un considerable esfuerzo por ser precisamente la venta de productos vencidos los que pueden afectar la salud de la población. Adicionalmente el Departamento de Verificación realiza la importante labor de asegurarse de que todos los bienes y servicios que se ofrezcan tengan sus precios a la vista y así los consumidores puedan escoger el que más le convenga. Este año hemos estado apoyado a los Departamento de Investigaciones y Decisión de Quejas con la entrega de citaciones, notificaciones y edictos en puerta, tanto es así que se utiliza un día de la semana para esta labor.

Hemos atendido con mucha responsabilidad las denuncias hechas al servicio de atención ciudadana, línea 311, dentro del tiempo promedio estipulado.

El Departamento de Verificación es vigilante del cumplimiento de la ley 6a de junio de 1987 mejor conocida como la Ley de Jubilados, para lo cual en el período noviembre 2012 a octubre 2013, levantó 847 actas de verificación de la ley 6a. de las cuales 242 resultaron con anomalías y 605 sin anomalías.

Uso de tanque de 25 libras en Comercios Verificaciones diarias



CUADRO DE VISITAS A ESTABLECIMIENTOS

VISITAS REALIZADAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO 2013	Nov-12	Dic-12	Ene-13	Feb-13	Mar-13	Abr-13	May-13	Jun-13	Jul-13	Ago-13	Sep-13	Oct-13	Total
Aba, Tiendas, Kioscos, Bancos,	14	30	6	9	3	7	7	15	9	33	12	13	158
Almacenes	26	249	5	14	11	4	25	5	13	15	4	78	449
Animales	3	2	0	0	0	0	0	1	1	4	2	3	16
Auto Repuestos	3	3	2	1	1	0	3	3	4	4	3	4	31
Alquiler de Autos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agencia de Autos	0	0	4	1	0	4	2	1	0	0	0	1	13
Agencia de Viajes	1	0	1	1	0	1	1	2	0	0	0	0	7
Almacén de Bicicletas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Bares, Discotecas, Cantinas y Bodegas	1	0	0	4	1	1	0	1	2	1	0	0	11
Bancos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bienes y Raíces	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Casas de Empeños	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Casinos	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	0	1	6
Carnicerías	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	4
Celulares	2	45	0	0	1	3	6	3	5	3	1	13	82
Centro de Estéticas	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	5
Cines	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	1	0	4
Clínicas y Hospitales	6	1	4	1	0	7	3	3	9	4	2	12	52
Colegios y Escuelas	0	0	0	0	0	24	29	0	0	1	0	0	54
Computadoras	0	3	0	0	3	0	6	2	1	1	0	2	18
Constructoras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Contenido Neto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Courrier	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cooperativas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Distribuidora e Importadoras	3	28	1	3	3	2	3	0	11	6	4	10	74
Equipo Médico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Electrodoméstico/Equipos Electrónicos	0	2	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	5
Electrónicas	3	7	0	0	0	0	1	2	2	1	0	1	17
Envío de dinero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estacionamiento	0	1	0	1	0	4	3	0	2	2	2	1	16
Estudios de Fotografías	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Estaciones de Gasolina	3	1	0	2	2	1	0	0	0	0	0	0	9
Esoterica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eventos Artísticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Farmacias	0	1	2	4	5	5	2	2	2	2	3	1	29
Ferreterías	6	0	3	0	0	0	2	3	4	13	1	3	35
Financiera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Funerarias	0	0	0	0	0	21	0	0	0	0	0	0	21
Hoteles y Pensiones	2	0	2	1	2	2	0	2	1	13	1	1	27
Internet	6	6	1	0	0	0	3	2	1	5	1	6	31
Joyería y Relojería	0	43	0	0	0	0	1	0	2	0	1	6	53
Imprenta y Copiadoras	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	3
Investigaciones Especiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juegos de Azar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lavanderías y Lavamáticos	29	11	16	5	9	15	10	33	35	23	18	30	234
Librería	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2
Materiales de Construcción	1	1	0	0	0	0	0	4	0	4	4	1	15
Mercados Públicos	0	0	0	4	6	0	0	0	0	0	0	0	10
Mini Super	39	36	42	9	16	8	16	71	77	106	49	26	495
Mueblerías	1	15	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	19
Motores (No Autos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ópticas	0	5	0	1	0	0	3	0	2	1	0	6	18
Otros	2	1	1	1	1	3	7	2	1	1	3	4	27
Panaderías	12	3	7	7	6	3	6	20	14	19	8	7	112
Perfumerías	0	12	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3	17
Pintura	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	6
Restaurantes / Fondas	55	184	40	43	46	14	50	61	85	138	75	95	886
Repuestos y Rep. (Taller no Autos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salón de Belleza	3	18	0	2	0	0	10	5	11	8	6	18	81
Sedería y Sastrería	0	6	1	0	0	0	0	2	1	2	0	2	14
Servicios Eléctricos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Supermercados	17	38	19	9	18	14	14	19	22	37	24	13	244
Telefonía	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	3
Transporte (Fletes y Similares)	1	0	1	0	0	1	1	2	1	3	0	0	10
Taller de Reparaciones de Autos	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	3
Tv por Cable	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Universidad	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10
Útiles de Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas de Autos Usados	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	3
Venta de Colchones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Veterinarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Videos	0	2	0	0	0	0	2	2	0	0	0	1	7
Videos Juegos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Zapatería	0	31	0	0	0	0	1	0	3	0	0	3	38
TOTAL:	239	790	159	127	137	146	234	275	327	460	229	369	3492

3. DEPARTAMENTO DE METROLOGÍA

3.1. Verificación de Estaciones de Combustible:

Objetivos:

- Verificar el cumplimiento de los parámetros establecidos en el Reglamento Técnico DGNTI COPANIT 51-2005. Metrología. Verificación y Calibración de Surtidores de Combustible Líquidos.
- Conocer el comportamiento y reincidencia, si existe, de las diferentes estaciones, considerando asimismo el interés de las mismas en el cumplimiento del Reglamento Técnico.
- Orientar a los agentes económicos que por primera vez desarrollan esta actividad.
- Orientar a los consumidores, respecto a cuáles son los aspectos que deben exigir al utilizar los servicios de una estación de combustible.

Fundamento Legal:

Ley 45 en su artículo 36 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Reglamento Técnico DGNTI. COPANIT. 51-2005. Metrología. Verificación y Calibración de Surtidores de Combustible Líquidos.

Aspectos Evaluados:

- Contenido de agua en los tanques de almacenamiento de Combustible.
Se verifica que los tanques de combustible no contengan una cantidad de agua superior a la tolerancia establecida en el Reglamento. La tolerancia 7.62 centímetros.

Se verifica que los surtidores:

- Estén dentro de las tolerancias permitidas (± 100 mililitros).
- Estén debidamente calibrados.
- No presenten alteraciones físicas.
- No presenten alteraciones de los sellos del metro.
- Precios a la vista del Consumidor.

Los precios de todos los combustibles expedidos en la estación deberán estar anunciados en los tableros y coincidir con los del surtidor correspondiente, Igualmente los lubricantes y cualquier artículo que se venda en el establecimiento, deben mantener los precios en un lugar visible a los consumidores.

- Denominación de los Combustibles.

La denominación del combustible debe estar de acuerdo a lo establecido en el artículo 5.1.1. del Reglamento Técnico, que dice lo siguiente: “En cada surtidor debe especificar el tipo de combustible: gasolina (indicación numérica del octanaje), diesel (normal o mejorado), Kerosén o cualquier otro combustible que se ofrece a la venta. Esta denominación debe estar claramente identificada en los surtidores. De igual forma la estación de combustible está en la obligación de anunciar al consumidor de manera clara y veraz los diferentes precios especiales con los que comercializa sus productos, bien sea por ventas al crédito, combustibles exonerados, transporte público, etc.

- Informe de Calibración.
Las estaciones de servicio están obligadas a calibrar cada tres meses a cero y mantener el informe de calibración a disposición del consumidor.

A partir de abril del 2013 las estaciones de combustible inician la venta en litros de los diferentes combustibles que ofrecen a los consumidores, esto como parte de la implementación del Sistema Internacional de Unidades establecido por Ley.

Resultados:

Durante el período evaluado se verificaron un total de 51 estaciones de combustible.

En las 51 estaciones se verificaron un total 377 surtidores de los cuales 2 resultaron fuera de tolerancia o sea el 0.53 %. Con relación a los tanques se verificaron 78, resultando el 100%, dentro de la tolerancia establecida.

Durante el 2012 - 2013, se continuó con la política estatal de fijación de precios máximos de venta del combustible, los cuales son oficializados a través de la Gaceta Oficial, mediante Decretos Ejecutivos.

Estadísticas De Resultados De Las Últimas Verificaciones De Combustible Realizadas

Años	Cantidad de Estaciones	Cantidad de Surtidores	Surtidores Malos	Cantidad de Tanques	Tanques Malos
2010	303	3 039	33	1 029	2
2011	85	922	6	271	1
2012	216	2 854	42	552	0
2013(*)	41	277	2	52	0

(*): Hasta octubre 2013

3.2 Verificación de Escáner:

Objetivos

- El Principal objetivo de esta labor fue la de verificar el cumplimiento de lo establecido en la Ley 45 el cual nos indica que la información al consumidor debe ser clara y veraz.
- Garantizar a los consumidores que los productos comercializados en los establecimientos verificados cumplan con los precios anunciados ya sea en los productos o en los anaqueles, los cuales deben coincidir con los establecidos en el sistema de cobros por escáner.
- Conocer el comportamiento y reincidencia, si existe, de los comercios considerando asimismo el interés de los mismos en el cumplimiento de la Ley.
- Orientar a los consumidores, respecto a cuáles son los aspecto que deben exigir al momento de realizar una compra en establecimientos que utilicen el sistema de escáner como mecanismo de cobro.

Fundamento Legal:

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Aspectos Evaluados:

Durante esta verificación se evalúa la efectividad del sistema de cobros en los establecimientos que utilizan el Código Universal de Productos (U.P.C.), por sus siglas en inglés, o sea el código de barra.

Resultados:

Durante el período evaluado se verificaron un total de 253 establecimientos comerciales, entre supermercados, ferretería farmacias y tiendas por departamento, de las cuales 157, es decir el 62.06% no cumple.

Comparativo De Cumplimiento

Comercio Verificado	Cumple		No Cumple	
	Cantidad	%	Cantidad	%
258	98	37.98	160	62.02

Estadísticas de Resultados de las Últimas Verificaciones de Escáner Realizadas

2009	2010	2011	2012	2013(*)
74	43	86	208	178

(*): Hasta octubre 2013

3.3 Verificación de Materiales de Construcción:

Arena y Piedra

Objetivos:

Verificar que los establecimientos que venden arena y piedra en sacos, cumplan con lo siguiente:

- Información comercial completa a la vista del consumidor, la cual debe contar con lo siguiente:
- Volumen del saco de piedra y arena
- Precio del saco
- Cantidad de sacos por yarda cúbica

Veracidad de la información:

Verificar que la información comercial anunciada sea clara y veraz.

Metodología para la Verificación:

Para verificar la veracidad de la información que el agente económico ofrece a los consumidores se utiliza la siguiente metodología:

- Presentar credenciales que nos acrediten para la realización de la labor.
- Se seleccionan tres (3) muestras de los sacos que están a la venta al momento de la verificación.
- Se vierte el contenido de cada saco en el pie cúbico (patrón metrológico), nivelando el producto.
- Se miden cuatro (4) puntos a cada saco, para determinar la altura faltante, la cual al final sumarán doce (12) alturas faltantes.
- Se realizan los cálculos matemáticos que nos determinen la altura.

- Finalmente se realizan las operaciones establecidas que nos permitan determinar la cantidad real de sacos, tanto de arena como de piedra, que deben ofrecer los agentes económicos.

Fundamento Legal:

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Resultados:

Verificación de Información Comercial

Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
76	3	3.95	73	96.05

Motivo de Incumplimiento

Establecimientos	Sin Información	%	No Cumplen con lo Declarado	%
73	19	26.03	54	73.97

Estadísticas de Establecimientos Verificados

Verificaciones	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Arena y Piedra	199	127	123	154	123	78	155	76

Bloques

Verificar que los establecimientos que venden bloques, cumplan con lo siguiente:

Información comercial completa a la vista del consumidor, la cual debe contar con lo siguiente:

- Tipo de bloque (estructural o no estructural)
- Dimensiones de los bloques (tamaño)
- Precio del bloque

Veracidad de la información:

Verificar que la información comercial anunciada sea clara y veraz.

Metodología para la Verificación:

Para realizar la verificación de bloque a los agentes económicos se utiliza la siguiente metodología:

- Presentar credenciales que nos acrediten para la realización de la labor.
- Se seleccionan diez (10) muestras al azar de cada tamaño comercializado, se alinean y se enumeran.
- Con un vernier, cinta métrica o escuadra debidamente calibrados, se procede a realizar la medición de ancho, alto y largo los bloques.
- Se suman todas las medidas de cada una de las dimensiones (ancho, alto y largo). El resultado de esta suma se divide entre 10 para obtener un promedio de cada una de las dimensiones del bloque.
- El resultado de cada dimensión se compara con lo establecido en la Reglamentación. Finalmente se establece el cumplimiento del bloque.

Fundamento Legal:

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 48-2001. Bloques Huecos de Concreto para uso Estructural y No Estructural.

Resultados:

Establecimientos Verificados	Cumplen	%	No Cumplen	%
272(*)	83	30.52	189	69.48

(*): Hasta octubre 2013

Establecimientos No Cumplen	Sin Información	%	No Cumplen con lo Anunciado	%
189	155	82.01	34	17.99

3.4 Verificación de Balanzas:

Objetivos:

Inspeccionar y verificar el estado físico, el funcionamiento y la calibración de las balanzas utilizadas en los mini súper, supermercados, ingenios, molinos y abarroterías en donde el consumidor adquiere por peso artículos de primera necesidad como vegetales, carnes, mariscos, etc.

Fundamento Legal:

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Reglamento Técnico DGNTI – COPANIT 37- 2002. Metrología; Instrumento para Pesar de Funcionamiento No Automático.

Metodología para la Verificación:

Para realizar la verificación de balanzas a los agentes económicos se utiliza la siguiente metodología:

- Presentar credenciales que nos acrediten para la realización de la labor.
- Se inspecciona visualmente la balanza antes de realizar cualquier ensayo, se anotan las características metrológicas como marca, clase de exactitud, modelo y número de serie, capacidad máxima, mínima y la división de escala y cualquier otra información de la balanza.
- Con los datos obtenidos de la balanza se procede al cálculo de las tolerancias del instrumento.
- Luego con las masas patrones debidamente calibradas, se procede a realizar los ensayos de exactitud y excentricidad de la balanza.
- Se comparan los resultados con las tolerancias.
- Se procede al rechazo o aceptación del instrumento.

Resultados:

Establecimientos Comerciales Verificados	374
Cantidad de Balanzas Verificadas	548
Cantidad de Balanzas sin anomalías	414
Porcentaje de Balanzas sin anomalías	75.55 %
Cantidad de Balanzas con anomalías	134
Porcentaje de Balanzas con anomalías	24.45 %

Estadísticas de Balanzas Verificadas

Año	Balanzas Verificadas
2008	998
2009	1 169
2010	900
2011	1 150
2012	522
2013 (*)	625

(*): Hasta octubre 2013

3.5 Verificación de Contenido Neto de Productos Pre-empacados:

Esta verificación incluye diferentes productos tales como azúcar, porotos, lentejas, sal, arroz, mariscos enlatados, cilindros de gas de 25 libras, panes, quesos, embutidos y otros, que se muestrean directamente en los supermercados, minisúper y abarroterías. Igualmente incluye todos aquellos productos que para su verificación son trasladados al Laboratorio por tener un procedimiento de inspección destructivo.

Objetivos:

- Velar porque los agentes económicos involucrados en esta actividad cumplan con los parámetros establecidos en las normativas que sirven de marco legal para el desarrollo la misma.
- Comprobar que todo fabricante o agente económico que empaque y selle un producto establezca en el etiquetado el contenido o peso neto del mismo. Así mismo comprobar que esta información sea veraz.
- Garantizarle a los consumidores que efectivamente están recibiendo la cantidad de producto por la que han pagado.
- Asesorar a los comerciantes sobre el cumplimiento en la información comercial (peso, precio, fabricante, fecha de vencimiento, etc.) de todos los productos que empaquen.

Fundamento Legal:

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.

Reglamento Técnico DGNTI – COPANIT 3-421-98. Metrología. Contenido Neto de Pre-empacados. Requisitos.

Metodología para la Verificación:

Para realizar la verificación de contenido neto de los productos pre-empacados se utiliza la siguiente metodología:

Estadísticas de Lotes (unidades) Verificadas

Año/Detalle	Total de Unidades (lotes)	Unidades Aceptadas	%	Unidades Rechazadas	%
2008	281 466	238 934	84.89	42 532	15.11
2009	157 572	87 914	55.79	69 658	44.21
2010	67 389	54 887	81.45	12 502	18.55
2011	130 523	109 832	84.15	20 691	15.85
2012	245 011	204 090	83.30	40 921	16.70
2013	57 947	51 541	88.94	6 406	11.06

3.6 Verificación de Pan por Peso:

Objetivos:

- Velar porque los agentes económicos involucrados en esta actividad cumplan con el Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 18-388-00. Panificación y Confitería. Pan Requisitos.
- Velar porque los establecimientos que se dedican a esta actividad pesen el pan al momento de venderlo.
- Asesorar a los comerciantes sobre el cumplimiento en la información comercial de todos los productos que empaquen.

Fundamento Legal

Ley 45 referente a las obligaciones del proveedor frente al consumidor.
 Reglamento Técnico DGNTI – COPANIT 18-388-00. Panificación y Confitería. Pan. Requisitos.

Metodología para la Verificación:

Para realizar la verificación de la venta de pan por peso se utiliza la siguiente metodología:

- Al llegar al establecimiento comercial se observa que la balanza esté encendida y a la vista del consumidor.
- Que tenga la lista de precios de las diferentes variedades que vende por peso y en un lugar visible para el consumidor.
- Que pesen el pan al momento de ser solicitado por los consumidores.
- Que los panes empacados tengan en el etiquetado la información establecida en la reglamentación.

Resultados:

Durante el período establecido se verificaron 130 establecimientos dedicados a la venta de pan, de los cuales 42 no cumplen con alguna de los parámetros establecidos.

Establecimientos Verificados	Cumplen	%	No Cumplen	%
130	88	67.69	42	32.31

Estadísticas de Establecimientos Verificados

Detalle/Año	2012	2013
Establecimientos Verificados	155	130
Cumplen	95	88
Porcentaje de Cumplimiento	61.29	67.69 %
No Cumplen	60	42
Porcentaje de Incumplimiento	38.71	32.31 %

4. DEPARTAMENTO DE DEFENSORÍA DE OFICIO

El Departamento de Defensoría de Oficio adscrito a la Dirección Nacional de Protección al Consumidor de la ACODECO, conforme lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 100 de la Ley 45 tiene como función el brindar a los consumidores asesoría gratuita, por un lado y por el otro, la de asumir su representación legal en defensa de sus derechos e intereses ante los tribunales de justicia, especializados en materia de protección de los derechos del consumidor.

En efecto, las funciones implican el análisis de expedientes procedentes del Departamento de Conciliación que no concluyen con un acuerdo entre el consumidor y el agente económico, y dentro de los cuales el consumidor requiera su representación legal por un abogado del Departamento de Defensoría de Oficio, quien luego de analizar su causa y estimar procedente demandar al agente económico, confecciona la demanda que servirá para la promoción del proceso judicial ante los tribunales de justicia, a fin de procurar un pronunciamiento a favor del consumidor o bien, solucionar la controversia por medio de una transacción judicial o extrajudicial.

La jurisdicción especializada en materia de protección de los derechos de los consumidores está compuesta por el Juzgado Séptimo Municipal de Panamá, Ramo Civil; los Juzgados Octavo y Noveno del Ramo Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá con mando y jurisdicción tanto en la Ciudad como en la Provincia de Panamá, respectivamente. De ahí, que los procesos que se promuevan en el resto del territorio nacional, conocerán los juzgados de circuitos que tengan a su cargo el conocimiento de las causas civiles en sus respectivas provincias o bien, los juzgados municipales de cabecera en cada provincia. Por último, el Tercer tribunal Superior del Primer Distrito Judicial de Panamá, con mando y jurisdicción en todo el territorio nacional.

Ahora bien, el Departamento de la Defensoría de Oficio tras su creación mediante Decreto Ley 9 de 20 de febrero de 2006, ha presentado 654 en defensa de los derechos de protección del consumidor. Estas demandas han significado en dinero una cuantía de B/.28,849,886.73.

Durante el período comprendido entre el mes de noviembre de 2012 al mes de Octubre de 2013 se interpusieron 80, Demandas de los 143 Expedientes remitidos del Departamento de Conciliación al Departamento de Defensoría de Oficio, dentro de los procesos interpuestos antes mencionados se realizaron 24 Inspecciones Judiciales y 142 Audiencias. Además se obtuvieron 27 Sentencias, de las cuales 15 fueron a favor de los consumidores y 12 en contra de lo reclamado por éstos.

4.1. Recepción de Quejas Administrativas:

En los meses de Noviembre 2012 a Octubre 2013 hemos recibido un total de 312 quejas administrativas para asesorías provenientes del Departamento de Conciliación.

Cuadro de Quejas Remitidas por Conciliación al Departamento de Defensoría de Oficio

Período: Noviembre 2012 a Octubre 2013

MOTIVOS	No. de Quejas	% de Quejas	Valor (B/.)
Incumplimiento de Garantía	108	35.5	2,787,019.52
Incumplimiento de Contrato	37	12.8	1,871,944.83
Aclaración de Contrato	44	13.2	3,629,362.57
Vicios Ocultos	31	10.6	1,572,219.74
Devolución de Abono-Dinero	34	8.4	208,900.3
Falta de Información Comercial	14	4.4	266,586.72
Incumplimiento de Servicios	11	3.7	54,172.52
Cláusulas Abusivas	22	7.7	1,008,776.95
Análisis Financiero/Aclaración	2	0.7	0
Custodia de Bienes	2	0.4	9,884.3
Veracidad de la Publicidad	2	0.7	79,059.88
Cobro Indebido	1	0.4	132,500.00
Daños y Perjuicios	1	0.4	24,500.00
Venta Engañosa	3	1.1	37,642.51
TOTALES	312	100.0	10,526,431.68

4.2. Devolución de Quejas Administrativas:

Durante este período se devolvieron 187 quejas administrativas. Entre los motivos por los cuales fueron devueltas encontramos; Acuerdo Extrajudicial 19, Sentencia a Favor 2, Sentencia en Contra 2 Acuerdo Judicial 5, Abandono 133 y No Procede 35.

4.3 Quejas Administrativas Pendientes:

Se evaluaron en el departamento 2,460 quejas para análisis. Las cuales en el mes de Septiembre permanecieron 226 quejas administrativas con estatus de pendiente debido a:

- Están en etapa de análisis.
- En espera de presentación de pruebas.
- Informe pendiente.
- El Consumidor no se ha comunicado.
- Desistimiento pendiente.
- Negociaciones pendientes.
- Son proyectos de demandas potenciales.
- Son demandas potenciales.

4.4 Asesorías a los Consumidores:

Se brindó un total de 2,490 asesorías (telefónicas y presenciales) a consumidores respecto a diferentes temas.

4.5 Proyectos de Demandas:

Se presentaron 92 Proyectos de Demandas.

Los temas relacionados con los Proyectos de Demandas son:

Aclaración de Contratos, Cláusulas Abusivas, Devolución de Dinero, Incumplimiento de Contrato, Incumplimiento de Garantía, Incumplimiento de Servicios, Venta Engañosa, Veracidad de la Publicidad, Vicios Ocultos.

La cuantía de los Proyectos de Demandas durante los meses de Noviembre de 2012 a Octubre de 2013 fue de B/4,279,842.57.

4.6 Demandas:

Se presentaron en los Juzgados 72 Demandas. De éstas 2 fueron Sentenciadas Favorables a los Consumidores y varios 19 Acuerdos Extrajudiciales y 5 Judiciales en beneficio de los Consumidores.

La cuantía de las Demandas durante los meses de Noviembre 2012 a Octubre 2013 fue de B/ 3,290.698.43.

Cuadro de Expedientes de Demandas Presentadas en los Tribunales por el Departamento de Defensoría de Oficio

MESES	DEMANDAS PRESENTADAS		
	CANTIDAD DE DEMANDAS	(%)	MONTO (B/.)
Noviembre	7	9.7	95,012.41
Diciembre	8	11.1	331,718.27
Enero	8	11.1	350,173.24
Febrero	4	5.6	758,515.00
Marzo	7	9.7	225,400.44
Abril	4	5.6	184,702.73
Mayo	5	6.9	176,939.37
Junio	5	6.9	314,809.57
Julio	4	5.6	23,462.63
Agosto	3	4.2	24,915.00
Septiembre	17	23.6	805,049.77
Octubre	1	0.4	12,100.00
TOTAL	92	100.0	3,302,798.43

Fuente: ACODECO

4.7 Audiencias y Prácticas de Pruebas:

Entre los meses de Noviembre 2012 a Octubre de 2013 se han realizado 23 inspecciones oculares.

5. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN AL CONSUMIDOR

En el Departamento de Investigación al Consumidor se maneja una gran cantidad de expedientes de diferentes temas, ya que compilamos la labor de otros departamentos que son quienes nos buscan la prueba fehaciente para iniciar nuestro proceso administrativo, como lo

son el Departamento de Metrología: dentro del cual vemos temas de contenido neto, escáner, balanzas, Ley 71 de 2001 (tara y otros requisitos exigidos para el sistema de conexión de gas de veinticinco libras y el uso del adaptador), venta del pan por peso, combustible, contenido de vitamina c, arroz pilado, grasas, legumbres secas. Todas estas investigaciones están fundamentadas en Leyes Especiales o Reglamentos Técnicos, que son los que nos facultan para verificar el cumplimiento de las mismas.

Del Departamento de Verificación, tenemos temas como productos sin precios a la vista, deteriorados, vencidos y sin fecha de vencimiento; la no entrega de recibo o ticket de caja, la no comunicación del agente económico en cuanto a la no existencia de partes, repuestos o servicios técnicos; los requisitos para los estacionamientos; Ley 81 de 2009, en cuanto al cobro por el uso de la tarjeta de crédito; Uso indebido del tanque de gas de veinticinco libras; precio tope de tanque de gas de veinticinco libras; y por su puesto las verificaciones al cumplimiento de la Ley 6 de 1987 y sus modificaciones, que incluye el letrero con la información de descuento a la vista del público, que otorgue el descuento y que el descuento sea del porcentaje correcto.

Veracidad de la Publicidad nos aporta temas como, la ausencia de fecha de inicio y finalización de propaganda, rectificación de la publicidad, ofertas especiales, entre otros temas.

Cabe mencionar que todas estas investigaciones son de Oficio, si bien puede existir un denunciante, el mismo no forma parte del expediente, pero lo mantenemos informado de su denuncia si así lo desea.

Departamento de Investigación

Expedientes Recibidos por Algunos Tipos Leyes

Período: Noviembre 2012 - Octubre 2013

Tipo de Ley	Cant. de Expedientes
Verificación Ley 45	5,480
Metrología*	1,496
Verificación Ley 6a	494
Veracidad de la Publicidad	371
Verificación Ley 81	6
Verificación Ley 29	2
TOTAL	7,849

*En metrología incluyen balanzas, peso del pan, escáner, contenido neto (huevo, canasta básica y pan) vitamina C, arroz pilado, materiales de construcción, grasa y combustible; conexión de gas y gas tara.

Fuente: ACODECO

Expedientes Sancionados en Primera Instancia

Período: Noviembre 2012 - Octubre 2013

Tipo de Ley	Cant. de Expedientes	Valor de la Multas (B/)
Verificación Ley 45	2,703	494,272.25
Metrología*	649	144,260.00
Veracidad de la Publicidad	69	20,225.00
Verificación Ley 6a	127	13,905.00
Leyes Especiales	2	525.00
Verificación Ley 29	1	75.00
Verificación ley 81	5	802.00
TOTALES	3,556	674,064.25

*En metrología incluyen balanzas, peso del pan, escáner, contenido neto (huevo, canasta básica y pan) vitamina C, arroz pilado, materiales de construcción, grasa y combustible; conexión de gas,

Fuente: ACODECO

Expedientes Sancionados en Segunda Instancia

Ley 45

Período: Noviembre de 2012 a Octubre de 2013

Detalle	Cant. de Expedientes	Valor de la Multas (B/)
Sancionados 2da. Instancia	2,179	791,361.00

Fuente: ACODECO

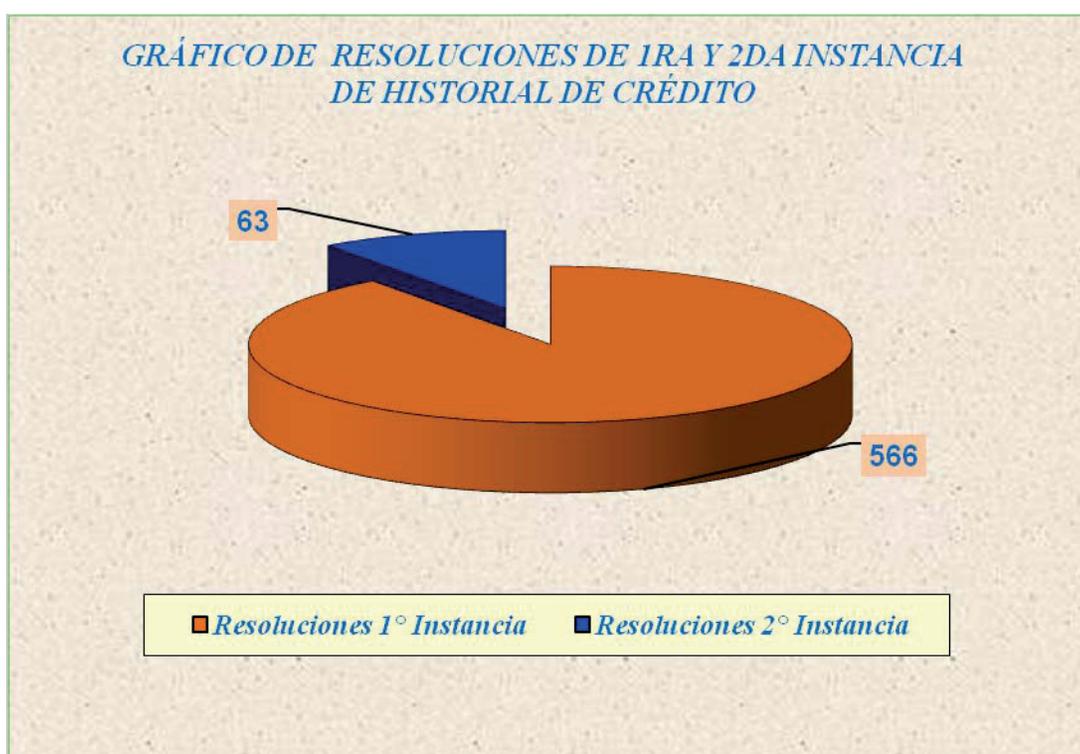
Expedientes Recibidos y Resoluciones de 1ra y 2da Instancia

Historial de Crédito

Período: Noviembre de 2012 a Octubre de 2013

Detalle	Cant. de Expedientes	Valor de las Multas (B/)
Expedientes Recibidos	368	...
Resoluciones 1° Instancia	566	123,200.00
Resoluciones 2° Instancia	63	69,200.00

Fuente: ACODECO



Expedientes Recibidos y Resoluciones de 1ra y 2da Instancia

Ley de Jubilados

Período: Noviembre de 2012 a Octubre de 2013

Detalle	Cant. de Expedientes	Valor de las Multas (B/.)
Expedientes Recibidos	207	...
Resoluciones 1ra Instancia	272	32,800.00
Resoluciones 2° Instancia	142	28,961.00

Fuente: ACODECO.



6. DEPARTAMENTO DE CONCILIACIÓN

El Departamento de Conciliación en la ACODECO ha sido creado con la visión de orientar y escuchar al consumidor que desee hacer valer su derecho.

La Institución ofrece a través de este Departamento, una vía mediante la cual el consumidor puede presentar sus reclamos cuando sus derechos como tal, han sido afectados por proveedores que no le ofrecen solución alguna.

Una gran cantidad de quejas son acogidas bajo el proceso de Conciliación, el cual busca de una forma rápida y sencilla, que el consumidor y el agente económico lleguen a un avenimiento. Otras tantas son tramitadas en el área de Veracidad de la Publicidad, cuando de por medio se encuentre alguna publicación de oferta o promoción.

6.1 Estructura Organizacional:

Para el logro de sus objetivos y el desempeño de sus funciones, el Departamento ha sido dividido en cuatro (4) importantes áreas:

- Área de Asistencia al Consumidor.
- Área de Conciliación.
- Área de Call Center.
- Área de Veracidad de la Publicidad.

Al día de hoy contamos con cinco (5) unidades conciliadores, ocho (8) unidades de asistencia a los consumidores, cinco (5) unidades en el call center y seis (6) analistas de la publicidad, dos (2) unidades en la recepción, dos (2) unidades en la central telefónica, y siete (7) unidades administrativas. En ellos recae la ejecución de las tareas que se derivan de las funciones jerárquicas y operativas.

a) Área de Asistencia al Consumidor:

En esta área se reciben a todos los consumidores que se presentan en nuestras oficinas, en busca de asesoramiento o una solución para su conflicto con los agentes económicos. Son los responsables de recibir las consultas tanto personales, como telefónicas y vía correo electrónico.

- **Telefónicamente:** El consumidor muchas veces prefiere denunciar por esta vía, irregularidades en los comercios, ya que incluso se podrá levantar una denuncia de manera anónima. Contamos con una línea de atención inmediata, Call Center, que busca atender de una forma mucho más rápida, ya que atendemos bajo un sólo número las denuncias a nivel nacional, se trata de la *Línea de Atención al Consumidor 130, gratuita desde teléfono fijo residencial*. Por medio de la Línea de Atención al Consumidor, se reciben denuncias en función de descuentos de jubilados (restaurantes, hoteles, transporte, etc), productos vencidos, precios alterados, publicidad engañosa, las cuales son enviadas al departamento encargado de cada rubro.
- **Vía Correo Electrónico:** Aquí se atienden las denuncias de los consumidores y se les incita a presentarlas formalmente si el caso lo amerita, hemos recibido una total de **1,051**.
- **Personalmente:** en el área de Asistencia al Consumidor se han atendido un total de **11,415** consumidores. De los cuales gran cantidad ha presentado su queja formal.

Marco Legal de Recepción de Quejas

Las quejas y denuncias que presentan los consumidores se ven enmarcadas en cuatro (4) importantes leyes:

- Ley N° 45 de 31 de octubre de 2007. Por la cual se dictan las normas de protección al consumidor y defensa de la competencia y su reglamentación.
- Ley N° 6 de 16 de junio de 1987. Por la cual se adopta medidas en beneficio de los ciudadanos Jubilados, Pensionados y Personas de la Tercera Edad.
- Ley N° 24 de 22 mayo de 2002. Que regula el servicio de historial de crédito de los consumidores o clientes.
- Ley N° 81 de 31 de diciembre de 2009. Que tutela los derechos de los usuarios de las tarjetas de crédito y otras tarjetas de financiamiento.

Actividades o tareas del área de Asistencia al Consumidor:

- a. Atender la línea 130, recibir las denuncias, tramitar y remitir a las áreas del interior del país.
- b. Recibir quejas formales, abrir expedientes, registrarlos y canalizarlos hacia el Departamento de Decisión de Quejas o Conciliación.
- c. Asesorar personal y telefónicamente a consumidores y empresarios para la solución de las polémicas.
- d. Registrar denuncias comunitarias velando por la protección a los consumidores.
- e. Asesorar a los consumidores en materias como: Historial de Crédito (Ley 24), Descuento para Jubilados, Pensionados, Tercera y Cuarta Edad (Ley 6), Protección al Consumidor (Ley 45), entre otros temas.

b) Área de Conciliación:

Proceso de Conciliación

Es un proceso oral y sin formalidades que procura un arreglo fácil y rápido entre las partes en conflicto, mediante el cual el conciliador luego de analizar el caso, informa a las partes lo que la Ley dispone al efecto, e intenta avenirlas a fin de propiciar un arreglo amigable o satisfactorio. Para tal efecto, el conciliador, depende mucho de la disposición y buena voluntad que tenga las partes para solucionar el conflicto por esta vía.

Es un servicio gratuito del Estado y un sistema moderno para la resolución de controversias en el cual se intenta garantizar al consumidor y al empresario los siguientes beneficios:

- **Celeridad:** En el día de la audiencia se logra por esta vía la solución del problema que motivó la controversia.
- **Gratuito:** No se requiere de abogados, por lo que resulta económico, si se le compara con el proceso judicial.
- **Prontitud:** La audiencia se programa el día que se recibe en el Departamento de Conciliación.
- **Neutralidad:** Las partes reciben la seguridad de la imparcialidad y credibilidad de los conciliadores y de la Institución.
- **Validez:** La firma de las partes en el Acta de Conciliación que se levanta el momento de la audiencia, lo hace un documento legítimo y con fuerza para ser presentado ante los tribunales.

El funcionario (conciliador) llamará al agente económico objeto de la queja, para ver la posibilidad de dirimir el caso sin necesidad de abrir un expediente formalmente. Inclusive, puede efectuar acciones con el fin de resolver el conflicto, sin necesidad de la audiencia de conciliación. De no darse una solución por esta vía, organizará la audiencia de conciliación.

En la audiencia de conciliación un funcionario de la ACODECO, se reúne en calidad de moderador (persona imparcial que dirige la reunión y se encarga de mantener el orden) con el proveedor y el consumidor, para propiciar una conversación en dónde se exponga el caso, se presenten pruebas que estimen necesarias y se deje plasmados los puntos de vista de ambas partes. El objetivo de la reunión es conciliar; es decir, llegar a un acuerdo que beneficie a ambas partes, evitando así llegar a instancias legales mayores.

Funciones del Conciliador:

- Expedir citaciones para el proveedor, indicando lugar, fecha, hora y motivo de la diligencia con dos días hábiles de anticipación.
- Realizar audiencias entre empresarios y consumidores, invitando a las partes a llegar a acuerdo satisfactorio.
- Analizar cada caso e informar a las partes, lo que la Ley dispone, a fin de propiciar un arreglo para el caso en cuestión.
- Procurar conciliar a las partes en conflictos, sobre la base de quejas formales recibidas por escrito.
- Levantar acta de lo efectuado y dejar constancia en ella cuando no haya avenimiento, en caso de que el consumidor lo solicite, la queja, podrá ser analizada por los abogados del Departamento de Defensoría de Oficio.

Área de Asistencia al Consumidor
Período: Noviembre 2012 a Octubre 2013

Número de Asistencias y Orientaciones al Consumidor	Total
Personales	11,415
Telefónicas	9,104
Call Center	3,841
Citaciones entregadas	1,777
Vía emails	939
Audiencias realizadas	805
Notas entregadas	158
Conciertos	33
Inspección ocular	6
Totales	28,078

Fuente: ACODECO

Gestión de quejas en el Departamento de Conciliación

Quejas recibidas. (Incluye quejas de regionales tramitadas en la sede central).	964
Quejas resueltas a favor del consumidor.	499
Cantidad en balboas de quejas resueltas a favor del consumidor. (Incluye quejas de regionales tramitadas en la sede central).	14,666,055.15

Cuadro de las Quejas Recibidas Nacional en el Departamento de Conciliación
Periodo: Noviembre 2012 a Octubre 2013

Motivos	No. Quejas	% Quejas	Valor (B/.)
Incumplimiento de garantía	262	26.9	5,942,819.05
Aclaración de contrato	152	16.4	8,794,009.45
Devolución de dinero /Abono	148	14.9	1,516,929.34
Incumplimiento de contrato	144	13.6	6,977,189.70
Falta de información comercial	68	7.0	1,413,640.18
Cláusula abusiva	55	5.8	2,015,988.55
Vicio oculto	52	5.5	3,174,895.31
Incumplimiento de servicio	34	3.5	231,463.71
Análisis financiero /Aclaración de cuenta	12	1.3	4,180.04
Vicios en la construcción/Ruinógenos	9	0.9	203,484.10
Cobro indebido	7	0.8	176,446.07
Venta engañosa	6	0.7	49,706.74
Veracidad de la publicidad	5	0.6	105,754.89
Mercancía defectuosa	5	0.6	149,640.00
Custodia de bien	5	0.6	23,417.24
Daño y perjuicio	5	0.4	174,017.50
Anulación de contrato	1	0.1	49,855.00
Abono retenido	1	0.1	5,000.00
Resolución contrato	1	0.1	35,000.00
Rescindir contrato	1	0.1	2,249.00
Contrato viciado	1	0.1	4,784.58
Totales	964	100.0	31,050,470.45

Fuente: ACODECO

Cuadro de las Quejas Solucionadas Nacional a Favor del Consumidor en el Departamento de Conciliación

Periodo: Noviembre 2012 a Octubre 2013

Resultados	No. Quejas	% Quejas	Valor (B./.)
Abandono	149	28.7	4,513,063.90
Desistimiento	105	21.5	2,534,432.71
Acuerdo en audiencia /Devolución de dinero	71	14.8	1,767,942.78
Pendiente constancia desistimiento	45	9.6	1,746,584.67
Acuerdo en audiencia /Varios	41	8.7	919,025.45
Acuerdo en audiencia /Reparación	34	6.3	1,495,149.04
Acuerdo en audiencia /Aclaración	29	4.9	1,089,481.99
Acuerdo en audiencia /Entrega del bien	10	2.0	346,996.04
Acuerdo en audiencia /Reemplazo	7	1.6	56,819.75
Desistimiento /Devolución	2	0.4	6,851.00
Acuerdo previo audiencia /Varios	2	0.4	152,750.00
Acuerdo /Devolución	1	0.2	4,267.82
Acuerdo previo audiencia /Devolución de dinero	1	0.2	7,000.00
Acuerdo previo audiencia /Reparación	1	0.2	11,690.00
Acuerdo previo audiencia /Entrega del bien	1	0.2	14,000.00
Totales	499	100.0	14,666,055.15

Fuente: ACODECO

c) Área de Veracidad de la Publicidad

El área de la Veracidad de la Publicidad forma parte del Departamento de Conciliación, y tiene entre sus facultades monitorear los medios de comunicación, ya sean impresos, radiales, televisivos, vallas, muppis, gigantografías, o cualquier otro mecanismo que se utilice para ofrecer o promocionar un producto o servicio y que llegue al consumidor de forma veraz.

La labor de esta área es restablecer la información clara en los anuncios publicitarios, y adecuarlos a la responsabilidad de otorgar lo anunciado, recordando siempre que los afectados son los consumidores.

Entre las tareas que desarrolla el área de la Veracidad de la Publicidad, está realizar investigaciones de oficio, recibir las denuncias y quejas presentadas por los consumidores. Al igual, realiza verificación de mercado en materia de ventas especiales que comúnmente conocemos como ofertas, rebajas, baratillo, liquidaciones, para corroborar que muestren a la vista del consumidor el doble precio, es decir el precio de antes y el de después en el local comercial, el cual debe expresarse en caracteres de similar tamaño, cuando se tratare de una venta especial por porcentaje, se deberá indicar el precio y el porcentaje a rebajar, es decir, el precio indicado se entiende que no cuenta con el porcentaje descontado que indique si la venta es total o parcial de los bienes o servicios del establecimiento.

Toda venta especial o promoción deberá indicar la fecha de duración de la promoción, ya que la oferta dirigida a consumidores, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al proveedor que solicite, autorice o pague la difusión correspondiente durante el

tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización o las unidades mínimas a ofertar, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

La legislación panameña ha tenido grandes avances, al reglamentar la utilización de las leyendas insertas en las pautas publicitarias, en ese sentido, el tamaño, la utilización de caracteres, son algunas de las medidas tomadas por el Estado, para garantizar la difusión de pautas publicitarias veraces. La facultad que mantiene la ACODECO, para suspender la transmisión de mensajes alejados a la verdad.

Sobre este tema, nuestra legislación establece lo siguiente: el Decreto Ejecutivo N° 46 del 23 de junio de 2009, reglamentó la Ley 45 del 31 de octubre de 2007, consignando en su Artículo 32 que: “Publicidad: La información a la cual hace referencia el artículo 59 de la Ley deberá, exhibirse en caracteres tipográficos legibles y comprensibles, de buen realce, destaque y visibilidad, debiendo utilizarse caracteres de tamaño no inferior a uno con ocho décimos (1,8) de milímetro de altura”.

Además establece en su Artículo 61 lo siguiente; “Aclaraciones: Las leyendas, cintillos, asteriscos o cualquier otro llamado de atención que aclare, condicione, restrinja o limite el uso del bien o servicio publicitado o el aprovechamiento de una oferta en cualquier medio de comunicación, deberán ser visibles, legibles, claros, veraces y sin ambigüedades. El proveedor está obligado a proporcionar los elementos esenciales para que el consumidor pueda emitir juicio sobre el bien o servicio, sin necesidad de ser remitido a otra fuente”.

Por su parte el Artículo 36, que regula el tema de los cintillos inmersos en las campañas publicitarias establece que “En los casos de las aclaraciones en la publicidad, el tamaño de la letra, la locución o el tiempo de pauta de los mismos deben ser proporcionales al resto del anuncio, entendiéndose que el llamado de atención durará al menos la mitad del tiempo que dura la publicidad televisiva”.

Con relación a los anuncios transmitidos por radio, los llamados de atención que aclaren, condicionen, restrinjan o limiten el uso del bien o servicio ofertado, deberán ser anunciados al final de la publicidad a la misma velocidad que el anuncio, de manera que puedan ser escuchados y analizados fácilmente.

En cuanto a los anuncios emitidos por los medios de comunicación escrita o impresos, los llamados de atención se harán utilizando un color contrastante, legible y claro con respecto a las imágenes y diseño del anuncio a fin de que no se pierdan y el consumidor pueda verlos, leerlos y analizarlos fácilmente.

El área de Veracidad de la Publicidad, también atiende las denuncias y quejas de los consumidores que en un momento se ven afectados por una publicidad que omite información, proporcionan información no veraz, o en ocasiones no le han cumplido con lo ofrecido a través de la publicidad.

El gran porcentaje de casos que se verifican de veracidad de la publicidad, es de manera oficiosa y en la mayoría de las ocasiones conlleva ordenarle al agente económico proceder a la suspensión y rectificación de la publicidad.

Operativos

Se realizan operativos, ya que durante el año se efectúan diferentes ventas especiales, que son estacionarias, como: Regreso a Clases, Día del Padre, Ventas de Medio Año, Día de la Madre, Navidad; además, es uno de los países donde se desarrollan diferentes tipos de eventos, por lo cual el personal de esta sección es participe de la verificación de los mismos, con el fin que lo anunciado en la publicidad sea veraz, que se cumpla con lo establecido en los boletos, ya que la publicidad es parte del contrato.



Cuadro de Casos Tramitados Nacional en Veracidad de la Publicidad

Período: Noviembre 2012 - Octubre 2013

Motivos	Casos	% de Casos	Monto (B/.)
Por Quejas			
Falta de información	0	0	0
La publicidad no es veraz	1	0.1	269
No cuenta con el doble precio	0	0	0
No cumplieron con la publicidad	30	2.9	114,738.65
Publicidad confusa	3	0.3	832.27
Por Denuncia			
Cintillo no legible	0	0	0
Falta de información	65	6.4	0
La Publicidad no es veraz	37	3.6	0
Venta especial no cuenta con el doble precio	2	0.2	0
No cumplieron con la publicidad	104	10.2	0
Remisión a otra fuente	0	0	0
Publicidad confusa	5	0.5	0
Por Oficio			
Aplican restricciones	3	0.3	0
Cintillo no legible	44	4.3	0
Falta de información	3	0.3	0
Hasta agotar existencia	39	3.8	0
No cumplieron con la publicidad	0	0	0
La publicidad no es veraz	5	0.5	0
Publicidad confusa	4	0.4	0
Tiempo de locución	0	0	0
Remisión a otra fuente	2	0.2	0
No indica la fecha de duración	94	9.2	0
Venta especial hasta agotar existencia	12	1.2	0
Venta especial no indica que la venta es parcial	9	0.9	0
Venta especial no cuenta con el doble precio	52	5.1	0
Venta especial no indica la fecha de duración	103	10.1	0
Venta especial sin falta	402	39.5	0
Totales	1,019	100	115,839.92
Verificación	152	100	0

Fuente: ACODECO

Cuadro de Casos Solucionados Nacional a Favor del Consumidor en Veracidad de la Publicidad

Período: Noviembre 2012 - Octubre 2013			
Resultado o Solución	Casos	% de Casos	Monto (B./)
Denuncia /Oficio			
Honró	0	0	0
Suspendió	108	78.2	0
Rectificó	15	10.9	0
Suspendió / Rectificó	11	8	0
Quejas			
Honró	4	2.9	368.82
Totales	138	100	368.82

Fuente: ACODECO

Casos Sin Efectos para el Consumidor y Archivados en Veracidad de la Publicidad

Localizable	2	0.3	0
Improcedente	656	99.7	2,284.35
Totales	658	100	2,284.35

Quejas asignadas a otros Departamentos

Decisión de Quejas	11	3.3	5,875.89
Conciliación	5	1.4	105,754.89
Investigación	340	95.3	0
Totales	356	100	111,630.78

Fuente: ACODECO

Pautas Suspendidas Nacional por Tipos de Medios de Comunicación en Veracidad de la Publicidad

Período: Noviembre 2012 – Octubre 2013

Medios	Cantidad
Televisión	69
Prensa	146
Radio	2
Internet	18
Vallas	1
Televisión /Radio	-
Televisión /Prensa	10
Televisión /Prensa /Radio	5
Televisión/Prensa/Radio/Vallas	-
Televisión/Prensa/Radio/Internet	-
Televisión/Prensa/Radio/Vallas/Internet	-
Televisión/Prensa/Internet	-
Televisión/Radio/Internet	-
Prensa/Radio	-
Prensa/Vallas	1
Prensa/Internet	-
Radio/Vallas	-
Prensa/Radio/Vallas	-
Prensa/Radio/Internet	-
Publicidad en establecimiento	851
Medios impresos	68
Totales	1171

Fuente: ACODECO

d) Área del Call Center

Iniciado el Call Center en el año 2010 con el objetivo de orientar y absolver las interrogantes de los consumidores, a través de una respuesta rápida y profesional; luego de realizar adecuaciones tecnológicas, físicas y de personal, para lograr una labor con altos estándares de servicio y su adecuación con los avances tecnológicos y las herramientas a nuestra disposición, trajo como saldo que hoy en día nos permiten ofrecer, sin lugar a dudas, un servicio de alta eficiencia. A la par hemos seguido trabajando para consolidar el Call Center como una unidad integrada y articulada con el resto de la institución, a pesar de ser complejo porque trabaja directamente con los usuarios.

Además de ello hemos incorporado nuevos medios de comunicación, nuevas herramientas para que los consumidores puedan, de manera inmediata y al alcance de sus posibilidades, denunciar las malas prácticas de los agentes económicos, que incumplen las normas de protección al consumidor, según lo establecido en la Ley 45. Muchos de estos nuevos medios han ido acorde con la tecnología que hoy en día es la vía más utilizada en el mundo y en nuestro país; las redes sociales, que han resultado de enorme utilidad para acercarnos a nuestros usuarios y sobre todo, alcanzar los preceptos de la política de calidad dictadas por la Administración General.

Medios por la cuales se reciben las denuncias a nivel nacional y el total de las mismas recibidas en la sede central:

- **130:** Línea de Atención al Consumidor, gratuita desde teléfono fijo residencial. Se atendieron un total de 142 denuncias.
- **Denuncia Ciudadana 311:** Denuncias recibidas desde el Centro de atención Ciudadana 311, quienes pertenecen a la Secretaría de Innovación Gubernamental y a la Presidencia de la República. Se atendieron un total de 153 denuncias.
- **Central Telefónica 510-1313 (Extensiones 366, 448, 452):** Se atendieron un total de 504 denuncias.
- **Cuida Tu Bolsillo:** Denuncias que se reciben a través del programa transmitido por SERTV, a las cuales se les brinda respuesta en un término de 24 a 48 horas. Se atendieron un total de 50 denuncias.
- **Módulos:** Denuncias recibidas a través de los módulos de orientación ubicados en el centro comercial Los Pueblos, Albrook Mall y Peatonal. Se atendieron un total de 14 denuncias.
- **Twitter:** Denuncias y orientaciones recibidas a través del Twitter @pedro_meilan, las cuales son atendidas de manera inmediata y se brinda respuesta directa al consumidor. Se atendieron un total de 159 denuncias.
- **Facebook:** Denuncias y orientaciones recibidas a través de la cuenta **acodecoprotege** de interacción directa con el consumidor. Se atendieron un total de 88 denuncias.
- **Correo Electrónico (Página Web):** Se reciben las denuncias y las orientaciones de los consumidores vía correo electrónico dirigidas a la página web **www.acodeco.gob.pa**. Se atendieron un total de 140 denuncias.
- **Asistencia (Personal):** Denuncias recibidas personalmente de los consumidores en las oficinas de la institución y en donde se aportan pruebas y documentación que ayuda a concluir de forma más eficaz la investigación. Se atendieron un total de 116 denuncias.

- **Acodeco en Tu Comunidad (AETC):** Unidad Administrativa que constantemente se mantiene en las calles entregando documentación en los hogares panameños, para que los consumidores obtengan información sobre sus deberes y derechos, de igual manera orientan y obtienen denuncias de los mismos. Se atendieron un total de 103 denuncias.
- **Jumbo Ferias:** A través de las ferias nacionales alimenticias que se realizan en diversos lugares de nuestro país, también recibimos denuncias de los consumidores, las cuales son dirigidas al Call Center y remitidas al departamento correspondiente para su investigación. Se atendió una denuncia.

El total de denuncias tramitadas a través de Call Center en la sede central, es de 1,980 denuncias.

Consolidado Anual de Denuncias Nacional												
Noviembre 2012 a Octubre 2013												
Detalles	Bocas del Toro	Coclé	Colón	Chiriquí	Darién	Herrera	Los Santos	Panamá	Veraguas	Panamá Oeste	Panamá Este	Total Nacional
Asistencia (Personal)	18	63	11	88	7	36	17	135	49	110	90	624
Telefónica (3)	11	64	6	56	2	48	16	676	20	41	45	985
Call Center 130	0	6	21	20	0	9	3	234	12	3	11	319
Facebook	0	2	1	12	0	1	0	106	0	3	1	126
Twitter	0	0	0	6	0	2	1	228	0	1	2	240
Web	0	0	0	2	0	0	0	183	0	3	5	193
Cac-311 (1)	0	9	0	12	0	0	0	193	0	1	11	226
Cuida Tu Bolsillo	0	1	0	2	0	1	0	68	0	0	3	75
Acodeco en Tu Comunidad	0	0	0	3	0	0	5	119	10	21	4	162
Módulos (2)	0	0	0	0	0	0	0	37	0	5	0	42
Jumbo Feria	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	0	5
Total	29	145	39	201	9	99	44	1,980	91	188	172	2,997

Fuente ACODECO

7. DECISIÓN DE QUEJAS

El Departamento de Decisión de Quejas, el cual forma parte igualmente de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, desempeña un papel fundamental dentro de la institución, al atender la mayoría de las quejas presentadas por los consumidores, en contra de los distintos proveedores, por ser la sede central donde se concentra la mayor parte de la población. En dicho Departamento, se conoce a prevención de los tribunales de justicia, las reclamaciones en materia de protección al consumidor, cuya cuantía no exceda la suma de Dos Mil Quinientos Balboas (B/.2,500.00), entre las que destacan:

- Quejas con motivo de la compra de electrodomésticos y equipos electrónicos (estufas, lavadoras, refrigeradoras, ventiladores de aire acondicionado, televisores, computadoras, etc.);
- Reclamos en servicios prestados por los proveedores a los consumidores (reparación, mantenimiento, instalación, limpieza, transporte de bienes, etc.);
- Vehículos de segunda, como también la garantía en la venta de piezas o trabajos de reparación realizados en vehículos nuevos, cuya cuantía no exceda los B/.2,500.00;
- Quejas por la compra de celulares, terminación de contratos de telefonía celular, fija e internet; entre otros casos.

El Departamento de Decisión de Quejas de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor inició operaciones el 2 de mayo de 2006, constituyendo una unidad ejecutora creada a partir de la modificación de la Ley 29 de 1º de febrero de 1996, mediante el Decreto Ley No. 9 de 20 de febrero de 2006, que a diferencia de la antigua Comisión de

Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC), no sólo atiende quejas por tema de garantía sino también reclamaciones por cobro indebido, abonos retenidos, custodia de bienes, pago de daños y perjuicios, falta de información (así como también información no veraz), e incorporándose a partir de la entrada en vigencia de la Ley 45, la resolución de contratos de prestación de servicios o suministro de bienes (artículo 77), sin ningún tipo de sanción o penalización, para los consumidores.



Así mismo, el Proceso de Decisión de Quejas cuyo ordenamiento jurídico está en el Capítulo III del Título V de la Ley 45 (en sus artículos del 115 al 123) se encuentra también reglamentado, por el Decreto Ejecutivo No. 46 de 23 de junio de 2009, con el propósito de hacer más eficiente la implementación de la Ley 45, el cual reglamenta y complementa las disposiciones sobre protección al consumidor, en temas esenciales como el ámbito de aplicación de la Ley. Respecto a la obligación del proveedor de informar clara y verazmente a los consumidores sobre las características del bien o servicio ofrecido, sobre todo en cuanto a la no existencia de partes, repuestos o servicios técnicos, en relación con un bien determinado, para su reparación en el país si fuera el caso. Igualmente, dispone la obligación del agente económico de no efectuar diferencias de precio entre operaciones al contado y operaciones con tarjetas de crédito o débito. En cuanto al tema de la garantía, el Decreto 46 establece la garantía legal de 3 meses (artículo 21), principalmente para resaltar que todo bien vendido como nuevo debe tener una garantía, aunque sea mínima. También se deja claramente establecido que la prórroga de la garantía se produce también en aquellos casos en que la reparación corrija el daño sólo de forma parcial, y contempla la figura del abandono de la queja o reclamo por parte del consumidor, cuando el mismo no asiste a dos (2) fechas de audiencia, de forma injustificada.

En el trámite de los expedientes que se atienden, el proceso de Decisión de Quejas contempla distintas fases, tales como:

- la admisión de la queja del consumidor y el traslado de la misma al proveedor;
- la notificación de las citaciones;
- la realización del acto de audiencia;
- la admisión de pruebas, pudiendo incluso la Dirección Nacional de Protección al Consumidor ordenar la práctica de pruebas de oficio o a solicitud de las partes, tales como inspección del bien objeto de reclamación, o la toma de una declaración testimonial, cuando se estimen necesarias para la decisión del proceso, remitiéndonos a lo establecido en el Código Judicial en materia de pruebas;

- la resolución de fondo que decide la queja presentada por el consumidor, contra la cual cabe el recurso de apelación ante el Administrador de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

Cabe destacar la importancia de propiciar acuerdos como parte del Proceso de Decisión de Quejas, ya que es pieza fundamental a fin de obtener una solución negociada y amigable entre las partes, que implique el reconocimiento de los derechos de los consumidores, lo que permite dar una pronta respuesta a las quejas, sin tener que recurrir a una decisión final del proceso. Es así como un gran porcentaje de las quejas presentadas por los consumidores ante la institución, han sido resueltas por esta vía.

Finalmente, a nivel nacional (incluyendo las Oficinas Regionales) se logró atender un total de 1,974 quejas solucionadas a favor del consumidor, para el período comprendido de noviembre de 2012 a octubre de 2013, por un valor total de **B/.888,761.62**, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro de Quejas Nacional Ley 45 Solucionadas a Favor del Consumidor en el Departamento de Decisión de Quejas		
Período: Noviembre 2012 a Octubre 2013		
RESULTADOS	No. Quejas	Valor (B/.)
Desestimiento	639	303,040.01
Pendiente Constancia de Desestimiento	309	114,207.25
Acuerdo en Audiencia/Varios	206	73,662.62
Abandono	161	64,470.07
Desestimiento/Devolución	158	58,629.17
Transacción Extrajudicial	86	45,977.12
Acuerdo en Audiencia/Devolución de Dinero	81	41,067.75
Resolución/Devolución	59	44,567.44
Resolución/Reemplazos	53	31,690.58
Acuerdo en Audiencia/Reemplazos	58	22,971.44
Acuerdo en Audiencia/Reparación	50	31,344.93
Resoluciones/Varios	30	13,738.59
Resolución/Reparar	29	19,303.27
Acuerdo	19	5,836.77
Acuerdo/Devolución	9	3,711.41
Acuerdo en Audiencia/Aclaración	8	3,961.81
acuerdo/Reemplazo	8	5,323.46
Acuerdo en Audiencia/Entrega del Bien	7	4,076.11
Acuerdo/Reparación	3	1,159.43
Aclara Resuelto	1	22.39
TOTALES	1,974	888,761.62

Por último, los motivos de las quejas atendidas durante el mismo período a nivel nacional también, fueron en su gran mayoría por incumplimiento de garantías con un total de 1,713 quejas, seguido por las de mercancía defectuosa con 310 reclamaciones, por incumplimiento de servicios unas 180 quejas, y por incumplimiento de contrato un total de 170 quejas, entre otros motivos (ver cuadro siguiente):

Cuadro de Quejas Recibidas Nacional de Ley 45 en el Departamento de Decisión de Quejas		
Periodo: Noviembre 2012 a Octubre 2013		
Motivos	No. Quejas	Valor (B./)
Incumplimiento de Garantía	1713	750,577.51
Mercancía Defectuosa	310	99,802.68
Incumplimiento de Servicio	180	98,275.98
Incumplimiento de Contrato	170	155,110.40
Falta de Información	161	81,986.32
Resolución de Contrato	160	14,568.99
Daño y Perjuicio	60	43,626.81
Cobro Indebido	59	27,450.02
Venta Engañosa	58	26,170.20
Anulación de Contrato	48	14,808.52
Custodia de Bien	46	22,520.23
Devolución de Dinero	34	16,684.45
Veracidad de la Publicidad	26	9,054.27
Vicio Oculto	22	27,358.31
rescindir de Contrato	17	2,848.35
Aclaración de Contrato	2	601.6
Abono Retenido	1	150
Traspaso (Papeles-Bienes)	1	1,120.00
Incumplimiento de Fecha de Entrega	1	210
Totales	3,069	1,392,924.64

Fuente: ACODECO

B. ACTIVIDADES RELEVANTES DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor

Cada año se coordina la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, con actividades diversas como foros en los que se trata asuntos relativos a los problemas que afectan a los consumidores y las nuevas tendencias de protección al consumidor, así como las tendencias internacionales que tienen un impacto en las nuevas directrices. Se realizan ferias con la finalidad de lograr el acercamiento a los consumidores, a través de la promoción de temas en algunos casos dirigidos especialmente a niños y niñas, en otros, a la salud, promoviendo un consumo responsable, que conlleva a su vez un consumo saludable. Todo con la finalidad de resaltar el reconocimiento de los derechos y sensibilizar a la población.

Presidencia pro-témpore 2013-2014 del ICPEN

En Panamá, durante los días 8, 9, 10 y 11 de octubre se llevó a cabo el foro del “*International Consumer Protection and Enforcement Network*” (ICPEN) por sus siglas en inglés. La elección de Panamá como presidencia se oficializó durante la reunión plenaria 2012 por elección de los 48 miembros que conforman la red, en el que el Administrador General de la Autoridad de Protección al Consumidor y de Defensa de la Competencia, Licenciado Pedro Meilán, recibió la presidencia pro-témpore 2013-2014, destacando en su presentación, el papel fundamental que juega la ACODECO en hacer cumplir las normas y su adaptación a los cambios que exige un mundo globalizado.

El evento fue organizado por la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, y contó con la participación de más de 50 delegados de 25 países procedentes del continente Europeo, Asiático, Americano, Africano y Oceanía.

El acto inaugural del foro de ICPEN con su slogan “Mejorando la Protección al Consumidor en una Economía Global”, fue presidido por el Ministro de la Presidencia, Roberto Henríquez, en nombre del Presidente de la República, Ricardo Martinelli, quien destacó los esfuerzos de la ACODECO en la protección al Consumidor y dio la bienvenida a los participantes.

Con una apretada agenda de trabajo durante 4 días que duró el evento, se llevó a cabo la reunión plenaria el 8 y 9 de octubre y sesiones de taller el 10 y 11 de octubre, en los cuales se trataron temas de interés como el turismo, viajes y servicios relacionados, el comercio electrónico, publicidad engañosa, pagos móviles; también contó con la exposición de expertos en materia de juegos en línea y aplicaciones, el profesor Ramin Shokrizade y la Dra. Barbie Clarke, quienes nos lustraron con sus conocimientos y experiencias..

El ICPEN, tiene como objetivo reunir a expertos en materia de protección al consumidor, con la finalidad de compartir información sobre las actividades transfronterizas comerciales que afectan a los consumidores y al mismo tiempo, busca proporcionar la cooperación internacional entre los organismos encargados para hacer cumplir las leyes en sus respectivos países.



C. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS QUE PARTICIPÓ LA DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Fecha	Evento	Lugar
Noviembre 12 al 13 de 2013	II Foro Internacional sobre Protección al Consumidor - INDECOPI	República de Perú
Noviembre 14 al 17 de 2013	VI Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor - FIAGC	República de Chile
Abril 18 al 26 de 2013	Taller y Conferencia del International Consumer Protection And Enforcement Networks – ICPEN”	Bélgica

COORDINACIÓN DE REGIONALES

El objetivo primordial de la Coordinación de Regionales es servir de enlace entre las diferentes oficinas de la Sede y las 10 Oficinas Regionales; enlace que conlleva la actualización y seguimiento, en materia administrativa y legal, de todas las actividades institucionales.

De noviembre 2012 a octubre de 2013, las Oficinas Regionales desarrollaron diversas actividades, donde la Coordinación de Regionales cumplió un papel logístico para el desarrollo satisfactorio de las ejecuciones operativas, tales como operativos especiales, encuestas de precios y participación en importantes ferias regionales.

Con el propósito que las Oficinas Regionales se mantengan actualizadas en los criterios institucionales, metodologías operativas y trámites legales y administrativos, los funcionarios de la Coordinación de Regionales se sumaron a las jornadas de capacitación interna y giras a las Oficinas Regionales, para las supervisiones de actividades. En el período comprendido entre noviembre 2012 y octubre 2013, los funcionarios de la Coordinación de Regionales participaron en varias giras de evaluación como la del avance y ejecución proyecto ACODECO En Tu Comunidad, con el Departamento de Estadísticas e Informática para la gira de integración, actualización y modernización sistemática de la base de datos institucional, jornadas de divulgación en eventos feriales, así como giras de supervisión de trámites administrativos, en las Oficinas Regionales.

Las actividades regulares que realizan las Oficinas Regionales, son supervisadas continuamente con la verificación del cumplimiento de cronogramas mensuales y de metas esperadas, las cuales tienen que estar dirigidas, principalmente, al objetivo institucional que es defender los derechos del consumidor, dentro del marco legal de la Ley 45, Ley 6ay demás reglamentaciones. Igualmente, la Coordinación de Regionales da seguimiento al cumplimiento de las instrucciones giradas por la Dirección Nacional de Protección al Consumidor y la Dirección Nacional de Libre Competencia.

También, en los meses de noviembre 2012 y octubre 2013, la Coordinación de Regionales recibió de las Oficinas Regionales y del Departamento de Verificación de la Sede Central, 4,446 actas con anomalías las cuales presentaron faltas a las normas de protección al consumidor establecidas en la Ley 45, mismas que fueron evaluadas por la Comisión Evaluadora de Actas.

OFICINAS REGIONALES DE LA ACODECO

La ACODECO cuenta con 10 Oficinas Regionales situadas estratégicamente a nivel nacional. Éstas ejecutan paralelamente las actividades institucionales, cumpliendo con las directrices y objetivos institucionales, en beneficio de la Protección del Consumidor y la Libre Competencia.

El área educativa es pilar importante para ACODECO, por lo que las Oficinas Regionales, con la organización y desarrollo de jornadas educativas, ofrece a los consumidores y agentes económicos docencia necesaria para el conocimiento de los deberes y derechos del consumidor y deberes de los agentes económicos.

Las Oficinas Regionales, participan en la recopilación estadística de datos del mercado local, para la publicación al consumidor de las encuestas de productos de la Canasta Básica, Combustible y de bienes y servicios, en temporadas especiales.

También, es relevante la participación de funcionarios regionales en las Jumbo Ferias, donde se verifica la información y calidad de los productos que ofrecen los pequeños empresarios al consumidor, además de las consultas que se atienden.

Es destacable, la cantidad de verificaciones a agentes económicos que han realizado a nivel nacional, las 10 Oficinas Regionales, donde cada día se visitan a comercios para la revisión del cumplimiento de lo establecido en las normas de la Ley 45, Ley 6 de junio de 1987 que beneficia a Jubilados, Pensionadas y Tercera Edad, Decretos que regulan el precio de combustible y del tanque de gas de 25 libras y el decreto que regula el uso del tanque de gas subsidiado.

Además del cumplimiento en los reglamentos de metrología, en total, a través de todas las Oficinas Regionales, se han verificado de noviembre de 2012 a octubre de 2013, 14,242 agentes económicos, por faltas a la Ley 45, ley 6a y a la Ley 81, encontrándose 124,296 productos vencidos y 31,244 productos sin fecha de vencimiento.

Igualmente, las Regionales realizan la actividad de verificación de Veracidad de la Publicidad, revisando el cumplimiento en los detalles establecidos para la venta del bien o contratación del servicio.

Por otra parte, con el programa de Acodeco en Tu Comunidad las Oficinas Regionales han visitado casa por casa, a cientos de consumidores de todo el país, donde se les dejó de mano, información importante de ACODECO y de las leyes y decretos que protegen al consumidor.

Durante el Operativo de Navidad, desarrollado en diciembre de 2012, las Oficinas Regionales, a través de módulos ubicados estratégicamente en áreas comerciales de las respectivas provincias, se atendieron consultas, denuncias y quejas a un total de 5,273 personas y se recuperaron a favor del consumidor, un monto de B/3,298.38, por el incumplimiento de garantías, principalmente.

OPERATIVO DE NAVIDAD 2012 – RESULTADOS REGIONALES

Detalle	Total
Asistencia al Consumidor (consultas)	4,986
Asesoramiento a Agentes Económicos	1020
Quejas Recibidas	173
Quejas Resueltas	166
Monto de las quejas resueltas (B/)	19,021.11
Denuncias	114
Actas de Verificación CON anomalías Ley 45	185
Actas de Verificación SIN anomalías Ley 45	654
Actas de Verificación CON anomalías Ley 81	0
Actas de Verificación CON anomalías Ley 6	10
Actas de Veracidad de la Publicidad (Anomalías)	20
Devolución de Efectivo (cantidad)	33
Monto de las devoluciones B./	3,298.38
Apertura de Expedientes	9
Entrega de material Educativo	57575
Entrevista a medios de comunicación	133

1. OFICINA REGIONAL DE BOCAS DEL TORO



La Regional de Bocas del Toro, durante el periodo de noviembre 2012 a octubre del 2013, desarrolló un programa de actividades las cuales exitosamente beneficiaron a cientos de consumidores de toda la provincia de Bocas del Toro.

ACODECO Bocas del Toro, enfatizó el desarrollo de actividades educativas y de verificación, en aquellas áreas distantes de Changuinola, visitando a consumidores y agentes económicos de Las Delicias Arriba y Abajo, Tiger Hill, Sibube, Las Tablas y La Mesa, el Distrito de Chiriquí Grande y las diversas islas de la provincia. Estas últimas, con gran auge comercial y turístico.

Con módulos situados estratégicamente en Ferias Interinstitucionales, como Jumbo Ferias y jornadas escolares, la Regional de Bocas del Toro, atendió un total de 306 consultas de

educativas, dando efectivas respuestas en materia de consumo y de los derechos como consumidores

Entre capacitaciones y jornadas educativas se realizaron 102 actividades, las cuales se dirigieron a orientar en materia de protección al consumidor, a distintas agrupaciones de empresas privadas, instituciones gubernamentales, centros escolares, universidades, asociaciones de jubilados y de personas de tercera edad. Estas actividades educativas lograron beneficiar un total de 2,905 consumidores Bocatoreños.

Con el programa promocional ACODECO En Tu Comunidad, se visitaron 358 viviendas haciendo contacto directo con 414 consumidores, suministrándoles orientación y material educativo que les permite conocer principalmente, sus deberes y derechos como consumidores y de la ACODECO, como entidad que les protege.



La Regional de Bocas del Toro, con el objetivo de informar y educar a los consumidores constantemente participó, en 116 ocasiones, en programas radiales de emisoras locales informando al radio oyente, sobre las funciones de ACODECO, los resultados de encuestas y de las diversas actividades que realiza la Regional.

Por otra parte, se realizaron 4,635 visitas a los diferentes agentes económicos, tales como abarroterías, mini súper, supermercados, kioscos, farmacias, restaurantes, almacenes, mueblerías, casa de auto repuestos, electrónicas, lavanderías, casas de empeño, hoteles y pensiones, ferreterías, estaciones de combustible, entre otros, donde se verificó el cumplimiento en lo que establece la Ley 45, la Ley 6a de los descuentos y tarifas especiales “Ley de los Jubilados, Pensionados y Tercera Edad” y decretos especiales, que atañen a los productos y servicios que ofrecen a los consumidores.

Con esta actividad, en el periodo de noviembre 2012 a octubre 2013, se decomisaron 16,521 productos vencidos, 386 productos sin fecha de vencimiento y 1023 productos deteriorados, además de 8,815 productos que se detectaron sin precio a la vista.

2. OFICINA REGIONAL DE COCLÉ



La Regional de Coclé, en su ardua labor de orientar e informar a la población coclesana en diferentes temáticas de consumo y con el propósito de informar al consumidor sobre sus

deberes, derechos y de asesorarles en materia de Ley 6a (de jubilados, Pensionado, Tercera y Cuarta Edad), Presupuesto Familiar, consumo saludable, garantía de bienes; en el periodo comprendido entre noviembre del 2012 a octubre del 2013, la Sección de Educación de la Regional de Coclé, llevó a cabo 7 jornadas educativas tales como: charlas a diversos grupos de la sociedad, asesoramientos, consultas educativas, volanteos, participación en programas de radio, publicaciones de notas de prensa, participación en destacadas Ferias Regionales como las del Sombrero Pintado de La Pintada, de la Carreta de Capellanía, el Festival de la Caña y el Azúcar en El Roble de Aguadulce, además de importantes actividades Institucionales como la reinauguración del Mercado de Mariscos de Río Hato, la celebración de Aniversario de la Provincia de Coclé, Jumbo Ferias. También se participó con módulos de orientación, en ferias y jornadas organizadas por centros educativos.



Se dictaron 87 charlas educativas a grupos organizados y en centros educativos, en la que se logró beneficiar una población de 2,305 personas y se les entregaron 6,823 folletos con información educativa.

Además, se efectuaron 71 jornadas educativas, labor encaminada a informar, orientar y promocionar los contenidos de la educación al consumidor, a través de módulos de asistencia al consumidor en la Avenida Central de Penonomé, en Centros de Salud y Policlínicas, Mercados Públicos y Centro Regional Universitario de Penonomé, beneficiando a 4,851 consumidores.

Con el programa ACODECO Tour, Oficina la Regional de Coclé, recibió en sus oficinas a diferentes agrupaciones como miembros de “100 a los 70” y al personal docente del Centro Escolar Básico General (C.E.B.G.). La Compañía del Valle de Antón, donde, con la demostración y explicación del desarrollo de cada una de nuestras actividades, se compartió información con 88 consumidores.



También, en el desarrollo de ACODECO en Tu Comunidad, se visitaron casa por casa, las comunidades de La Candelaria, Llano Apóstol, Caimito, Sofre y El Rosario, llevando el mensaje institucional y cómo deben presentar una queja y/o una denuncia y orientando en materia de Protección al Consumidor, a una población coclesana de 613 personas distribuidas en 461 viviendas.

En el período comprendido de noviembre 2012 a octubre de 2013, a través de verificaciones ha logrado visitar 1,455 agentes económicos como mini súper, restaurantes, supermercados, kioscos, abarroterías y otros comercios de la provincia de Coclé, levantando 738 actas con faltas a las normas de protección al consumidor contempladas en la Ley 45 y otras disposiciones legales que afectan directamente al consumidor, tales como 12,679 productos vencidos, 2,688 productos sin fecha de vencimiento, 20,267 sin precio a la vista y 484 productos deteriorados.



Igualmente, la Oficina Regional de Coclé, verifica el cumplimiento de los agentes económicos a las normas Metrológicas, Industriales y Técnicas aceptadas y adoptadas por nuestro país. En este sentido se ha logrado visitar 64 agentes económicos en verificaciones de Balanzas, Scanner y verificación del Pan por Peso, dentro de las cuales se han levantado 49 actas por faltas a las normas de metrología. También, se han levantado 11 actas con anomalía en materia de ventas especiales.

3. OFICINA REGIONAL DE COLÓN



La Oficina Regional de Colón sigue intensificando participación radial, charlas y jornadas educativas y sobre todo doblando esfuerzo para llegar a más consumidores a través de los diferentes programas con que cuenta nuestra institución.

A través de 76 capacitaciones impartidas a entidades, empresas, escuelas públicas y privadas, gremios, asociaciones, se han capacitado 2,489 consumidores aproximadamente, se realizaron 95 jornadas educativas en centros comerciales, jumbo ferias u otros eventos, donde convergen cientos de consumidores, a quienes se les orienta en materia de protección al consumidor y se les entrega materiales con valiosa información de la institución.

Con el programa ACODECO en Tu Comunidad, se visitaron puerta a puerta a los consumidores residentes en las comunidades La Victoria, Nuevo Arco Iris, La Cresta, Villa Alondra, Villa Lomar, Rivera del Río, Gatuncillo, Cativa y Residencial Irving Saladino.

Por otra parte, fue destacada la participación en medios radiales, donde en 224 ocasiones, se pudo difundir información muy importante para los consumidores colonenses, así como otras de sumo interés para los agentes económicos, todas encaminadas a la defensa de los derechos del consumidor.

Se verificaron un total de 1,474 agente económicos tales como súper mercados, mini súper, abarroterías, kioscos etc. Se detectaron 6,479 productos vencidos 439 sin fecha de vencimiento y 15,360 sin precio a la vista.

4. REGIONAL DE CHIRIQUÍ

Fue notable el resultado sobresaliente de las actividades en beneficio del consumidor chiricano como lo son las verificaciones y operativos especiales, jornadas de educación al consumidor y el avance del proyecto insignia ACODECO EN TU COMUNIDAD, logrando acaparar los titulares de medios televisivos a nivel nacional, las primeras planas de medios escritos y los comentarios radiales de los profesionales del periodismo, quienes resaltaban las gestiones realizadas por nuestra Institución en el marco legal de la Ley 45 y cada una de las leyes que fiscalizamos. Todo esto, desarrollado, dentro de una extensión territorial de 6548 km, con una población estimada de 409,821 personas.

El período comprendido de noviembre 2012 a octubre de 2013, se caracterizó por los decomisos realizados en 2,108 visitas a diversos agentes económicos y es que la cifra de 26,728 productos vencidos decomisados, 19,411 falta de precios a la vista y 6604 productos sin fecha de vencimiento, reflejan el accionar de nuestra Institución en beneficio del consumidor chiricano. Los recientes operativos especiales realizados en Río Sereno, sector limítrofe con Costa Rica y de manera simultánea en el Distrito de David, en donde se decomisaron 2,685 productos vencidos, dentro de los cuales sobresalían productos de consumo infantil, arroz infestados de gusanos, sodas, entre otros productos, son una prueba contundente de las violaciones a la Ley 45.

Otro caso que logró acaparar los medios de comunicación fue el operativo especial realizado en salas de belleza ubicadas en la ciudad de David, a las cuales acuden decenas de personas en busca de atención y cuidado para su cabello y que luego de cinco días continuos de verificación en 68 salas de belleza, dejó al descubierto como en 47 agentes económicos no se cumplía con lo establecido en la Ley 45. El resultado final de este operativo demostró cómo se utilizaban y vendían 232 productos químicos vencidos como peróxido en crema para el cabello, gotas fortalecedoras, tratamientos de keratina, shampoo, cremas, entre otros vencidos desde el año 2010 y con un valor aproximado de B/ 4,500.00.



En el área educativa, la Oficina Regional de Chiriquí logró dictar un total de 102 capacitaciones y 2054 asistencias educativas, beneficiando a 10,652 personas. El stand de ACODECO en la Feria de las Flores y del Café de Boquete del año 2013, permitió atender un total de 4,021 consumidores. También, con la participación en la Feria Internacional de San José de David, en donde se logró atender a 3431 consumidores.

Con el programa ACODECO en Tu Comunidad, se visitaron corregimientos de los Distritos de Boquete, Gualaca, Bugaba, Alanje, Boquerón y David, llevando información de primera mano a 1769 personas visitadas directamente en sus casas, a los cuales se les distribuyó en total 9898 materiales educativos.



5. OFICINA REGIONAL DE DARIÉN

La Oficina Regional de Darién continúa dirigiendo sus esfuerzos en el desarrollo de las actividades educativas a consumidores y proveedores, cuyo objetivo es orientar, capacitar e informar al darienita sobre los derechos y deberes del consumidor y las obligaciones de los proveedores, inclusive aquéllos de áreas de difícil acceso colindantes a los principales ríos Chucunaque y Tuira, así como aquellas comunidades fronterizas con la República de Colombia.

Dentro de las actividades que se realizaron en el periodo noviembre 2012 a octubre de 2013 fue muy importante la participación con un módulo en el Operativo de Navidad de diciembre 2012, donde se orientó y distribuyó material educativo a consumidores y proveedores. Igualmente, en este operativo, se realizaron verificaciones por incumplimiento a la Ley 45, dando como resultado 452 productos vencidos, 8 productos sin fecha de vencimiento, 175 falta de precio a la vista, 11 productos deteriorados.



En agosto de 2013, la Oficina Regional de Darién participó con un stand en la Feria Interinstitucional, en el Corregimiento del Real de Santa María en conmemoración de los 500 años de la Primera Diócesis en Tierra Firme, donde se realizaron 3 importantes jornadas educativas y 10 capacitaciones, beneficiando a un total 596 personas.



Con el Programa ACODECO en tu Comunidad, se visitaron 117 casas del corregimiento de Agua Fría, atendiendo a una población de 153 personas, donde se orientó casa por casa, sobre los derechos y deberes de los consumidores y las normativas que los protegen.

Las actividades de verificación de noviembre 2012 a Octubre 2013, dieron como resultado el hallazgo de 2,043 productos vencidos, 194 productos sin fecha de vencimiento, 1,762 productos sin precio a la vista y 64 productos deteriorados.

6. OFICINA REGIONAL DE HERRERA

La Oficina Regional de Herrera ha logrado desarrollar un sinnúmero de actividades en el periodo comprendido entre noviembre de 2012 a octubre de 2013, mismas que van desde la continua educación al consumidor, atención de consultas, quejas y denuncias, participación en los medios de comunicación, verificación de los diversos agentes económicos encontrados en el mercado y tareas de metrología, entre otras.



En cuanto a la labor educativa, se mantuvo constante la realización de charlas, orientaciones y asesoramientos, con el objetivo de defender los deberes y derechos de los consumidores herreranos.

Con el desarrollo de 54 distintas jornadas educativas, la Oficina Regional de Herrera informó, orientó y proporcionó contenido educativo relevante al consumidor, beneficiando a una población de 6,102 personas. Igualmente brindó importantes consejos y orientaciones en cada participación de las concurridas Jumbo Ferias celebradas a lo largo de la provincia de Herrera. También se beneficiaron con capacitaciones 3,225 personas y se atendieron 489 consultas educativas en temas puntuales tales como: Ley 6a, Ley 45, historial de crédito, temas de garantía y Ley 81. A través de los distintos medios de comunicación la Oficina Regional de Herrera recibió y atendió 96 distintas denuncias. En este periodo, se asistió personal y telefónicamente 667 interrogantes de consumidores.



Como todos los años, hubo gran acogida en la participación de ACODECO en la LI Versión de la Feria Internacional de Azuero, la cual se desarrolló del 25 de abril al 5 de mayo de 2013, donde se atendió una población de 2,640 personas y se distribuyeron 6,173 materiales educativos; informando y orientando a niños, jóvenes y adultos, que con su presencia demostraron interés en acrecentar sus conocimientos para ejercer un consumo cada vez más responsable y defender sus derechos como consumidores.

La Sección de Verificación de la Oficina Regional de Herrera, visitó 2,517 distintos agentes económicos, como lo son: supermercados, abarroterías, clínicas, restaurantes, hoteles, farmacias, ventas de materiales de construcción, estaciones de combustible; detectando 33,433 productos con evidentes faltas como: vencidos, deteriorados, con doble precio, los que incumplen con falta de información comercial, entre otras. Sobresaliendo del grupo de incidencias los productos vencidos y los productos sin precio a la vista, representando un 96% de las faltas encontradas.

En verificaciones de metrología se visitaron 110 establecimientos comerciales, revisando el cumplimiento de las normas y reglamentos en balanzas, escáner, materiales de construcción, verificación de combustible y contenido neto de productos pre empacados, levantando 69 actas con anomalías.

7. OFICINA REGIONAL LOS SANTOS



La Oficina Regional de Los Santos, atendió de noviembre 2012 a octubre de 2013, 92 consultas educativas de consumidores sobre temas concernientes a la Ley 45, Ley 6a, las funciones de ACODECO y los deberes y derechos como consumidores.

En materia de educación al consumidor, se participó en 140 programas radiales en diferentes emisoras de la ciudad de Las Tablas, esto con la intención de divulgar las diferentes actividades llevadas a cabo por nuestra Institución en toda la Provincia Santeña, tales como presupuesto familiar, deberes y derechos del consumidor, consumo saludable, Ley 6a, controle sus gastos, las encuestas de precios de canasta básica y combustible y algunas recomendaciones de compras.

Se realizaron 149 capacitaciones y jornadas educativas beneficiando a 1,593 personas de todos los Distritos de la Provincia de Los Santos; en centros educativos, Instituciones Públicas y grupos organizados de las comunidades, distribuyendo entre ellos un total de 16,243 panfletos educativos con información importante para el consumidor.

Con ACODECO en Tu Comunidad, de noviembre de 2012 a octubre de 2013, se han visitado 14 Corregimientos y Barriadas de los Distritos de La Provincia de Los Santos.

La Oficina Regional de Los Santos ha efectuado un total de 2,175 visitas a agentes económicos de esta provincia, encontrando un total de 42,205 productos con anomalías, de los cuales 25,428 estaban sin precio a la vista, 11,575 vencidos y 5,202 no tenían fecha de vencimiento. Con relación a las verificaciones de Ley 6a, se realizaron 308 verificaciones, donde 65 agentes económicos resultaron con anomalías.

Igualmente la Oficina Regional de Los Santos realizó en 132 encuestas y monitoreos de precios.



8. OFICINA REGIONAL DE PANAMÁ ESTE



La Regional de Panamá Este, de noviembre de 2012 a octubre de 2013, ha participado en diversas jornadas educativas, atendiendo consultas de consumidores en eventos como la Feria de Tanara 2013, Feria Agropecuaria y Artesanal de San Martín, las Jumbo ferias del área Este, así como ferias de salud y escolares.

En el área educativa, la Oficina Regional de Panamá Este realizó 160 jornadas educativas, beneficiando a 1560 personas del área este de la provincia de Panamá.

Con el programa ACODECO en Tu Comunidad, la Oficina Regional de Panamá Este ha visitado 3,470 casas, beneficiando a 1,748 consumidores de los corregimientos de Pacora, 24 de Diciembre, Nueva Esperanza y Tocumen.

En el área de verificación, se han levantado 356 actas con anomalías y 232 actas sin anomalías, a aquellos agentes económicos que incumplen con lo establecido en la Ley 45 y demás normativas que protegen al consumidor, detectando 7,331 productos vencidos y 6,016 sin fecha de vencimiento.

De igual manera, se han realizado 16 operativos de verificación en farmacia y restaurantes corroborando el cumplimiento de la Ley 6a, precio y uso del tanque de gas en cilindros de 25 libras.

9. OFICINA REGIONAL DE PANAMÁ OESTE

En el período comprendido de noviembre 2012 a octubre 2013, la Oficina Regional de Panamá Oeste ha beneficiado a más de 3,155 consumidores, a través de las distintas Jornadas Educativas y Capacitaciones que se brindan en Instituciones gubernamentales, comunidades, colegios iglesias y demás grupos organizados. En éstas se distribuyó 78,820 materiales educativos, mismos que han servido para lograr que los consumidores sean más proactivos y presenten sus quejas y denuncias.



El 15 de marzo de 2013, en conmemoración del día del Consumidor, la Oficina Regional de Panamá Oeste desarrolló actividades educativas como concursos de murales con el tema de la

Seguridad Alimenticia, además del Conversatorio realizado en el Auditorio del Hospital Nicolás A. Solano, y la Feria del Niño y la Niña en el Parque Libertador en La Chorrera, donde fueron cientos los beneficiados con importante información de la ACODECO.

Es importante mencionar que esta Oficina Regional ha colaborado en jornadas interinstitucionales, tal es el caso de la caminata organizada por la Autoridad Nacional del Ambiente en conmemoración del Día Mundial del Agua, donde nos proyectamos con recomendaciones por medio de un vistoso baner, además de Feria de la Mujer Guna, realizada en el Distrito de Arraiján.

La Oficina Regional de Panamá Oeste sigue de cerca el comportamiento de los agentes económicos establecidos en el área oeste, a través de las verificaciones de oficio al igual que las que se hacen por denuncia en distintos medios.

La divulgación de los distintos temas de Protección al Consumidor y de actividades de la Regional de Panamá Oeste, asciende a 63 participaciones en emisoras de La Chorrera.



Con el Programa ACODECO en Tu Comunidad, la Oficina Regional de Panamá Oeste visitó de noviembre de 2012 a octubre de 2013, a más de 3,000 hogares de distintas urbanizaciones y comunidades del área oeste, donde se llevó puerta a puerta, el mensaje institucional, además de dar respuesta a consultas y recibir denuncias.

También la Oficina Regional de Panamá Oeste ha realizado verificaciones a 348 agentes económicos, encontrando 3860 productos vencidos y 12,132 sin precio a la vista.

10. OFICINA REGIONAL DE VERAGUAS

En la Oficina Regional de Veraguas, en el periodo de noviembre 2012 a octubre 2013, siguiendo con el objetivo de educar y orientar a los consumidores sobre sus derechos, deberes, la Ley 45, Ley 6a de Jubilados, Pensionados y Tercera edad, Ley 24 de Historial de Crédito y las funciones que realizamos en la ACODECO ha desarrollado diversas actividades educativas tales como: 165 capacitaciones y jornadas educativas, beneficiando a 4,219 consumidores, así como la participación en 114 programas radiales que permitieron que el mensaje de ACODECO llegara a más consumidores en toda la provincia de Veraguas.

De igual forma, en la tarea de verificación de mercado se realizaron 1,172 visitas a agentes económicos logrando decomisar 17,934 productos vencidos, 9,279 productos sin fecha de vencimiento; también se encontraron 23,382 productos sin precio a la vista.

En el desarrollo de la actividad ACODECO en Tu Comunidad, se visitó casa por casa 4,650 residencias de los Distritos de: Las Palmas, Soná, Río de Jesús, Santa Fe, Calobre, San Francisco, Mariato, Atalaya y Cañazas.

C. UNIDAD DE ACODECO EN TU COMUNIDAD

Este es un programa vital e innovador que se desarrolla en cobertura nacional desde el año 2009, donde se visita casa por casa llevando a los consumidores información de interés como por ejemplo, la encuesta de precios, sus derechos, cómo presentar una queja, acciones que motivan a una denuncia y cuáles son las funciones de ACODECO.

Para la ACODECO este programa se ha convertido en la columna vertebral proporcionando soporte de la acción gubernamental, abogando por él desarrollo y la innovación en la visita que realizamos casa por casa, nos confirma que el ciudadano consumidor encuentra en nosotros, la entidad que le rinde respeto, le escucha y le soluciona parte de sus necesidades, ya que con mayor información entre los consumidores, se genera más transparencia en el mercado y el incremento de los servicios institucionales: quejas, denuncias e información del mercado.

Así reiteramos el compromiso de seguir protegiendo a los consumidores frente a las inequidades y desequilibrios del mercado, pero más importante aún la creación del vínculo con ellos para que denuncien de inmediato las irregularidades del mercado y estén orientados en cómo se presenta una queja.

ACODECO En Tu Comunidad es uno de los esfuerzos más valiosos con miras a lograr un mercado competitivo en donde los consumidores sean plenamente beneficiados.

Nuestro objetivo es lograr que como consumidores ejerzamos nuestra fuerza en el mercado exigiendo nuestros derechos, para hacerlo más justo, transparente y solidario.



Este programa también se realiza paralelamente en las diferentes provincias, como lo son Bocas del Toro, Coclé, Colón, Chiriquí, Darién, Herrera, Los Santos, Panamá Este, Panamá Oeste y Veraguas, lográndose visitar una gran cantidad de casas en diferentes comunidades a lo largo del país.

Desde noviembre del 2012, hasta octubre de 2013 se han visitado más de 30,260 residencias, y se han distribuidos más de 135,362 material educativo, en todo el país.

ESTADÍSTICAS DE ACODECO EN TU COMUNIDAD
Estadísticas a Nivel Nacional Noviembre 2012 a Octubre 2013

Detalle	Casas Visitadas	Material Distribuido
AETC a Nivel Nacional	30,260	135,362

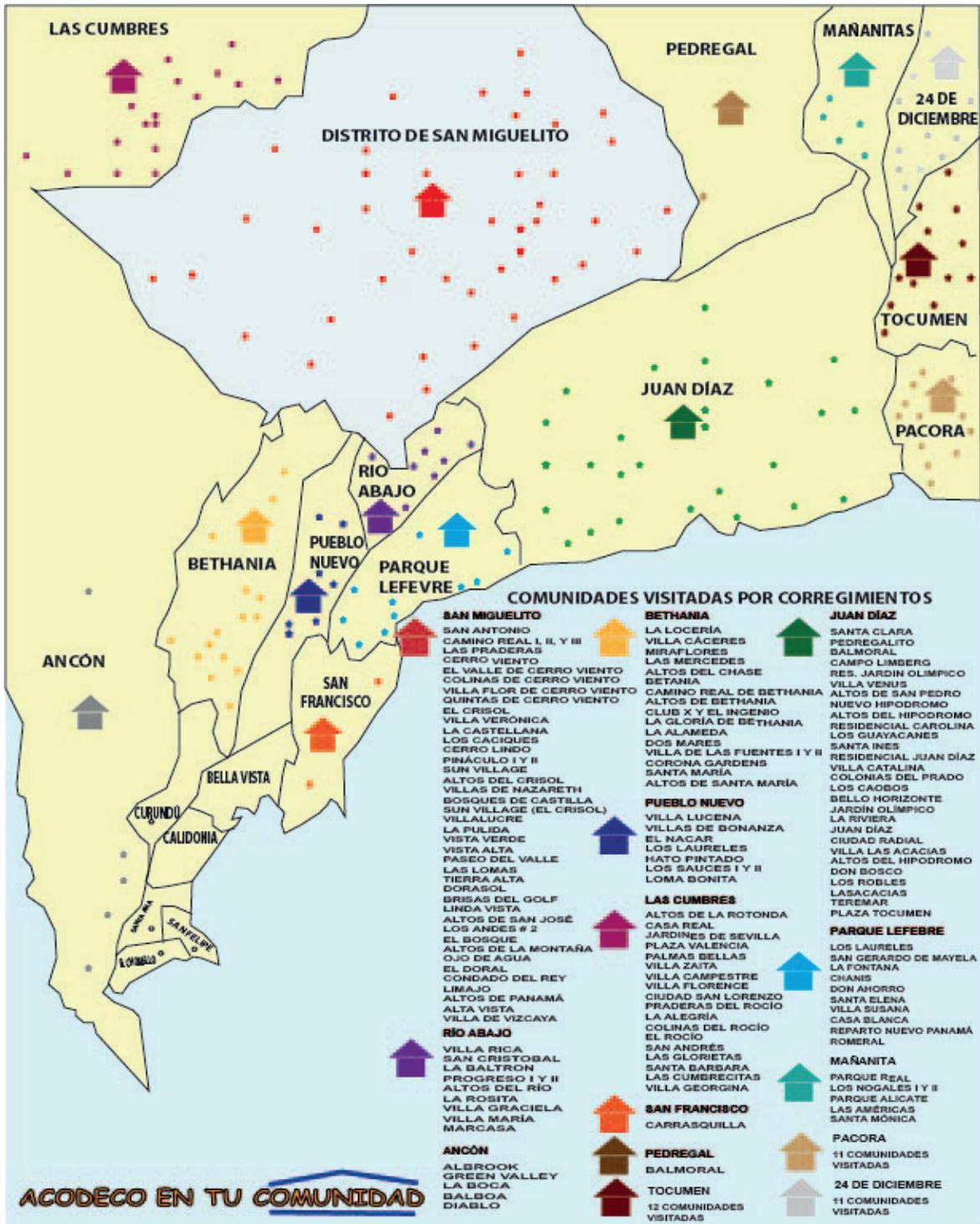
Estadísticas actualizadas hasta el mes de octubre 2013

Pero desde los inicios de este programa en el 2009, y hasta octubre del 2013, se han visitado un total de **179,147** casas a nivel nacional.



Asimismo, como mecanismo de poder contactar a los consumidores, que no encontrábamos en sus viviendas al momento de realizar nuestras visitas de casa en casa, implementamos la instalación de las Toldas Móviles en diferentes sectores donde existían mucha concentración de consumidores, como fue en el Centro Comercial Mis provincias en Milla 8, en La Gran Estación de San Miguelito y en el Parque Feuillet en La Chorrera, con esta iniciativa hemos logrado captar todo tipo de quejas y denuncias de consumo y la generación de interesantes aportes de los consumidores hacia el perfeccionamiento de nuestra labor como entidad del Estado.

Mapa de las Comunidades Visitadas por Corregimientos



II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



A. INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS

1. PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS

INVESTIGACIÓN POR DENUNCIA EN CONTRA DE MINERA PANAMÁ, S.A.

El día veinticinco (25) de octubre de dos mil doce (2012), la empresa SAM HEAVY EQUIPMENT & SOLUTIONS CORP. presenta denuncia y pone en conocimiento de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), la presunta comisión de prácticas monopolísticas relativas ilícitas por parte del agente económico MINERA PANAMÁ, S.A.

La denuncia presentada hizo alusión a acciones predatorias realizadas de manera unilateral por la empresa MINERA PANAMÁ, S.A. tendientes a causar daños y perjuicios y a sacar del mercado al denunciante, SAM HEAVY EQUIPMENT & SOLUTIONS CORP., al desconocer los compromisos legales, contratos, que la antes PETAQUILLA COOPER, S.A., hoy MINERA PANAMÁ, S.A., mantenía con el denunciante por la perforación de 5,000 metros en una concesión de cobre.

En la investigación se concluyó que no existieron los elementos mínimos requeridos para que se configure una práctica monopolística relativa ilícita de conformidad con el artículo 16 de la Ley 45, específicamente con el numeral 7 que versa sobre acciones predatorias, toda vez que la empresa SAM HEAVY EQUIPMENT & SOLUTIONS CORP., de conformidad con la documentación presentada y del análisis de este caso en particular, no es competidora o potencial competidora de MINERA PANAMÁ, S.A., ya que su principal actividad comercial es la de brindar servicios de perforación, extrayendo muestras geológicas para la exploración, que es demandado o requerido por MINERA PANAMÁ, S.A. para determinar la posible explotación de minerales en una área determinada.

DENUNCIA CONTRA ALTOS DE VISTAMARES Y ADMINISTRADORA LOS ALTOS DE CERRO AZUL.

El 27 de mayo de 2013 la DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA recibió denuncia de propietarios del Residencial los Altos de Cerro Azul, por supuestas prácticas monopolísticas contrarias al Artículo 16 de la Ley 45 y por prácticas de cobros abusivos sin contrato, contra Altos de Vistamares, S.A. y Administradora Los Altos de Cerro Azul, S.A.

Al analizarse las pruebas presentadas por los propietarios de Residencial Los Altos de Cerro Azul se consideró que no se estaba incurriendo en una práctica monopolística relativa, debido a que se consideró que los elementos presentados en la denuncia no permiten enmarcarla como una práctica monopolística relativa ilícita, por el hecho que los denunciantes no son agentes económicos. Se les sugirió a los interesados acudir ante la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, ya que la denuncia trata sobre prácticas abusivas de cobros sin contrato a los propietarios del Residencial Los Altos de Cerro Azul, esto es, una relación de consumo.

CASO POR PRESUNTA PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA EN EL PRECIO DE LA PÓLIZA DE INCENDIO.

El día 15 de mayo de 2013 bajo el número PM-006-13 la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) inicia de oficio una investigación preliminar contra las siguientes compañías aseguradoras: Ace Seguros, S.A., Acerta Compañía de Seguros, S.A., Aliado Seguros, S.A., Assa Compañía de Seguros, S.A., Assicurazione Generali, S.P.A., Aseguradora Ancón, S.A., Aseguradora Global, S.A., Banesco Seguros, S.A., Nation Union Fire Insurance Company of Pittsburgh, P.A., Compañía Internacional de Seguros, S.A., Empresa General de Seguros, S.A., HSBC Seguros (Panamá), S.A., La Floresta de Seguros y Vida, S.A., Mapfre Panamá, S.A., National de Seguros Panamá y Centroamérica, S.A., Óptima Compañía de Seguros, S.A., Seguros BBA Corp., Seguros Confianza, S.A., Seguros Constitución, S.A., Seguros FEDPA, S.A., Seguros Suramericana, S.A., Del Istmo Assurance Corp., Eastern Pacific Insurance Company, INC., por posible práctica monopolística absoluta en los precios de las pólizas de incendio, líneas aliadas y riesgos técnicos, violatoria de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 (Ley 45), artículo 13, numeral 1. A razón de noticia publicada en el diario Panamá América el 14 de mayo de 2013 que señala "Proyectan aumento de los precios en las pólizas contra incendio y riesgos técnicos".

Se analizó información estadística obtenida de la página web de la Superintendencia de Seguros y Reaseguros de Panamá, de compañías aseguradoras que ofrecen el servicio de pólizas de incendio y riesgos técnicos, dicha información mostraba de manera global que los siniestros pagados no sobrepasaron las primas suscritas, por lo que no indicaba aumentos en el corto plazo. En consecuencia se recomendó el cierre de la investigación administrativa por no contar con elementos que denotaran colusión por parte de las compañías aseguradoras mencionadas en el informe.

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE LA PRESUNTA COMISIÓN DE PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS ABOLUTAS EN CONTRA DE LOS DIARIOS LA PRENSA Y LA ESTRELLA.

En el año 2013, mediante Resolución Administrativa se resolvió iniciar de oficio investigación por la presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas contra **CORPORACIÓN LA PRENSA, S.A.** y **PANAMÁ STAR, S.A.**, para llevar a cabo todas las gestiones administrativas requeridas a fin de obtener de las investigadas toda documentación e información necesaria para determinar la comisión o no de la práctica monopolística consistente en el aumento coordinado de precio de venta de periódicos de circulación nacional, anunciado por los diarios antes mencionados.

Mediante oficios emitidos se solicitó a las investigadas aportar documentación e información específica, relacionada a la toma de decisión acerca del aumento de precio de sus respectivos diarios de conformidad con el numeral 2 del artículo 98 de la Ley 45 de 31 de octubre del 2007.

Evacuadas las diligencias oficiosas se analizó la documentación e información aportada por los agentes económicos y se determinó que existió independencia en la decisión de aumentar

el precio de venta de sus respectivos diarios, por lo que se descartó la supuesta comisión de la práctica monopolística absoluta que dio inicio a la investigación administrativa y se procedió al cierre de la investigación administrativa con el respectivo archivo del expediente.

INVESTIGACIÓN SOBRE COMENTARIOS DE JUAN CARLOS TAPIA EN SU PROGRAMA TELEVISIVO.

El día 17 de enero de 2013 en el programa televisivo "Lo Mejor del Boxeo", su conductor, Juan Carlos Tapia, efectuó comentarios con respecto a una cartelera boxística de campeonato mundial a realizarse en el Megapolis Convention Center de la Ciudad de Panamá, el día 16 de marzo de 2013, en el sentido de que hay un acuerdo entre Corporación Medcon Panamá, S.A. (en adelante MEDCOM) y Televisora Nacional, S.A. (en adelante TVN), en el que las peleas de boxeo nacionales las transmite TVN y las peleas de boxeo internacionales las transmite MEDCOM.

Cabe señalar que el Sr. Tapia expresa libremente sus ideas y comentarios de cualquier tema, en su programa, dejando claramente vertido que las opiniones son responsabilidad de su conductor y no del canal televisivo que transmite el programa, además de ofrecerle al televidente combates de boxeo.

Ahora bien, se denota del comentario del Sr. Tapia, que lo realiza de manera informativa, explicativa, sin ningún tipo de interés de denunciar o querellar ante la luz pública a TVN y MEDCOM, sino más bien manifiesta en sus comentarios cuál ha sido el procedimiento para que dos peleas de campeonato mundial se puedan realizar en Ciudad de Panamá, en un nuevo centro de convenciones, así como la ventaja que tiene el panameño de poder ver completamente gratis dicha cartelera boxística.

A fecha 2 de febrero de 2013, se recibe nota enviada por Jorge Tzortzatos, Director de Administración y Finanzas de MEDCOM PANAMÁ, S.A. en la que manifiesta la posición de dicha empresa con respecto a las declaraciones vertidas por el Sr. Juan Carlos Tapia durante el programa "Lo Mejor del Boxeo" del día 17 de enero de 2013, donde señalaba que existía un acuerdo para la transmisión de peleas boxísticas entre MEDCOM y TVN.

MEDCOM, en su nota explicativa, señala que ambas televisoras, en toda su programación compiten. Así se desprende con sólo sintonizar cada canal y ver su programación, tanto infantil, de novelas, producción nacional, formatos internacionales, entre otros. Manifiesta la nota que cada televisora, a lo largo de los años, se ha especializado en ofrecer ciertas galas boxísticas en su programación y ello no implica que las televisoras se hayan puesto de acuerdo para tal fin, sino más bien se han enfocado en transmitir productos diferentes. Señala además que la Ley no sanciona si los agentes económicos no quieren competir. Señala además que ha contribuido por décadas, a solidificar el boxeo en Panamá, tanto con la transmisión de programas, de carácter nacional, que exalten este deporte, así como también adquiriendo los derechos de transmisión de peleas en el extranjero, gestión que ha sido coadyuvada por el señor Juan Carlos Tapia quien, siendo el principal comentarista boxístico de Panamá, ha hecho ingentes esfuerzos por mantener excelentes relaciones en este deporte tanto a nivel

nacional como internacional y, es debido a ese manejo profesional y experticia que ha sostenido en el tiempo, que se propiciaron acercamientos, con la finalidad de que MEDCOM fuese el que transmitiese las peleas boxísticas celebradas en el extranjero.

Luego de conocer cómo ha evolucionado el negocio de transmisiones televisivas boxísticas, y contrastada con la opinión de MEDCOM sobre el particular, este Despacho concluyó que hay razones de hecho y de lógica económica de un mercado en competencia, basado en las eficiencias que generan, que explican claramente el diseño de este negocio y el resultado, basado en la toma de decisiones individuales por parte de los agentes económicos participantes.

En el supuesto de que el resultado observado en el mercado haya sido producto de un acuerdo entre agentes económicos competidores, en los términos señalados por el Sr. Juan Carlos Tapia, este despacho considera el mismo no sería ilícito, toda vez que es razonable que los agentes económicos que supuestamente se coordinaron para no competir, vía no transmitir determinados tipos de eventos de boxeo, aleguen eficiencias, mismas que por lo descrito en este informe, son razonables, comprobables y cuantificables.

Caso cerrado en el año 2013.

INVESTIGACIÓN POR DENUNCIA DE DIGICEL CONTRA MOVISTAR POR PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS.

Para el año 2010, la empresa DIGICEL PANAMÁ, S.A. presenta formal denuncia por prácticas anticompetitivas y limitantes a la libre competencia en contra de la empresa Telefónicas Móviles Panamá, S.A. (Movistar) por la publicidad “Habla gratis a más de 2 millones de amigos Movistar” y todas sus variantes.

En la denuncia la empresa DIGICEL señala que: “ninguna de la publicidad que ha sacado Movistar, anuncia la tarifa para que sus clientes puedan hablar “gratis” a más de 2 millones de amigos Movistar en los días Movistar”.

En este caso se pudiera pensar en una conducta que estuviera destinada a desplazar competidores, al diferenciarse claramente los costos de las llamadas On-Net y Off-Net por parte de Movistar; ahora bien, no se puede considerar el hecho que Movistar anuncie que tiene más de dos millones de clientes y que mantenga una tarifa diferenciada on-net y off-net sea un abuso de poder, ya que esta acción (tarifas diferenciadas) también pudiera estar destinada a darle opciones a los consumidores, y no para desplazar competidores. Toda vez, que el tener más de dos millones de clientes es una realidad y Movistar puede utilizar este elemento para defender su espacio en el mercado.

La tarifa diferenciada es uno de los planes que el consumidor puede escoger, no así como se presenta en la denuncia, como si fuera la única alternativa; el consumidor es el que al final decide que tarifa utilizar, si es tarifa movistar, tarifa única, tarifa por segundo o plan promo.

Caso cerrado a inicios de 2013.

INVESTIGACIÓN CONTRA AGENTES ECONÓMICOS PROVEEDORES DEL MAÍZ PILADO.

Se efectuó investigación de oficio en contra de los agentes económicos proveedores del maíz pilado, ya que durante el año 2011 fue un hecho público, difundido a través de los diversos medios de comunicación, tanto escritos como televisivos, el aumento del precio del quintal de maíz, ya sea en grano o pilado a nivel nacional, lo que trajo consigo el descontento de aquellos agentes económicos que se dedican a la elaboración y comercialización de tortillas, empanadas y productos derivados del maíz en el país.

Para tal efecto, se realizó diligencia exhibitoria a cuatro (4) empresas piladoras de maíz, ubicadas en las Provincias de Chiriquí, Herrera y en la región de Panamá Este, las que por razones de la investigación que se adelantó no mencionamos sus nombres. En esta investigación se coligió que el aumento del precio del quintal del maíz pilado pudiese llevar a determinar que hay una posible práctica monopolística absoluta en la comercialización de este producto, en la que agentes económicos competidores que pilan el maíz, se ponen de acuerdo para aumentar los precios de venta.

Ahora bien, del análisis de las facturas obtenidas en la diligencia no se reflejó que los agentes económicos tengan los mismos precios, o que estos precios reflejasen algún comportamiento atribuible a una coordinación.

Caso cerrado a inicios de 2013.

INVESTIGACIÓN COPA CLARO.

Se adelantó investigación por la Serie Final del Campeonato de Béisbol Mayor, Copa Claro 2012, en la que los últimos partidos de dicha serie final no se celebraron en el Estadio Nacional Rod Carew, tal cual se realizaron en años anteriores, lo que podría suponer una presunta limitación a la libre competencia.

Luego de revisado los contratos que reglamentaron la Copa Claro 2012, no cabe duda de que el hecho de que los tres últimos partidos se realizasen en el estadio Omar Torrijos de la provincia de Veraguas obedecieron a una decisión de FEDEBEIS, quien es el único responsable de la organización, producción y celebración de dicho campeonato de béisbol mayor. Decisión que no constituye una conducta transgresora de la libre competencia.

Este caso se cerró a inicios de 2013

INVESTIGACIÓN SOBRE POSIBLE PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA ABSOLUTA EN LICITACIÓN PÚBLICA DE LA CAJA DEL SEGURO SOCIAL.

El día 7 de junio del 2013, se recibió en la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante ACODECO), denuncia administrativa presentada por la empresa Cable & Wireless Panamá, S.A. (en adelante C&W) contra el pliego de cargos de la Licitación Pública de Mayor Cuantía

por Vías de Ponderación N° 2012-1-10-0-08-LP-084588 para: “CONTRATAR EL SUMINISTRO, INSTALACIÓN, CONFIGURACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACIÓN DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN (PACS/RIS), ASÍ COMO EL EQUIPAMIENTO Y LICENCIAS NECESARIAS PARA TODAS LAS UNIDADES EJECUTORAS DE LA CAJA DE SEGURO SOCIAL A NIVEL NACIONAL, SUMINISTRO, INSTALACIÓN Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DE EQUIPOS RADIOLÓGICOS, Y MANTENIMIENTO CORRECTIVO Y PREVENTIVO DE LAS UNIDADES DE IMAGENOLÓGÍA, INCLUSIVE LA ADECUACIÓN Y/O CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO NECESARIO PARA LA INSTALACIÓN DE LOS EQUIPOS Y EL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE UN CENTRO DE TELERADIOLOGÍA PARA BRINDAR LOS SERVICIOS DE RADIOLOGÍA PARA TODOS LOS PACIENTES DE LA CAJA DE SEGURO SOCIAL, DURANTE UN PERIODO DE SESENTA (60) MESES”.

La denuncia hizo referencia a dos puntos específicos, la posible condición limitante a través de requisitos de participación, establecidos por la entidad y la posible actuación de agentes económicos competidores que constituyan práctica monopolística.

ACODECO determinó que las empresas bajo investigación en este acto público cotizaron abiertamente con otras empresas (entre éstas los oferentes del referido acto público), no existiendo exclusividad, habían diferentes opciones en el mercado, por lo que el hecho de participar como subcontratista en un acto público y cotizar finalmente con un determinado agente económico no constituye práctica monopolística.

Caso cerrado en el año 2013.

INVESTIGACIÓN POR ACTOS PÚBLICOS DE LA CAJA DE SEGURO SOCIAL DEL AÑO 2012 EN LOS QUE SE SIMULA LA COMPETENCIA.

Llegó a conocimiento de la Dirección Nacional de Libre Competencia, noticia publicada en el diario La Prensa, el 26 de marzo de 2013, mediante la cual se señala: “*CSS otorgó 4 contratos en un día a empresa que simula la competencia*”, lo que alertó a esta Autoridad, a verificar de oficio, si dicha situación pudiese enmarcarse dentro de las conductas transgresoras de la libre competencia.

En este caso existe un presunto patrón de comportamiento, entre dos empresas, en ciertos actos públicos realizados en la CSS en el año 2012, específicamente en compras menores efectuadas por la CSS, en los que ambas empresas coordinan o concertan sus posturas y su participación en los referidos actos para simular la competencia, fingen que son competidores o potenciales competidores.

Este caso se mantiene bajo investigación administrativa.

INVESTIGACIÓN CONTRA LAS CASAS DE ALOJAMIENTO OCASIONAL (PUSH BUTTONS) POR PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS.

Esta investigación preliminar iniciada años atrás, contempló evidencia relativa a una inspección ocular de precios del sector, información del registro público sobre algunas sociedades, así como información sobre impuestos municipales que se han establecido para este tipo de negocios. La investigación preliminar no evidenció suficientemente la transgresión de la norma. El caso fue cerrado en el año 2013.

DENUNCIA DE DIGICEL PANAMA, S.A. EN CONTRA DE CABLE & WIRELESS PANAMA, S.A.

La empresa Digicel Panamá, S.A. denunció a su competidor Cable & Wireless Panamá, S.A. por prácticas anticompetitivas y limitantes a la libre competencia en sus promociones “Una tarifa única como tú” y “Esto sí que es más”.

Luego del análisis de este caso se determinó que las promociones de Cable & Wireless Panamá S.A., no constituyen ni cuentan con elementos que distorsionen la libre competencia económica ni libre concurrencia dentro del mercado nacional de los servicios de telefonía fija (residencial) y telefonía móvil (celular). Debido a que conforme a la participación de mercado, comprobamos que existe una buena distribución del mismo; motivo por el cual difícilmente uno de los competidores pudiera disciplinar el mercado sin encontrar otro que replique, tal cual viene ocurriendo dado los niveles de competencia existentes.

Por otro lado, siendo esta la realidad del mercado no puede uno de los competidores, condicionarlo a su conveniencia, es decir, esperar que el resto desista de sus estrategias de mercado en virtud de la incursión de un nuevo competidor. Obsérvese cómo por ejemplo, otros que al ingresar al mismo no ofrecían el servicio de telefonía fija; sin embargo, ahora sí como es el caso de la empresa Telefónica Movistar S. A.

DENUNCIA DE SISTEMAS DEL ISTMO, S.A. EN CONTRA DE EPAGO INTERNACIONAL, INCL.

El día 16 de abril de 2010 bajo el número PM-006-10 se inicia una investigación preliminar en relación con práctica monopolística relativa, en atención a queja presentada por la sociedad Sistemas del Istmo, S.A. contra Epago International, Incl. Dentro del periodo de investigación se analizó que la denuncia se fundamenta en virtud de haber sido demandado civilmente por la sociedad Epago International Inc., proceso cuyo conocimiento correspondió al Juzgado Cuarto de Circuito del Primer Circuito Judicial de Panamá, Ramo Civil, el 10 de diciembre de 2009, y que fue retirado por la demandante y admitido su retiro posteriormente por el mencionado juzgado mediante Auto No. 1543/410-09 de 22 de diciembre de 2009.

El análisis de la ACODECO concluyó que la demanda presentada por Epago Internacional Inc. contra Sistemas del Istmo, S.A. no tenía como objeto afectar el proceso competitivo a través de incrementar los costos a un rival como Sistemas del Istmo, S.A. La razón que la motiva es el supuesto incumplimiento de una cláusula de no competencia dentro de un contrato de compra-venta de acciones entre ambas empresas, la cual supuestamente beneficiaba a un competidor como lo era Sistemas del Istmo, S.A. Dado que fue retirada oportunamente no tenía sentido para la Autoridad de Competencia entrar a valorar su efecto.

No obstante, a juicio de la autoridad, la cláusula de no competencia fijada, en el Contrato de Compra de Acciones al vendedor en atención a los criterios de referencia, es excesiva en tiempo y alcance geográfico, y en tal sentido, por lo que decidió pronunciarse al respecto. Sin embargo, al momento de presentar esta denuncia se encontraba a pocos meses de expirar lo establecido en la cláusula en mención, la cual estaba vigente hasta el 22 de agosto de 2010.

La Autoridad procedió a investigar, pero la acción contra la conducta que motivó dicha investigación prescribió, sin que se hubiese constatado la comisión del acto ilícito, ya que había transcurrido tres (3) años a partir del 22 de agosto de 2007 desde el momento en que queda sin vigencia la cláusula que supuestamente afectaba la competencia; acto que supuestamente generó la práctica monopolística relativa alegada, de conformidad con el artículo 108 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, que a la letra dice:

“Artículo 108. Prescripciones. La acción para iniciar el procedimiento prescribirá en tres años, contados a partir del momento en que se produjo la falta, en el caso de las prácticas restrictivas de la competencia o desde el momento del conocimiento efectivo de la falta, en el caso de las prácticas de comercio desleal. (...)”

La ACODECO ordenó el cierre de la investigación administrativa por la presunta comisión de práctica monopolística relativa seguida contra Epago Internacional Inc.

2. CASOS JUDICIALES

DEMANDA CONTRA CERVECERÍA NACIONAL.

Mediante Acuerdo N° 127-00 de 19 de junio de 2000, la antes Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC) inició investigación por la presunta comisión de prácticas monopolísticas relativas, en vista de denuncia presentada por Cervecería del Barú-Panamá en contra de Cervecería Nacional, consistentes en la contratación de préstamos monetarios condicionados a la venta exclusiva de los productos de Cervecería Nacional y sus subsidiarias. En ese sentido, desde el año 2002 se interpuso demanda ante los Tribunales de Justicia, Juzgado Noveno de Circuito Civil del Primer Distrito Judicial de la República de Panamá, en contra de Cervecería Nacional, S.A. y sus subsidiarias o grupo económico, Distribuidora Comercial, S.A., Refrescos Nacionales, S.A. y Financiera Pasadena, S.A., por la presunta comisión de práctica monopolística relativa ilícita establecida en el artículo 14, ordinal 4 de la antes Ley 29 de 1996, hoy artículo 16 de la Ley 45 de 2007, relacionada con acción unilateral del grupo económico, consistente en la venta o transacción sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero, con el objeto de impedir el acceso de la Cervecería del Barú-Panamá al mercado pertinente.

Este caso fue objeto de procedimiento jurisdiccional, concluyéndose con los alegatos y se está a espera de sentencia por parte del Juzgado Noveno desde el 8 de junio de 2009. Se han presentado impulsos procesales desde el año 2010.

DEMANDA POR ACUERDO DE CÓDIGOS COMPARTIDOS.

La CLICAC presentó el 22 de agosto del año 2000, demanda por Prácticas Monopolísticas Relativas contra las aerolíneas: Compañía Panameña de Aviación (COPA), Aerovías Nacionales de Colombia, S.A. (AVIANCA) y Sociedad Aeronáutica de Medellín Consolidada, S.A. (SAM) por la celebración de un Acuerdo de Alianza Comercial que consistía en compartir Códigos de vuelo.

El juzgado Noveno de Circuito de lo Civil del Primer Distrito Judicial de Panamá el 18 de julio de 2008 por medio de sentencia No.45 resolvió:

- PRIMERO: Negar la pretensión de la CLICAC ahora ACODECO dentro del presente proceso acumulado por Práctica Monopolística Relativa incoado contra Compañía Panameña de Aviación (COPA), Aerovías Nacionales de Colombia, S.A. (AVIANCA) y Sociedad Aeronáutica de Medellín Consolidada (SAM).
- SEGUNDO: Negar la pretensión de Aerolíneas Centrales de Colombia, S.A., (ACES, S.A.) dentro del proceso acumulado por Prácticas Monopolística Absoluta incoado contra Compañía Panameña de Aviación (COPA) , Aerovías Nacionales de Colombia, S.A. (AVIANCA) y Sociedad Aeronáutica de Medellín Consolidada (SAM).

En este caso, el proceso se encuentra ante el Tercer Tribunal Superior de Justicia, para analizar la alzada, para lo cual nombró Magistrado Suplente y se está en espera que se decida el caso.

COLUSIÓN DE LÍNEAS ÁEREAS.

Proceso judicial instaurado contra un grupo de compañías aéreas dedicadas al servicio de transporte de pasajeros entre la República de Panamá y los países de la región centroamericana, tras agotarse una investigación administrativa durante la cual se acreditó la existencia de prácticas monopolísticas absolutas, indicando que se concertaron e intercambiaron información para fijar en un seis por ciento (6%) la comisión pagada a las agencias de viajes del país por la venta de los boletos o pasajes aéreos, conforme lo dispuesto en los artículos 5, 7 y el numeral 1 del artículo 11 de la Ley 29. Este proceso se encuentra a la espera de una decisión de fondo por parte del Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá, desde el año 2009.

COLUSIÓN DE AGENCIAS PUBLICITARIAS.

Luego de notificada la decisión de segunda instancia de 31 de 2011, mediante el cual el Tercer Tribunal Superior de Justicia confirmó la sentencia de primera instancia, No.109 de 31 de diciembre de 2008, de la Juez Octava de Circuito, Ramo de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de Panamá, que había resuelto, entre otras cosas, declarar que las sociedades demandadas habían infringido los artículos 5 y 11, numeral 1, de la Ley 29 de 1º de febrero de 1996, por cuanto habían acordado, convenido, se combinaron o arreglaron para la manipulación, concertación y/o fijación del precio de compra del servicio de monitoreo de la

inversión publicitaria en el mercado en que se adquiere este servicio, restringiendo de manera prohibida e ilícita, la competencia, constituyendo esto una práctica monopolística, algunas partes presentaron recursos de casación que se solventan ante la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, luego de haber sido evaluada su admisibilidad y que se presentasen los alegatos de fondo a favor y en contra de los mismo.

COLUSIÓN DE ESTACIONES DE COMBUSTIBLE DE SANTIAGO.

Mediante sentencia del día 15 de noviembre de 2013, el Tercer Tribunal Superior de Justicia del Primer Distrito Judicial de Panamá, declara probada excepción de prescripción de la acción ensayada por la ACODECO contra los demandados Eric Eduardo Espino Camarena, Estación Shell El Cruce, S.A., Estación Shell Veraguense, S.A., Estación Hermanos Terrero Botacio, S.A., Cooperativa de Transporte Joaquina H. de Torrijos, R.L. (COOTRAJOHT, R.L.) y Comerciales Canto del Llano, S.A., dentro del proceso, al resolver la alzada luego de apelaciones presentadas por las partes afectadas con la sentencia No.9 de 18 de enero de 2010, del Juzgado Segundo de Circuito de lo Civil de Veraguas; sentencia de primera instancia ésta, por medio de la cual se encontró culpables por prácticas monopolísticas absolutas o colusión en la fijación de precio de venta de combustible a ESTACIÓN SHELL EL CRUCE, S.A.; COMERCIALES CANTO DEL LLANO, S.A.; ESTACIÓN HERMANOS TERREROS BOTACIO, S.A.; COOPERATIVA DE TRANSPORTE JOAQUINA H. DE TORRIJOS, R.L. (COOTRAJOHT, R.L.), absolviendo a los demandados ESTACIÓN SHELL VERAGUENSE, S.A. y al señor ERIC ESPINO.

DEMANDA CONTRA REFINERÍA PANAMÁ.

El Juzgado Noveno de Circuito Civil de Panamá, concedor de la causa, fijó para el día siete (7) de mayo de año 2012 la realización de la audiencia ordinaria dentro del proceso judicial por la presunta comisión de prácticas monopolísticas relativas en la comercialización y suministro de combustible (gasolina de 91 y 95 octanos y diesel) en la República de Panamá.

Dentro de la etapa de práctica de pruebas se presentaron las pruebas documentales, se realizaron las inspecciones judiciales aducidas por ambas partes, así como los peritajes en materia económica y contable. De igual manera, durante el transcurso de práctica de pruebas se realizaron los reconocimientos de contenido y firmas de documentos además de las declaraciones testimoniales y de parte existentes dentro del proceso.

Agotada la fase de prácticas de pruebas, y de acuerdo a las disposiciones generales establecidas en el artículo 128 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, se presentaron los alegatos de conclusión.

A la fecha el proceso se encuentra pendiente de sentencia por parte del Juzgado Noveno de Circuito Civil de Panamá, desde el año 2012.

COLUSIÓN DE LAVANDERÍAS DE CERRO VIENTO Y SAN ANTONIO.

Por razón de denuncia recibida en la institución acerca de la supuesta coordinación de precios entre lavanderías, se realizó informe preliminar sobre investigación por posible práctica monopolística absoluta en la imposición de precios de planchado en los sectores de Cerro

Viento y San Antonio. Mediante Resolución No.DNLC-OGC-001-10 de 12 de febrero de 2010 se ordenó el inicio de una investigación administrativa en contra de los agentes económicos El Valle de Cerro Viento, Mágica, Cerro Viento, El Cruce No.4, Famoso, Fuxin, Fuhao, Elly, El Cruce No.6, Jenny Aurora, Girasol, Las Praderas, Maylin, La Luna y Deluxe, por presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas. Una vez obtenida la autorización Judicial correspondiente, se llevó a cabo diligencias de inspección ocular y práctica de diligencia exhibitoria en los locales de los agentes económicos investigados. El día 9 de julio de 2010, se presenta demanda contra las lavanderías contra las cuales se tenían las pruebas de rigor, por presunta comisión de Prácticas Monopolísticas, en la fijación de precios en el servicio de Planchado de Camisas y Pantalones en el área de Cerro Viento y San Antonio, El expediente fue repartido al Juzgado Noveno el día 12 de julio de 2010, con numeración de expediente 60378-2010. En la actualidad se han realizado audiencias preliminares y ordinarias donde se han presentado pruebas. La parte demandada presentó incidente de nulidad, el cual fue desestimado por el Tribunal de la causa y que se encuentra en firme dentro del proceso. Actualmente, el proceso se encuentra en etapa de decidir incidente de falta de pago de honorarios por parte de las empresas demandadas a perito del Tribunal.

COLUSIÓN DE LAVANDERÍAS Y LAVAMÁTICOS DE LA CHORRERA.

Se presentó demanda por presuntas prácticas monopolísticas absolutas en contra de dieciocho (18) Lavamáticos y Lavanderías del área de Chorrera, quedando el proceso judicial radicado en el juzgado Primero de Circuito Civil del Tercer Circuito Judicial ubicado en Chorrera.

Mediante Auto judicial emitido por el juzgado de la causa se admitió la demanda, actualmente la misma se encuentra en etapa de notificación a las demandadas.

El juzgado de la causa remitió diligencia de exhorto al Juzgado Noveno de Circuito Civil de la ciudad de Panamá, a fin de notificar a los representantes legales de algunas de estas Lavanderías y Lavamáticos. Se procedió a la coordinación y efectiva notificación de dichas partes, por lo que actualmente se espera la fijación de la fecha de audiencia preliminar en el presente proceso.

3. CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

INVESTIGACIÓN POR DENUNCIA PRESENTADA POR EL SINDICATO INDUSTRIAL DE LOS TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS MINERAS DE PANAMÁ (SITRAEMIP) POR LA PRESUNTA VIOLACIÓN DE LA LEY 45 DE 31 DE OCTUBRE DE 2007.

El día 25 de octubre de 2012, SITRAEMIP presenta denuncia por la presunta comisión de prácticas monopolísticas relativas ilícitas y/o concentración económica prohibida derivadas de la oferta de compra hostil presentada por INMET MINING CORPORATION (en adelante INMET) para la adquisición del 100% de las acciones de PETAQUILLA MINERALS, LTD (en adelante PQM-LTD).

Hecho el análisis, no se observó que exista probabilidad de prácticas colusivas que puedan afectar a otros competidores en el mercado de barras de oro y barras y láminas de plata a nivel internacional, las empresas INMET y PQM-LTD, que cuentan con empresas en Panamá (Minera Panamá, S. A. y Petaquilla Gold, S. A., respectivamente) son competidoras, ya que según el contrato ley N° 9 de de 26 de febrero de 1997 explotan los mismos metales. La eventual concentración entre las empresas INMET y PQM-LTD, según la información disponible, no conferirá al agente económico resultante de la concentración poder sustancial en los mercados pertinentes señalados para poder fijar precios de manera unilateral o de restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado pertinente sin que otros agentes puedan contrarrestar. Esta operación no llegó a realizarse. Este caso fue cerrado a finales 2012.

CONCENTRACIÓN COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L. (COMPRADOR) Y REFRESCOS NACIONALES, S.A. (VENDEDOR)

Ante la **DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA**, el agente económico **Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos R.L. (Comprador)** y **Refrescos Nacionales, S.A. (Vendedor)**, solicitó el 30 de enero de 2013, la verificación previa de la concentración económica proyectada a realizar por la vía de la compra por parte de la Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos, S. A. de activos tangibles e intangibles del negocio lácteos y activos intangibles de jugos de Refrescos Nacionales, S. A.

ACODECO definió cuatro (4) mercados pertinentes a saber: 1.El mercado pertinente de leche en polvo para mayores de un año para consumo directo en la República de Panamá, 2. el mercado pertinente de leche evaporada para consumo directo en la República de Panamá, el mercado pertinente de leche homogenizada y pasteurizada en envase pure pack para consumo directo (que incluye las leches saborizadas) en la República de Panamá, 4. el mercado pertinente de leche homogenizada y pasteurizada en envase tetra brik para consumo directo (que incluye las leches saborizadas) en la República de Panamá.

Tanto el índice HHI como el ID de la tabla N° 23 (antes y después de la concentración) superan los valores críticos que señala la Guía para el control de Concentraciones Económicas no obstante la Guía presta mayor atención al ID en términos de decisión. Si bien en esta oportunidad ID supera el valor crítico (0.25) (independientemente de que haya aumentado o disminuido) la evaluación de la concentración requiere completar las secciones siguientes de la metodología que son las condiciones de entrada y condiciones de rivalidad.

Se otorgó concepto favorable a la concentración económica entre **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS, R.L. (comprador)** consistente en la compra de activos tangibles e intangibles de **REFRESCOS NACIONALES, S.A (vendedor)** relacionados con el negocio lácteo y de jugo marca Tutti Frutti a través de la compra de las cuotas de participación de dos nuevas sociedades a las que traspasarán dichos activos de **REFRESCOS NACIONALES, S.A.** en la República de Panamá y que se señaló que se tiene a la sociedad **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS, R.L.** y sus subsidiarias **Distribuidora Dos Pinos de Panamá, S.A.** y la **Compañía Procesadora de**

Lácteos COPROLAC, S.A. como empresas comprometidas con esta **AUTORIDAD**, de manera equivalente a la parte pertinente del acuerdo judicial al que se encuentra sometida **REFRESCOS NACIONALES, S.A.**, aprobado mediante Auto No. 380 de 23 de marzo de 2012, del Juzgado Noveno de Circuito, Ramo Civil, hasta el 23 de marzo de 2016.

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA LEASING BOGOTÁ, S.A. PANAMÁ, y BBVA LUXINVEST, S.A.

El día dieciséis (16) de agosto de 2013, JOSÉ ALBERTO SANTANA MARTÍNEZ, actuando en su calidad de Gerente General y Representante Legal del agente económico LEASING BOGOTÁ, S.A. PANAMÁ, compareció a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia a fin de solicitar que se otorgue concepto favorable a la concentración económica mediante la cual LEASING BOGOTÁ, S.A. PANAMÁ adquiere el 98.92% de la totalidad de las acciones emitidas y en circulación de la sociedad BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA (PANAMÁ), S.A.

LEASING BOGOTÁ es una subsidiaria 100% propiedad de BANCO DE BOGOTÁ S.A., establecimiento bancario constituido de acuerdo con las leyes de la República de Colombia, que a su vez, es propietario indirecto del 100% de las acciones emitidas y en circulación de BAC PANAMÁ, una entidad bancaria debidamente autorizada para ejercer el negocio de banca en o desde la República de Panamá.

Lo anterior denotó la necesidad de analizar los efectos que pudiese producir esta concentración, ya que el BAC PANAMÁ, aunque no sea el comprador directo de las acciones, es parte del mismo grupo económico de LEASING BOGOTÁ, que es el adquirente de las acciones, y por ende, del control de las operaciones de BBVA PANAMÁ en la República de Panamá. Al estar BAC PANAMÁ posicionado en el mercado bancario panameño y ser competidor directo de BBVA PANAMÁ, juega un rol importante en el análisis de esta transacción.

Del análisis de la concentración económica se desprendió que no existía ningún traslape en los mercados de servicios bancarios, por lo que ACODECO a fecha 3 de octubre de 2013, mediante Resolución N° DNLC-OGC-029-13 otorgó concepto favorable a la concentración económica entre LEASING BOGOTÁ (comprador) y BBVA PANAMÁ (vendido), consistente en la adquisición del 98.92% de la totalidad de las acciones emitidas y en circulación de la sociedad BBVA PANAMÁ en la República de Panamá, cuyos vendedores de acciones son BBVA LUXINVEST, S.A., entidad constituida bajo las leyes del Gran Ducado de Luxemburgo, propietaria del 44.81% y BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A., entidad constituida bajo las leyes del Reino de España y propietaria del 54.11%, toda vez que no se afectaba el mercado de servicios bancarios (depósitos, créditos hipotecarios, créditos personales y créditos comerciales).

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA ENTRE GLOBAL PAINT INVESTMENT CORP. Y CENTRO DE PINTURAS GLIDDEN-PROTECTO, S.A.

La DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA, bajo el número CE-003-12, inició de oficio una investigación preliminar en relación a posible fusión entre Global de

Pinturas, S.A. actualmente (Global Paint Investment Corp.) y Kativo actualmente (Centro de Pinturas Glidden-Protecto, S.A.) tras publicación vía internet del diario "Panamá América" con fecha 10 de mayo de 2012, de la noticia titulada "Pintuco adquiere Glidden Panamá y Centroamérica". La empresa Global Paint Investment Corp. informó a la Dirección de Competencia en diciembre de 2012 que a esa fecha no se había fusionado con Centro de Pinturas Glidden- Protecto, S.A., y que estaban en espera que desde Colombia les instruyeran órdenes y directrices a los abogados para realizar la fusión legal de la compañía. Además, indicaron que cuando la fusión estuviere en firme, informarían a la Dirección Nacional de Libre Competencia de dicho evento.

La Dirección Nacional de Libre Competencia, esperó un tiempo prudencial y al no recibir respuesta de las empresas sobre la posible fusión, procedió a investigar en el Registro Público de Panamá los datos registrales de la empresas Global Paint Investment Corp. y Centro de Pinturas Glidden-Protecto y no muestran fusión, por ende ordenó el cierre de la investigación por medio de Resolución No.016-13 de 30 de mayo de 2013.

4. CONCRECIÓN Y EJECUCIÓN DE TRANSACCIONES

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON EMPRESAS DE TRANSPORTE DE CARGA.

ACODECO celebró acuerdos de transacción con cada una de las demandadas, el día 30 de noviembre de 2012, a fin de dar por terminado el presente proceso judicial.

El acuerdo consistió en:

- 1.)** Aportar cada una de las asociaciones, la suma de **CINCO MIL BALBOAS CON 00/100 (B/. 5,000.00)**, suma de dinero que será entregada mediante cheque certificado a favor del Tesoro Nacional, en un plazo no mayor de quince (15) días a partir de la fecha en que quede ejecutoriado el auto judicial que aprueba la presente transacción.
- 2.)** Permitir cada una de las asociaciones a **ACODECO** para que, sin previo aviso ni orden judicial, realice inspecciones, exámenes y auditorías en las oficinas y demás instalaciones de las asociaciones, por un período de cuatro (4) años, contados a partir de que la presente transacción judicial se encuentre formalmente aprobada por el Tribunal; con el propósito de verificar el cumplimiento por parte de las asociaciones de lo establecido en esta transacción judicial.
- 3.)** Tomar, cada una, decisiones sobre variables de competencia (precios, tarifas, entre otras) en consonancia con los términos estipulados en el artículo 13 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 y apegado a las Leyes, reglamentos y demás documentos que regulan el transporte terrestre a nivel nacional, cuyo ente regulador es la Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre (ATT), para lo cual propone el siguiente mecanismo: No discutir ninguna variable de competencia en gremios empresariales, asociaciones o coordinadoras de transporte de carga, ni en el seno, ni con ninguno de sus competidores por cualquier medio.

4.) Utilizar, cada una, el mecanismo de la consulta de viabilidad ante **ACODECO** para estar en consonancia con la Ley 45 de 2007, cuando exista duda sobre posibles conductas que restrinjan la competencia y/o la libre competencia en el mercado.

5.) En caso de considerar incumplimiento por parte de las asociaciones de las obligaciones que adquieren en la transacción judicial, una vez efectuadas las auditorías indicadas y entregada por **ACODECO** a las asociaciones, una copia del informe de hallazgos que proyecta irregularidades en la auditoría efectuada, tendrán las asociaciones un término de cinco (5) días para que expliquen lo que estimen más conveniente para la defensa de sus intereses. **ACODECO** luego de considerar injustificadas las explicaciones en cuanto al incumplimiento de sus intereses, instaurará un proceso judicial ante el Tribunal que aprobó el presente acuerdo de transacción judicial, o ante el que se determine competente, de conformidad con lo enunciado en el numeral 1º del artículo 124 de la Ley 45 de 2007, que hace alusión a las controversias en materia de prácticas monopolísticas, con la finalidad de que, cumplidos los trámites legales establecidos en el artículo 128 de la Ley 45, o de aquéllos que, salvo procedimiento especial determine el Tribunal, se declare dicho incumplimiento. Una vez en firme dicha declaratoria, las asociaciones pagarán dentro del término de cinco (5) días siguientes a la ejecutoria, la suma de **DOSCIENTOS CINCUENTA MIL BALBOAS CON 00/100 (B/.250,000.00)**, en concepto de penalización.

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON LAS EMPRESAS DE SEGURO DE AUTO E INCENDIO.

En cumplimiento de los Autos Judiciales emitidos por el Juzgado Octavo de Circuito Civil de Panamá, se han utilizado fondos provenientes de dichas transacciones entre **ACODECO** y las agencias aseguradoras para llevar a cabo las campañas educativas en materia de protección al consumidor y defensa de la competencia.

En el 2013, de acuerdo a lo contemplado en las transacciones judiciales se utilizaron estos fondos para cubrir gastos del III Foro Nacional de Competencia y la compra de material promocional en el evento realizado a los adultos mayores en el gimnasio Yuyín Luzcando de Bethania. Actualmente, los fondos restantes se siguen administrando conforme la transacción pactada.

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON EMPRESAS ARROCERAS DE CHIRIQUÍ.

En cumplimiento del Auto que aprobó la transacción judicial entre **ACODECO** y las empresas Corporación Gariché, S.A. e Industrial Arroceras de Chiriquí, S.A. emitido por el Juzgado Tercero de Circuito Civil de la Provincia de Chiriquí, las empresas arroceras pagaron las sumas acordadas y enviaron mensualmente información relativa a los precios de venta del arroz, así como los precios de compra de arroz en cáscara pagados a los productores o proveedores para su molienda, distribución y comercialización.

En el 2012, culminó el periodo de realización de las auditorías de competencia, por lo que se informó a las empresas el cese de la remisión de los informes periódicos que hasta el momento y por razón de la transacción acordada, nos hicieron llegar.

Finalmente, mediante oficios se les incentivó a seguir tomando de forma unilateral las decisiones sobre los precios de venta de arroz pilado (primera, segunda, entre otros) y compra de arroz en cáscara y así mantener una dinámica de competencia respecto a los principios de libre competencia económica y libre concurrencia conforme a lo dispuesto en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON EMPRESAS AZUCARERAS.

Mediante Auto No. 116 de 23 de enero de 2012 emitido por el Juzgado Octavo de Circuito Civil, se aprobó la transacción judicial entre ACODECO y las empresas Compañía Azucarera La Estrella, S.A., Central Azucarero de Alanje, S.A. Central Azucarera Nacional, S.A. Azucarero La Victoria y Ansarosa, S.A.

Las empresas azucareras han pagado las sumas de dinero acordadas en la transacción judicial al Tesoro Nacional.

Todas las empresas se comprometieron a permitir que ACODECO realice auditorías de competencia en las instalaciones de cada empresa durante cuatro (4) años, sin previo aviso y sin orden judicial, con el propósito de verificar el cumplimiento de los compromisos adquiridos en cada uno de sus acuerdos, contados a partir de la fecha en que la transacción judicial quedó ejecutoriada.

5. AUDITORÍAS.

INFORME DE LA AUDITORÍA DE COMPETENCIA A LAS EMPRESAS REFRESCOS NACIONALES, S.A., SOCIEDAD DE ALIMENTOS DE PRIMERA, S. A., INDUSTRIAS LÁCTEAS, S.A. Y NESTLÉ PANAMÁ, S.A. REALIZADA EL 27 DE NOVIEMBRE DE 2012.

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) efectuó transacción, cada una por separado, con las empresas **Refrescos Nacionales, S.A., Sociedad de Alimentos de Primera, S. A., Industrias Lácteas, S.A. y Nestlé Panamá, S. A.** dentro de proceso judicial por la presunta comisión de práctica monopolística absoluta, consistente en la colusión de precios de compra de leche cruda. En cada una de las transacciones judiciales se estableció la autorización para que ACODECO realice, sin previo aviso, auditorías de competencia a las empresas mencionadas, para determinar si efectivamente están o no cumpliendo con sus compromisos derivados de cada transacción suscrita bilateralmente con la ACODECO.

En función de la información recopilada se llegó a las siguientes conclusiones: 1. Desde el punto de vista de la datase observa en cuanto a los precios de compra de leche cruda grado A (precios base) por parte de los agentes económicos auditados una diferencia de B/.0.01 entre Industrias Lácteas, S. A. y Refrescos Nacionales, S. A. entre los meses de abril a octubre de 2011. En el caso del incentivo por volumen de entrega de la leche grado A, las empresas Refrescos Nacionales, S. A. y Sociedad de Alimentos de Primera, S. A. pagan en los tramos de 1,500 a 2,000 litros diarios y de 2,001 a 3,000 litros diarios incentivos con una diferencia

de 1 centavo en cada tramo. 2. De acuerdo a la información relativa a los correos que se recopilaron en la auditoría es pertinente señalar que no se observa que éstos denoten un intercambio de información con el objeto o efecto de fijar los precios de compra de materia prima por parte de los procesadores hacia los proveedores de materia prima (leche cruda).

AUDITORÍA DE EMPRESAS AVÍCOLAS.

En cumplimiento a la Resolución No DNLC –OGC-004-12 del 25 de febrero del 2012, los días 14 y 15 de octubre del 2013, funcionarios de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante **LA AUTORIDAD**) asistieron a empresas avícolas previamente demandadas y con las cuales se había celebrado transacción judicial, así como a la Asociación Nacional de Avicultores de Panamá, para realizar la segunda auditoría de competencia, con la finalidad de verificar el cumplimiento de los compromisos adquiridos en la transacción judicial entre la AUTORIDAD y tales empresas.

La auditoría a la empresas Productos Toledano, S.A., Empresas Melo, S.A., Arce Avícola, S.A., Avícola Grecia, S.a., Avícola Franz, S.A., y la Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII, R.L.. Además, a la Asociación Nacional de Avicultores de Panamá, consistió en verificar y comprobar si los compromisos adquiridos en la transacción judicial por las empresas fueron cumplidos.

Actualmente se está analizando la información recabada en las empresas avícolas para luego hacer un informe al respecto.

En el siguiente cuadro se resumen las principales gestiones de la Dirección Nacional de Libre Competencia en el ámbito de la persecución de conductas anticompetitivas y verificaciones de concentraciones económicas.

6. ATRIBUCIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY

Al 31 de octubre han transcurrido más de 6 años desde que la ACODECO se constituyó en el organismo del Estado panameño llamado a asegurar y proteger el proceso de libre competencia económica y libre concurrencia en Panamá. Una atribución que la ACODECO no ha dejado pasar desapercibida, es la posibilidad de acceder a cesar en cualquier etapa que se encuentre la investigación que se realice en sede administrativa y aun luego de promovido un proceso judicial ante la autoridad competente, la misma o desistir del proceso judicial, mediante la realización de transacciones, previo cumplimiento de los requisitos legales, siempre que los agentes económicos investigados o demandados acepten medidas en torno a las conductas o actos investigados, incluyendo cláusulas penales que garanticen el cumplimiento del acuerdo. A la fecha se han celebrado ocho (8) acuerdos de transacción, de los cuales uno (1) ha sido extrajudicial y siete (7) judiciales. La proclividad de la ACODECO de acceder a las solicitudes de los agentes económicos investigados a negociar una transacción como mecanismo de terminación anticipada de los procesos por conductas anticompetitivas responde a la posibilidad de restaurar las condiciones de competencia en los

mercados en un plazo significativamente más rápido que el que resulta de una sentencia judicial. Otro beneficio identificado es la posibilidad de monitorear el comportamiento de los agentes económicos involucrados en la transacción por un período de hasta 4 años posterior a la firma del acuerdo de transacción.

Un aspecto central del mecanismo de terminación anticipada es la potestad de la ACODECO de decidir si accede a la solicitud de un agente económico investigado a celebrar un acuerdo de transacción. Si la autoridad estuviese obligada a acceder a la solicitud, estarían dados los incentivos para que los agentes económicos transgredieran la ley, ya que los acuerdos de terminación anticipada los exonera de culpa y tienen sanciones de monto menor a las sanciones que pueden resultar de un fallo judicial en su contra.

Además de la potestad de la ACODECO de decidir si accede a la solicitud, el proceso de transacción debe cumplir con requisitos legales que liberan a la ACODECO de cualquier sospecha en relación a acceder a una solicitud de transacción para liberar a un agente económico de un eminente fallo judicial que confirme la presunción de violación de la Ley.

En efecto, no basta con que la ACODECO acceda a la realización de un acuerdo de terminación anticipada, la constitución nacional de la República establece que las transacciones requieren del concepto favorable del procurador general de la nación y el código judicial requiere de la aprobación del consejo de gabinete.

Finalmente los acuerdos de transacción son transparentes, su contenido se publica en gaceta oficial, y sólo se resguarda la información confidencial que resulte de las auditorías de verificación de cumplimiento de lo acordado.

En resumen, la facultad de la ACODECO de terminar anticipadamente una investigación por conductas restrictivas de la competencia ha demostrado ser un instrumento idóneo para restaurar en corto plazo las condiciones necesarias para que funcione la libre competencia en los mercados. Si bien el diseño del instrumento tiene sus particularidades, no es inconsistente con las mejores prácticas internacionales, por lo que la ACODECO continuará accediendo a las solicitudes de terminación anticipada cada vez que vislumbre que se puede con su aplicación cumplir con el objetivo de la Ley con eficacia y eficiencia.

ESTADÍSTICAS


 DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA
 ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN 2009-2013

INVESTIGACIONES POR PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS					
DETALLES	2009	2010	2011	2012	2013
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Absolutas	6	12	10	7	8
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Relativas	5	8	1	2	1
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Relativas y Absolutas	2	3	0	0	0
TOTAL	13	23	11	9	9
SENTENCIAS OBTENIDAS 2009 - 2013					
(1) Estaciones de Combustibles de Santiago - Fallo No. 9 del 18/01/2010 (Condenatoria en primera instancia a 4 de las 7 empresas demandadas)					
(2) Petroleras - Fallo No. 45 del 30/05/2011 (Condenatoria en primera instancia a las 5 empresas demandadas)					
(3) Publicitarias Fallo No. 109 del 31/10/2011 (Condenatoria en primera y segunda instancia 17 a las empresas demandadas)					
(4) Panaderías del Barú - Fallo No. 110 de 21/10/2010 (Condenatoria en primera instancia a 6 de las 9 empresas)					
DEMANDAS Y SANCIONES 2009 - 2013					
Empresas Demandadas Actualmente ante los Tribunales por Prácticas Monopolísticas	91				
Empresas Sancionadas con Multas de B/. 100.000.00 cada una por Prácticas Monopolísticas	4				
Total de Multas Impuestas por Prácticas Monopolísticas: B/. 1,350,000.00					
TRANSACCIONES					
2010	2011	2012	2013		
Adquirencias de Comercio con Tarjetas de Débito: (1)Telered S.A.	Ingenios Azucareros 5: (1) Central Azucarera la Victoria S.A., (2) Central Azucarera Alanje S.A., (3) Compañía Azucarera La Estrella S.A., (4) Azucarera Nacional S.A., (5) ANSAROSA	Empresa Lácteos 4: (1) Nestlé Panamá S.A., (2) Industrias Lácteas S.A., (3) Refrescos Nacionales S.A., (4) Sociedad de Alimentos de Primera S.A.	Transporte de Carga de Colón (5): Asociación de Transporte de Carga de Colón, Corporación de Empresarios de Transporte de Carga de Colón, Cooperativa de Servicios Múltiples Serafín Niño R. L., Sindicato de Propietarios de Transporte de Carga Independiente de Colón, Sindicato de Camioneros de Chiriquí		
Empresas Aseguradoras 9: (1) Asociación Panameña de Aseguradores S.A. (APADEA), (2) Aseguradora Ancón S.A., (3) National Union Fire Insurance Company of Pittsburgh, PA., (4) Seguros ASSA, (5) Assicurazione Generali s.P.i.,	Empresas Avícolas 9: (1) Empresas Melo S.A., (2) Productos Toledano S.A., (3) Arce Avícola S.A., (4) Avícola Grecia S.A., (5) Avícola Chong S.A., (6) Avícola Franz S.A., (7) Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII, (8) Procesadora Los Guayacanes, (9) Asociación Nacional de Avicultores de Panamá (ANAVIP)	FEPAFUT (1): Transacción Extrajudicial, Se ofrecieron compromisos y garantías			
Molinos de Arroz 2: (1) Industrial Arrocería de Chiriquí S.A., (2) Corporación Gariché S.A.	Total Recaudado en Transacciones: B/. 1,380,000.00				
CONCENTRACIONES ECONÓMICAS ANALIZADAS EN 2009 - 2013					
ANOS	EMPRESAS	DECISION			
2009	(1) Cable Onda S.A. y Astrovisión Cable T.V. S.A.	Concepto favorable			
	(2) American Color y Pinturas Color	No objetada			
	(3) Cable Onda y Telecarrier	No objetada			
	(4) Avianca y Taca	No objetada			
	(5) Aseguradora Mundial y Empresas Mapfre	No objetada			
2010	(1) Alta Cordillera, S.A. y Thunderbird Resorts	Condicionada (modificación de la cláusula de no competencia)			
	(2) Pavimentos Especializados e Industrias Básicas	Resolución Inhibitoria (no implicaba concentración económica en el sentido de la Ley 45 de 2007)			
	(3) Shell Company (W.I.) Limited y Petróleos Delta S.A. Mediante	Condicionada (modificación unilateral de condiciones de suministro a estación en Sona y entrega garantía bancaria de pago en caso de condena a Shell en proceso por prácticas monopolísticas)			
	(4) Coca Cola FEMSA S.A. (KOF) e Industrias Lácteas S.A. (Grupo Ilsa)	Concepto favorable			
2011	(1) Grupo Puma Energy - Exxon Movil Corporation	La DNLC determinó que la transacción consistente en la compraventa del 100% de las acciones de las compañías. No debe ser objeto de un proceso de verificación de concentración económica y se procedió al archivo del expediente			
	(2) Grupo Rey - ACODECO	Se recomienda la no apertura de la investigación sobre la Concentración, por considerar que dicha operación en sí misma no afecta las condiciones de competencia en la distribución minorista de medicamentos dentro del territorio nacional.			
2012	(1) PALIC + ALICO	Concepto Favorable			
	(2) Global Paint Investment Corp. (Pintuco) + Centro de Pinturas Glidden-Protecto S.A. (Glidden Decor)	Investigación Preliminar			
2013	(2) HSBC S.A. y Bank Colombia	No se inicio de Oficio el análisis de concentración económica, en vista de que la fusión entre HSBC Bank (Panamá), S.A. – Bancolombia, S.A., no afecta el proceso de libre competencia, por lo tanto se recomienda archivar el expediente.			
	(2) Dos Pinos R.L. y Refrescos Nacionales	Concepto Favorable			
	(2) Leasing Bogota S.A. y Banco Bilbao Bizcaya y Argentaria (Panamá) S.A.	Concepto Favorable			

7. ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA

La Dirección Nacional de Libre Competencia, inició de oficio una investigación preliminar de abogacía de la competencia bajo en número AC-001-13 en la aprobación de licencias a empresas marítimas para la prestación de servicio de barcas para transportar combustible por noticia publicada el día 19 de febrero de 2013 en diario la Prensa, cuyo título señala, "AMP limita la competencia en negocio marítimo". En ese sentido, se procedió a analizar las noticias y a revisar los requisitos para el otorgamiento de licencias de operación para el transporte y suministro de combustible y se consideró que no se está afectando la libre competencia. Se estimó que este trámite debe ser resuelto por la Autoridad Marítima de Panamá mediante la aplicación del artículo 14 de la Resolución JD N° 027-2008 de 21 de enero de 2008, "Que aprueba el reglamento para otorgar licencias de operación de los servicios marítimos auxiliares", y las disposiciones de la Ley 38 de 31 de julio de 2000 que regula los procedimientos administrativos en general. Considerando que la inquietud de las empresas marítimas, reflejadas en las noticias analizadas, respondían a la discrecionalidad de la AMP para dar respuesta a sus solicitudes, se estimó que en este caso no aplica la Abogacía de la Competencia por parte de la ACODECO y se recomendó el cierre de la investigación y el archivo del expediente.

8. INFORMES Y NOTAS TÉCNICAS

INSUMOS AGRÍCOLAS (INFORME EN REVISIÓN)

Los antecedentes los encontramos en un informe realizado en el año 2011 en el cual se recomendó darle seguimiento a los precios al por menor de insumos agrícolas. En este informe se destaca insumos utilizados en la producción de arroz, entre los cuales se encuentran principalmente la urea y los abonos completos (que contienen los elementos Nitrógeno (N), Fosforo (P) y Potasio (K)). La urea y los abonos completos (para el año 2008 que eran datos disponibles en el informe anterior) representaban el 24.2% y 17.7% respectivamente de los costos de los insumos para la producción de una hectárea de arroz en Panamá.

Se estimó el Índice de Concentración (Cr4) que incluye a las empresas Abonos del Pacífico, S. A., Fertitec, S. A. Bocas Fruit Company LLC y Fertilizantes de Centroamérica, S.A. se tiene para 2011 y 2012 índices de 82.3% y 80.5% respectivamente. En principio puede decirse, en base a este indicador, que la importación y venta de estos productos a nivel nacional para 2011 y 2012 se encuentra concentrada. ACODECO continuará recopilando mediante monitoreos de los precios al productor de los insumos agrícolas (Urea y abonos completos N-H-K, entre otros) de tal manera que se le de seguimiento a los precios y así detectar o no prácticas restrictivas de la competencia.

BENEFICIOS DE LA POLÍTICA DE COMPETENCIA EN LA PROMOCIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

En materia de prácticas (absolutas y relativas) y concentraciones económicas, la ley 29 de 1996, se aplicó, mientras estuvo vigente, de manera general a todas las actividades económicas salvo dos exclusiones (derecho de propiedad intelectual y convenciones colectivas de trabajo). La aplicación de la norma no distinguía actividad de manera particular, ni tomaba en consideración las características de pequeña y mediana empresa u otra denominación.

Posteriormente a la Ley 29 de 1996 se produjeron varias reformas en materia de competencia, no obstante la Ley 45 de 2007, que dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia, actualiza la materia de competencia y la protección a los consumidores en la República de Panamá. Esta legislación en materia de prácticas restrictivas de la competencia y de concentraciones económicas no distingue actualmente (Ley 45 de 2007) entre pequeñas y medianas empresas en la República de Panamá, salvo en lo que respecta a las multas establecidas para el caso de las sanciones por prácticas restrictivas de la competencia cuando considera que estas deben atender, entre otras variables, al tamaño de la empresa.

En conclusión nuestra legislación en materia de política de competencia, no diferencia para su aplicación entre pequeñas y medianas empresas, no obstante, las multas pueden atender al tamaño de la empresa, entre otras variables. Ahora bien, las excepciones establecidas en la vigente ley 45 de 2007 abren la posibilidad de que ciertos actos, convenios o contratos, entre otros, puedan ser susceptible de la no aplicación de la normativa de competencia en cuanto a los agentes económicos (entre los cuales se puede incluir a la pequeña y mediana empresa) en la República de Panamá por razones de eficiencia.

9. ANÁLISIS PRELIMINAR DE COMPETENCIA DE ACODECO EN LOS SECTORES REGULADOS

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia está elaborando una Nota Técnica cuyo Título es Competencia de ACODECO en sectores regulados con la finalidad de dar a conocer a los consumidores y agentes económicos información sobre en qué casos ACODECO tiene injerencia en leyes sectoriales y en cuáles no. De esta manera se tendrá mayor claridad en dónde interponer sus denuncias y quejas. Los sectores que se contemplan son los siguientes: bancos, seguros, financieras, agua y alcantarillado, electricidad, radio y televisión, telecomunicación, aéreo, transporte terrestre, medicamentos, gas licuado, combustible, propiedad industrial, valores, carne y propiedad horizontal.

Se revisaron distintas leyes donde se considera puede haber algún tipo de injerencia de la institución, para analizar y determinar en cuales tiene o no competencia, tanto en aspectos de defensa de la competencia como en protección al consumidor. Dando como resultado el cuadro que se presenta a continuación. Se realizará informe técnico que de forma detallada explicará todos los aspectos en los cuales la ACODECO tenga injerencia.

10. RESUMEN DE ANÁLISIS FINANCIEROS

En el siguiente cuadro se muestra el resumen de los análisis realizados dentro de expedientes de quejas que fueron remitidos por la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, y por las Administraciones Regionales, para ser analizado en el Departamento de Análisis y Estudios del Mercado de la Dirección Nacional de Libre Competencia.

Sector	Total	Análisis	Jubilado	Historial Cr.
Financieras	49	1	15	33
Mueblerías	14	12	0	2
Bancos	226	2	109	115
Cooperativas	13	0	3	10
Otros	184	38	99	47
Total	486	53	226	207
Porcentaje	100.0%	10.9%	46.5%	42.6%

11. CONCEPTOS FAVORABLES SOLICITADO POR ASEP

En atención a la Nota No. DSAN-01258-2013 con fecha 16 de mayo de 2013, la cual solicita el concepto favorable de la ACODECO respecto del documento adjuntado a la nota en referencia denominado "Borrador de reglamento por el cual se dictan normas para la ejecución de los Proyectos de Soterramiento de Cableado e Infraestructura de los Servicios de Telecomunicaciones y Televisión Pagada" que adelanta la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP).

De acuerdo al artículo 8 de la Ley 15 de 26 de abril de 2012, a la ASEP le corresponde en su calidad de Fiscalizadora de los servicios públicos, establecer y reglamentar todo lo concerniente al soterramiento del cableado e infraestructura de los servicios de telecomunicaciones y de televisión pagada, de manera que cumpla con los objetivos de referida Ley.

La ACODECO luego de revisar y analizar el documento sometido a consideración, el mismo no es contrario a las normas de competencia de la Ley 45, y en tal sentido, otorgamos concepto favorable al mismo.

B. OTRAS ACTIVIDADES

2.1 Capacitación a Estudiantes Universitarios.

El 12 de junio de 2013 en el Auditorio Braulio Vásquez de la Facultad de Empresas y Contabilidad de la Universidad de Panamá, un equipo de la Dirección Nacional de Libre Competencia, impartieron una charla sobre rol de la ley de competencia en los puertos panameños.

Se expuso sobre la ley 45, en donde temas relacionados a prácticas monopolísticas absolutas, prácticas monopolísticas relativas, concentraciones económicas y abogacía de la competencia fueron los principales en la presentación.

También se abordaron temas relacionados a los puertos, específicamente acerca de una opinión de la agencia sobre la decisión estatal de asegurar la participación de un nuevo operador portuario de gestión de contenedores en el pacífico de Panamá a través del establecimiento en el pliego de precalificación para la licitación de un mega puerto en la rivera pacífica del Canal de Panamá, de una condición de participación.

2.2 Participación conjunta ACODECO – MICI- Preparación del Examen de Política Comercial de la OMC.

ACODECO participó activamente en la preparación para el II Examen de Políticas Comerciales de Panamá ante la OMC, este examen tiene entre otros objetivos, aumentar la transparencia y la comprensión de las políticas y prácticas comerciales de los países mediante una vigilancia periódica, al igual que permitir una evaluación multilateral de los efectos de las políticas en el sistema de comercio mundial.

Estos exámenes se realizan a todos los miembros de la OMC, la frecuencia de los mismos depende de las dimensiones del país en términos del comercio, en el caso de Panamá el examen se hace cada seis (6) años. Por cada examen se preparan dos documentos, una exposición de políticas preparado por el gobierno del país objeto del examen y un informe elaborado independientemente por la secretaría de OMC. En el caso de ACODECO le correspondió atender los temas bajo su jurisdicción, relacionados a políticas de competencia, políticas públicas, marco normativo vigente, investigaciones y resultados en prácticas restrictivas a la competencia, avances y logros recientes, entre otros aspectos.

2.3 Celebración del Día Nacional de la Competencia.

El III Foro Nacional en Conmemoración del Día Nacional de la Competencia, fue inaugurado por el Administrador General Pedro Meilán.



El evento dio inicio con la presentación, “La Transacción como Mecanismo de Terminación Anticipada de Procesos por Conductas Anticompetitivas: Balance y Visión Comparativa”, que fue disertada por Oscar García Cardoze, Director Nacional de Libre Competencia de ACODECO. Se desarrolló en particular el tema de las transacciones judiciales, consagrado en el artículo 86 de la Ley 45 de 2007.



Se profundizó en las ventajas que este tipo de acuerdos conlleva, entre ellos, el efecto de demostración de la acción de la ACODECO en la erradicación de las prácticas monopolísticas, así como evitar procesos judiciales desgastantes. Fue importante el aporte del Lcdo. García en esta exposición al hacer comparaciones de procesos similares en países de América y Europa, las ventajas y desventajas en estos procesos y sus implicaciones en los mercados.

En este aspecto, las conclusiones de las mismas se enfocaron a que se debe evitar reunir en un mismo recinto a los potenciales oferentes en el proceso de las licitaciones públicas y mantener en reserva la identidad de éstos y permitir la presentación de las ofertas vía fax, teléfono o correo electrónico. Como resultado de este proceso, se promueve el nivel de competencia para la obtención de mejores bienes y servicios a menores precios.

La jornada también fue ilustrada con la participación de Mónica Castillo, de la Dirección General de Contrataciones Públicas, quien presentó algunos aspectos de legislación y el sistema de contrataciones públicas de Panamá.

La importancia de presentar este tema radicó en que las recomendaciones de la OECD para visualizar carteles en licitaciones públicas, son aplicables a Panamá, por lo tanto todas las entidades del sector público o privado deben dar aviso a la ACODECO cualquier indicio de un posible acuerdo en un acto de licitación en cualquiera de los dos sectores antes mencionados.

2.4 Foro Latinoamericana y del Caribe “Prevención y Lucha Contra la Corrupción y Colusión en las Contrataciones Públicas”.

En Panamá se llevó a cabo el “Foro para la Prevención y Lucha Contra la Corrupción y Colusión en las Contrataciones Públicas, que fue organizado por la Embajada de Gran Bretaña en Panamá, con la colaboración en la organización de la Autoridad de Protección al Consumidor (ACODECO) y Defensa de las Panamá Compras. El evento internacional se realizó del 10 al 13 de septiembre del 2013 en Panamá. Contó con la participación de 150 representantes gubernamentales de 25 países de América Latina y del Caribe.



En el primer día del foro se contó con la participación de Steven Schooner, académico estadounidense quien durante su intervención, explicó los retos que existen, no sólo en las entidades gubernamentales sino en el sector privado, al enfrentar los casos de corrupción. Esta conferencia tiene como objetivo apoyar a los funcionarios de los estados en sus esfuerzos por prevenir la corrupción, colusión y fraude en los procesos de contrataciones públicas. El Licenciado Oscar García Cardoze Director Nacional de Libre Competencia, afirmó que el que este tipo de seminarios intenta desarrollar técnicas y transmitir experiencias, para detectar patrones de conductas de precios y probar que ha habido un acuerdo, para luego buscar una sanción para la empresa involucrada en el caso.



2.5 Artículo Destacado.

Regulación de Precios y Fórmulas Mágicas.

En los últimos meses el tema de volver a una política de regulación de precios ha estado aflorando de forma cotidiana en el debate nacional, promovido en buena parte desde algunos medios de comunicación social que no ocultan, aunque sí disimulan, su inclinación por sistemas dirigistas como éste. Han pasado más de 15 años desde que se abandonó el modelo de regulación de precios (la regulación vigente en los combustibles es la excepción que confirma la regla) pero aún existe mucha confusión en torno a las ventajas del funcionamiento real de una economía de mercado, caracterizada básicamente por el predominio de la iniciativa privada y la libertad que tienen los agentes económicos de tomar sus decisiones, entre éstas las de establecer los precios de los bienes o servicios que ofrecen en los diferentes mercados.

Para entender el por qué del cambio dado hace más de una década hacia una economía con

precios libres, debe conocerse que los altos niveles de protección a la producción nacional, tanto a través de aranceles como de barreras no arancelarias (cuotas, etc.), fue lo característico de los regímenes de fomento que se remontaban por lo menos al año 1917. La otra característica distintiva era la regulación de precios a esos bienes protegidos.

El camino hacia una estabilidad de precios pasa por el aumento de la producción nacional y la productividad, la apertura de mercados para que haya una mayor competencia y un papel proactivo de los consumidores. Pensar que con la regulación de precios por sí misma las cosas mejorarán, es creer en el espejismo promovido por algunos vendedores de ilusiones.

Es más, en el cuadro que se muestra a continuación se ha hecho una estimación del precio que tendrían en Dic-12 algunos productos que estuvieron regulados en los años 80's y parte de los 90's, si se indexaran por el Índice de Precios al Consumidor del Grupo de Alimentos y Bebidas, veríamos que en la mayoría de los casos, los precios reales son inferiores a los estimados. Esto significa que esos productos aunque sí han variado de precios, lo han hecho a un ritmo inferior al del crecimiento promedio de los alimentos y bebidas en estos 30 años.

La columna que aparece con sombreados en color verde y rojo es interesante porque plantea que incluso después de 30 años existen productos como la salchicha de carne de res empacada que tiene un precio promedio en las encuestas que realiza la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) inferior al precio regulado en el año 1982! Algo similar ocurre con la sal, y aunque el resto de los productos el precio en Dic-12 sí es mayor que el último precio regulado, en muchos de éstos se explica por el tiempo transcurrido desde que tuvieron sus precios regulados.

No obstante lo anterior, la ACODECO siempre ha señalado que si bien la regulación es una política que debe utilizarse con carácter excepcional, la misma forma parte del instrumental disponible de políticas públicas por lo que la discusión no debe ser una de tipo dogmática en torno a si se aplica o no, sino cuáles serían los criterios que se deben seguir para su aplicación efectiva. A continuación, precisamos este punto.

Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO)
Dirección Nacional de Libre Competencia

ESTIMACIÓN DE LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS PRECIOS REGULADOS INDEXADOS Y LOS PRECIOS REALES DE ALGUNOS PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS (CBA)

Producto	Unidad de Venta	Año del Último Precio Regulado	Último Precio Regulado (UPR)	Precio Estimado Dic-2012	Precio Real Dic-2012 (CBA)	Variación Absoluta (P. Real - P. Estimado)	Variación Absoluta (P. Real-UPR)	Número de Años (Variación): 2012-UPR
Salchicha de carne de res empaçada	Libra	1982	1.72	3.39	1.14	-2.39	-0.58	30
Sal	Libra	1988	0.24	0.44	0.22	-0.26	-0.02	24
Pasta de tomate	Lata 174 g.	1990	0.51	0.92	0.58	-0.42	0.07	22
Leche evaporada	Lata 170 g.	1996	0.35	0.58	0.43	-0.20	0.08	16
Macarrón	Libra	1991	0.52	0.92	0.60	-0.39	0.08	21
Porotos	Libra	1995	0.85	1.41	0.99	-0.61	0.14	17
Lentejas	Libra	1993	0.62	1.05	0.80	-0.53	0.18	19
Cebolla	Libra	1995	0.55	0.91	0.74	-0.43	0.19	17
Pecho	Libra	1991	0.65	1.15	0.85	-0.46	0.20	21
Azúcar	Libra	1988	0.31	0.56	0.51	-0.20	0.20	24
Zanahoria	Libra	1978	0.30	0.85	0.53	-0.30	0.23	34
Papas	Libra	1990	0.30	0.54	0.53	-0.17	0.23	22
Crema de maíz	320 g.	1990	0.37	0.67	0.62	-0.34	0.25	22
Pollo limpio	Libra	1988	0.94	1.71	1.22	-0.76	0.28	24
leche fresca grado A	Litro	1993	0.67	1.14	1.01	-0.44	0.34	19
Plátanos	Libra	1994	0.14	0.23	0.53	0.05	0.39	18
Yuca	Libra	1990	0.10	0.18	0.53	0.04	0.43	22
Lomo de cinta con hueso	Libra	1991	1.65	2.91	2.17	-1.21	0.52	21
Margarina	Libra	1990	0.68	1.23	1.25	-0.56	0.57	22
Babilla	Libra	1991	1.85	3.26	2.49	-1.17	0.64	21
Name	Libra	1994	0.50	0.84	1.14	-0.21	0.64	18
Pan molde	18 onzas	1981	0.44	0.92	1.25	-0.21	0.81	31
Arroz de prim era	5 libras	1991	1.50	2.64	2.34	-0.91	0.84	21
Pescado - cojitrua	Libra	1991	0.90	1.59	1.79	-0.19	0.89	21
Jarrete	Libra	1991	0.90	1.59	2.02	-0.02	1.12	21
Leche en polvo	Lata 390-400 g.	1989	2.28	4.17	3.52	-1.64	1.24	23
Café	Libra	1988	1.50	2.73	3.07	-0.33	1.57	24

Fuente: Estimaciones de ACODECO, con datos del Índice de Precios al Consumidor del Instituto Nacional de Estadística y Censo de la Contraloría General de la República.

CRITERIOS QUE DEBEN TOMARSE EN CONSIDERACIÓN PARA JUSTIFICAR LA REGULACIÓN DE PRECIOS

- Nutricionales:** Pueden ser objeto de la regulación alimentos que sean esenciales para la debida nutrición de los miembros del hogar. Dentro de este grupo pueden ser considerados, por ejemplo, los productos de la Canasta Básica de Alimentos, así como los que puedan considerarse como de consumo generalizado o masivo dentro de la población.
- Salud pública:** Es menester señalar que el Estado puede regular aquellos medicamentos por ejemplo, que sean usados con carácter permanente por parte de los pacientes que así lo requieran y que deben ser prescritos por un facultativo idóneo para ser usados para el tratamiento de alguna enfermedad crónica (como por ejemplo diabetes, hipertensión, entre otras.).
- Caso fortuito¹:** Es dable señalar que por este criterio podemos entender aquella fuerza irresistible causada por la naturaleza. La naturaleza puede afectar determinadas regiones del país (deslizamientos, inundaciones, terremotos, etc.) que puedan provocar escasez y que como consecuencia de ésta se afecten a los consumidores vía precio. También se puede indicar que la afectación de los cultivos por parte de plagas, entre otros, puede producir escasez y perjudicar a los consumidores de tal manera que aumente los precios de un determinado bien o servicio. Por ejemplo, es importante señalar que en las tierras altas de Chiriquí y en toda la provincia de Bocas del Toro en

¹ Según el Código Civil patrio, en su Artículo 34-D, segundo párrafo: "Es caso fortuito el que proviene de acontecimientos de la naturaleza que no hayan podido ser previstos, como un naufragio, un terremoto, una conflagración y otros de igual o parecida índole".

noviembre de 2008 se produjeron fuertes lluvias que ocasionaron serias inundaciones afectando los cultivos (reducción de la oferta nacional) situación que eventualmente bajo estas circunstancias pudiese justificar la regulación de precios².

4. **Grupos socialmente vulnerables:** aunque su administración puede ser complicada, existen grupos que por su carácter dentro de la sociedad puede ser beneficiados, vía precios en determinados bienes y servicios. La justificación puede atender a que estos grupos (por decir algunos tales como jubilados, pensionados, minusválidos y niños) pueden ya sea por su edad y/o deficiencias físicas o naturales estar desprotegidos de tal manera que esta situación sea compensada de alguna forma por parte del Estado.
5. **Productos subsidiados por parte del Estado:** Existen productos que por su naturaleza e importancia dentro del consumo familiar pueden ser considerados para ser objeto de un subsidio por parte del Estado y a su vez estar regulados en su precio de tal manera que el objetivo de la medida no se diluya y así el consumidor nacional adquiera dicho bien o bienes a un precio módico. Ejemplo del gas licuado en cilindros de 25 libras.

Cumplidos algunos de los criterios antes mencionados, procede entonces valorar si la regulación de precios resuelve los problemas de acceso de la población a alguno de estos bienes o servicios, y, en caso afirmativo, a qué costo. Para ello, la siguiente tabla es ilustrativa de todas las opciones que en algún momento se han valorado desde la ACODECO para enfrentar el costo de los alimentos, por lo que se oculta la realidad al señalar que solamente hacemos encuestas de precios para decir dónde están más baratos los alimentos.

² En base al documento elaborado por ACODECO titulado “Algunas Consideraciones de Políticas Públicas Frente a los Problemas de Abastecimiento en la Provincia de Bocas del Toro Producto de los Desastres Naturales Recientes” con fecha de 25 de noviembre del 2008.

Resumen de Opciones de Política Pública para Enfrentar el Alto Costo de los Alimentos

Opciones	Elementos a Favor	Elementos en Contra
1. Regulación de precios	<ul style="list-style-type: none"> • Inmediata y de fácil adopción • General o selectiva • En sintonía con las expectativas de la sociedad • En algunos casos (como por ejemplo el agua embotellada) puede calmar la incertidumbre de la población en cuanto al precio al consumidor y evitar la compra innecesaria o exceso de inventario por parte de las familias • Contrarresta posiciones de dominio que son resultado de la estructura de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • No atiende la raíz de los problemas • Los costos o efectos de salida pueden ser elevados • No impide que las empresas presenten ajustes de precios, sustentados en estudios de costos • Genera señales confusas en el mercado • Posterior a la regulación puede utilizarse como elemento que justifique la colusión de precios entre agentes económicos competidores • Una vez establecida la regulación de precios en algunos productos (gas de cocina, combustibles líquidos) puede provocar demandas sociales para que se regulen más productos • Genera costos administrativos de cumplimiento de la medida
2. Congelación de precios	<ul style="list-style-type: none"> • Similar a la regulación de precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede provocar escasez por desabastecimiento, mercados negros y/o contrabando
3. Reducción generalizada e importante de aranceles	<ul style="list-style-type: none"> • Medida de fácil adopción (Decreto de Gabinete) • Incentiva el suministro alternativo (importación) del producto • Rol disciplinador de precios de las importaciones • Reduce los costos de producción e intermediación • Ante cualquier afectación de la industria nacional se activarían los mecanismos de defensa comercial en el MICI (salvaguardias, derechos antidumping, derechos compensatorios) • Incentivo a mejorar la eficiencia de la industria nacional al enfrentarse en el mercado con el producto importado 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay garantías que el sacrificio fiscal sea transferido totalmente a los consumidores • Oposición de los productores nacionales • La experiencia del MICI en los temas de defensa comercial es escasa • La velocidad de las importaciones para el suministro interno no necesariamente será la que se requiere
4. Reducción selectiva de aranceles, con excepción de productos sensitivos + ampliación de los volúmenes y participantes de los contingentes arancelarios	<ul style="list-style-type: none"> • Evita el desincentivo de los productores nacionales a invertir a mediano plazo en su actividad • Rompería el ciclo que las importaciones son controladas por los propios productores 	<ul style="list-style-type: none"> • Los impactos en precios serían menos claros que en la reducción generalizada

Opciones	Elementos a Favor	Elementos en Contra
5. Intervención del Estado en la comercialización directa de productos (a través del IMA (Jumbo Ferias))	<ul style="list-style-type: none"> • El programa puede focalizarse geográficamente y privilegiar áreas de menores ingresos • Puede ser selectivo en cuanto a los rubros que abarca • Sigue la experiencia de otros productos como el arroz, vegetales, entre otros • Contribuye a la disminución de los precios de algunos productos (arroz, vegetales, entre otros) 	<ul style="list-style-type: none"> • Es una forma disimulada de subsidio, que luego es difícil de eliminar • Hay que asegurar una cantidad suficiente del producto • Genera costos administrativos (personal, tiempo, etc.) • No hay certeza de resultados a corto plazo, ya que los productores pueden no traspasar al precio de sus productos dados los ahorros de costos generados por este apoyo estatal
6. Construcción de mercados de abastos adicionales (periféricos)	<ul style="list-style-type: none"> • Reduce los márgenes de intermediación • Aumenta las opciones a los consumidores • Reducción de los costos de transporte de los productores • Al disminuir las pérdidas del producto (por cadena de frío adecuada) puede aumentar la oferta disponible al consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • El impacto no es a corto plazo • Si no se garantizan volúmenes adecuados, los precios pueden no ser inferiores al de los supermercados • Cambio de hábito de consumo
7. Subsidio al precio del tanque de gas de 25 libras.	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente es generalizado a todo aquel que desee comprar este envase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representa costo fiscal para el Estado • Algunos consumidores que por sus ingresos no lo necesitan pueden estar actualmente disfrutando de este subsidio lo que desvirtúa el carácter social de la medida. Debe ser focalizado
8. Subsidio del Estado a los rubros de importancia dentro de la CBA (arroz, carne, leche, pollo y pan)	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuye a disminuir el precio al consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo fiscal para el Estado • No existe certeza que el subsidio sea trasladado a los consumidores (antecedente de los combustibles en 2005)
9. Subsidio en el precio de abonos (N, P, K) y Urea	<ul style="list-style-type: none"> • Disminuye los costos de producción de rubros agrícolas 	<ul style="list-style-type: none"> • Costo fiscal para el Estado • La disminución de costos no necesariamente se traslada al precio de venta al consumidor
10. Producción de insumos agrícolas orgánicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la productividad de los cultivos • Disminuye el desgaste de las hectáreas cultivables 	<ul style="list-style-type: none"> • No es una alternativa de corto plazo. Hay que concientizar a los productores
11. Fondo Especial de Compensación de Intereses (FECI)	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficia a sectores específicos: construcción (a través de préstamos hipotecarios) y al sector agropecuario (agricultura, ganadería, avicultura, entre otros) para la compra de insumos, siembra, labores agrícolas, instalaciones productivas, compra de animales y terrenos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encarece los préstamos locales comerciales y personales • El acceso al crédito requiere de garantías que en ocasiones no se tienen

Opciones	Elementos a Favor	Elementos en Contra
12. Reducción de impuesto del diesel y gasolina de 91 octanos (Ley 46 de 2011)	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto en los costos de transporte de alimentos y de familias 	<ul style="list-style-type: none"> • Sacrificio fiscal temporal • No implica necesariamente una disminución de los precios al consumidor
13. Restricciones a las exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta, en el corto plazo, la oferta interna • Disminuye la influencia de los precios internacionales sobre los precios internos y la oferta doméstica 	<ul style="list-style-type: none"> • Refuerza el sesgo anti-exportador • Sin políticas de contención de precios puede ser inefectiva • Puede afectar las relaciones comerciales internacionales (paneles en la OMC) • Resistencia de los exportadores • No garantiza que los precios al consumidor se reduzcan
14. Importación de producto terminado (arroz pilado)	<ul style="list-style-type: none"> • Puede generar un efecto más claro, directo y en el corto plazo sobre los precios en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Afecta el suministro de los subproductos que se utilizan en esta cadena agroalimentaria
15. Venta de productos de las Jumbo Tiendas (antes marca Compita) en cadenas de supermercados	<ul style="list-style-type: none"> • Asegura un suministro más eficiente a la población • Si el producto se empaqueta con un precio preestablecido se puede percibir aún el efecto de la intervención estatal 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de mal manejo por los minoristas (reempaque para vender bajo una marca más costosa)
16. Promover el consumo estacional (calendario anual)	<ul style="list-style-type: none"> • La producción nacional presenta variedad de productos a lo largo del año 	<ul style="list-style-type: none"> • Los factores climatológicos no son controlables
17. Fomentar la generación de energía eléctrica a través de fuentes no tradicionales (ejemplo: parques eólicos, solares, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • El objetivo debiera ser la disminución del costo por KWH energía eléctrica • Contribuye a evitar la contaminación que se genera con las termo-eléctricas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno
18. Desarrollar campañas masivas de divulgación promoviendo el comportamiento responsable y racional e informando sobre agentes económicos con mejores precios (ejemplo: agua embotellada)	<ul style="list-style-type: none"> • Coloca parte de la solución en manos de los afectados • Crea mayor conciencia y solidaridad social 	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno.

No hay nada más fácil que echarle la culpa a otro de la causa de nuestros problemas, y especialmente cuando se trata del Gobierno Nacional o una entidad pública como la ACODECO. En los últimos años en Venezuela se ha implementado una política de control de precios para combatir el grave proceso inflacionario que están viviendo. Lo que se ha querido hacer es simplemente evitar que los precios aumenten decretando que no aumenten, suena

cantinflesco pero es así, queremos ocultar las verdaderas causas, ignorándolas. Combatir la inflación con un control de precios es similar a tratar de controlar la fiebre manipulando el termómetro para que siempre marque 37 grados.

En cuanto al acaparamiento, éste se define normalmente como la retención voluntaria de un producto con el fin de afectar los precios para aumentar el beneficio. Como se puede ver, aquí la clave es la capacidad de afectar el precio, y eso sólo es posible si se tiene una participación importante en el mercado (poder sustancial). Además, acaparar no es una decisión razonable, ya que al acaparar se incurren en costos, de almacenamiento, de logística, se altera el ciclo productivo.

Las industrias tienen un ciclo productivo, lo que le obliga a tener en almacén siempre un inventario de insumos, de productos intermedios y productos finales. Este ciclo depende de la productividad particular, es decir, podemos tener dos empresas de la misma rama industrial y que tengan un ciclo productivo mayor. ¿Eso querrá decir que la empresa que es menos productiva y que se ve en la necesidad de tener un inventario mayor, está acaparando?

El énfasis comunicacional de la ACODECO ha sido que, en una economía de mercado, el poder lo tiene el consumidor que maneja información. Nuestros datos reflejan que el costo promedio de los supermercados siempre es significativamente menor que el de los minisúper y abarroterías. No obstante, reconocemos que el grueso de los consumidores sigue comprando en los locales que tienen precios más altos, en parte debido a ventajas como la proximidad a sus hogares, otorgamiento de crédito y que en muchos casos las compras son puntuales para atender la necesidad de un momento y no compras planificadas para toda la semana o quincena.

La ACODECO siempre refleja la realidad de lo que sucede en el mercado, sin que la divulgación de los precios esté condicionada a los resultados obtenidos. Todos los Informes Estadísticos de la CBFA (con más de 30 páginas repletas de información cada uno) se suben a nuestra página web tan pronto se termina el procesamiento de la información, y pueden accederse a ellos en <http://www.acodeco.gob.pa/estadisticas.asp?area=1>.

Cerramos con la recomendación central que hemos hecho siempre: El mejor camino es propiciar políticas públicas que abran más la economía al comercio internacional (reducción de aranceles, nuevos contingentes arancelarios para productos terminados), que aumenten la oferta interna y fomenten la mayor productividad y competitividad de los productores nacionales.

C. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS CUALES PARTICIPÓ LA DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA

Participación en Misiones Oficiales en el Extranjero

Fecha	Evento	Lugar
Marzo 12 y 13 de 2013	6to Seminario Intl. El Derecho de la Competencia y Regulación del Mercado. Contratación Pública y Técnica para el Tratamiento de Casos.	Quito, Ecuador
Marzo 30 a Abril 6 de 2013	Seminario Presencial de la XI edición de la Escuela Iberoamericana de Competencia.	Madrid, España
Abril 16 a 20 de 2013	Conferencia Anual y Taller de Mejores Prácticas del ICPEN.	Amberes, Bélgica
Abril 23 a 26 de 2013	Conferencia Anual del ICN.	Varsovia, Polonia
Abril 24 y 25 de 2013	Expositor en el VIII Seminario Internacional sobre Tecnología y Regulación en el Mercado Energético.	Quito, Ecuador
Junio 17 a 20 de 2013	Evento sobre Política de Competencia en Latinoamérica y el Caribe	Lima, Perú
Julio 8 a 12 de 2013	Decimotercera Sesión de la Reunión Intergubernamental de Expertos en Derecho y Políticas de Competencia.	Ginebra, Suiza
Agosto 28 a 30 de 2013	Séptimo Foro de Competencia.	El Salvador
Septiembre 3 a 4 de 2013	Foro Latinoamericano de Competencia.	Lima, Perú
Septiembre 5 de 2013	Foro Iberoamericano de Competencia.	Lima, Perú
Septiembre 6 de 2013	Primer Seminario de Telecomunicaciones.	Lima, Perú
Septiembre 19 de 2013	Mesa de Política de Competencia - 2da ronda de negociación del TLC entre Panamá y México	Mexico, D.F.
Septiembre 24 y 25 de 2013	Tercera Reunión Anual del Grupo de Trabajo sobre Comercio y Competencia de América Latina y El Caribe	Buenos Aires, Argentina

D. DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN DE PRECIOS Y VERIFICACIÓN.

COSTOS MÁS BAJOS DE LA CANASTA BÁSICA FAMILIAR DE ALIMENTOS EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ, SAN MIGUELITO, ARRAIJÁN Y LA CHORRERA: OCTUBRE DE 2013

Costos de la Canasta Básica (CBFA) de Alimentos por cadena de supermercados y sector:

Con el propósito de dar a conocer al consumidor la información de precios sobre los distintos bienes y servicios fundamentales para el consumo, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), realiza mensualmente un monitoreo de precios de los productos de la CBFA, cubriendo las siguientes áreas: Bella Vista, Bethania, Juan Díaz, Parque Lefevre, Pueblo Nuevo, San Francisco, San Miguelito, Santa Ana y Calidonia, Tocumen y 24 de Diciembre, La Chorrera y Arraiján. En dichas áreas se visitan un total de **60 supermercados, 36 minisuper y 7 abarroterías. En total 103 establecimientos.**

De esta forma, la ACODECO ofrece al consumidor información que le permita tener mejores criterios de búsqueda, así como la opción de consultar la información en mayor detalle de acuerdo a los productos que componen la CBFA que la ACODECO publica periódicamente en la prensa escrita, al igual que tenerla a disposición en el sitio www.acodeco.gob.pa, en el cual aparece toda la información por sectores y cadenas de supermercados. No obstante lo anterior, se hace la salvedad que la información presentada puede sufrir cambios con relación a los precios de los productos entre el momento de la captura de los datos y su publicación. Los rangos del costo de la CBFA entre cadenas de supermercados varían entre sectores.

El siguiente cuadro nos muestra los 10 supermercados que presentaron el costo de la Canasta Básica Familiar de Alimentos **más bajo para el mes de Septiembre:**

Cuadro No.1

Costo de la Canasta Básica de Alimentos en los principales establecimientos de los Distritos de Panamá, La Chorrera y Arraiján		
Arraiján Vista Alegre	Xtra Vista Alegre	268.67
San Miguelito	Xtra Ojo de Agua	269.63
San Miguelito	Xtra Pan de Azúcar	272.00
Arraiján Vista Alegre	Xtra Arraiján	272.29
Arraiján Vista Alegre	El Fuerte West Land Mall	274.49
San Miguelito	El Fuerte San Miguelito	274.58
Tocumen 24 de Diciembre	Xtra 24 Diciembre	275.50
Juan Díaz	Xtra los Pueblos	277.62
La Chorrera	Xtra la Chorrera	277.92
Juan Díaz	Xtra Juan Díaz	279.68

Fuente: ACODECO

El cuadro No.2 presenta el supermercado con el **costo más bajo y más alto** de la CBFA en cada sector analizado.

Cuadro No.2

Costos de la Canasta Básica Familiar de Alimentos más bajos y más altos, en los principales supermercados de los Distritos de Panamá, San Miguelito, La Chorrera y Arraiján, Según Sector: Octubre 2013

MES DE OCTUBRE - 2013						MES DE SEPTIEMBRE - 2013					
Sector	Local con el Costo Mínimo	Costo Mínimo	Local con el costo Máximo	Costo Máximo	Diferencia en B/.	Sector	Local con el Costo Mínimo	Costo Mínimo	Local con el costo Máximo	Costo Máximo	Diferencia en B/.
Arraiján	Xtra, Vista Alegre	268.67	Rey, Vista Alegre	326.81	58.14	Arraiján	Xtra, Vista Alegre	269.79	Rey, Vista Alegre	323.74	53.95
San Miguelito	Xtra, Ojo de Agua	269.63	Rey, Brisas del Golf	350.54	80.91	La Chorrera	Xtra, La Chorrera	273.61	Rey, La Chorrera	329.44	55.83
Tocumen	Xtra, 24 de Diciembre	275.50	Rey, Las Americas	347.18	71.68	Tocumen	Xtra, 24 de Diciembre	274.99	Rey, Las Americas	338.83	63.84
Juan Díaz	Xtra, Los Pueblos	277.62	Super 99, Plaza Tocumen	306.06	28.44	San Miguelito	El Fuerte	275.00	Rey, Brisas del Golf	338.77	63.77
La Chorrera	Xtra, La Chorrera	277.92	Rey, La Chorrera	326.01	48.09	Juan Díaz	Xtra, Los Pueblos	277.00	Super 99, Entrada de Pedregal	303.57	26.57
Santa Ana y Calidonia	El Machetazo, Calidonia	288.02	Rey Bombero, Santa Ana	326.30	38.28	Calidonia	El Machetazo, Santa Ana	287.30	Rey Bombero, Santa Ana	323.70	36.40
Bethania	Xtra, Kings Park	291.88	Rey, El Dorado	334.83	42.95	Bethania	Xtra, Kings Park	294.09	Rey, El Dorado	334.30	40.21
Pueblo Nuevo	Super 99, Vista Hermosa	296.89	Rey, 12 de Octubre	329.69	32.80	Pueblo Nuevo	Super 99, Vista Hermosa	299.74	Rey, 12 de Octubre	331.30	31.56
Parque Lefevre	Super 99, Portobelo	301.99	Rey, Chanis	337.04	35.05	Parque Lefevre	Super 99, Portobelo	303.98	Rey, Chanis	325.08	21.10
San Francisco	Super 99, San Francisco	302.56	Casa de la Carne, Via Porras	346.89	44.33	San Francisco	Super 99, San Francisco	308.53	Casa de la Carne, Via Porras	343.21	34.68
Bella Vista	Rey, Via España	332.46	Casa de la Carne, El Cangrejo	358.09	25.63	Bella Vista	Rey, Via España	334.03	Casa de la Carne, El Cangrejo	356.04	22.01

Fuente: ACODECO

En cuanto al costo más bajo por sector, éste se observó en Arraiján, 268.67, registrado en el Super Xtra, de Vista Alegre, seguido por el Super Xtra, Ojo de Agua en San Miguelito, mostrando un costo mínimo de B/.269.63; luego se ubicó el Super Xtra, 24 de Diciembre en Tocumen, donde se registró B/.275.50 como el costo mínimo en ese sector. (Ver Cuadro No.2).

Aportes a la Variación en el Costo de la CBFA

Continuando con su esfuerzo de proporcionar más información a los consumidores nacionales sobre la evolución de precios de los distintos bienes y servicios, con el propósito de que cuenten con elementos objetivos que permitan tomar mejores decisiones de consumo, la ACODECO divulgará datos con relación a la contribución de cada cadena de supermercado a la variación mensual en el costo promedio de la CBFA, a la vez que señalando las diferencias de costos, no sólo entre las diferentes cadenas de supermercado, sino también entre los diferentes establecimientos encuestados dentro de cada cadena.

Con relación a la contribución por cadena a la variación de la CBFA, puede señalarse que en el mes de **Octubre**, las cadenas que más influyeron en la variación de este mes con respecto al mes de septiembre fueron en su orden: S/M Rey, seguido de la cadena de Tajonazo y el Machetazo, como las que más influyeron en el resultado que impulsó un aumento del indicador, en esta ocasión de B/.1.29.

Cuadro No. 3

Contribución Porcentual a la Variación de la Canasta Básica de Alimentos de Octubre 2013 con respecto a Septiembre 2013 por cadena de supermercado

	# De Establecimiento Encuestados x Sector	Contribución a la Variación Absoluta en el Costo Ponderado	Jerarquía
La Casa de la Carne	2	7.38%	5
El Fuerte	2	-0.83%	8
El Machetazo	6	11.82%	3
El Pueblo	2	-9.00%	9
El Tajonazo	2	19.96%	2
La Prosperidad	1	5.32%	6
El Rey	12	65.75%	1
S/M Riba Smith	2	8.06%	4
Super 99	21	0.86%	7
Xtra	10	-9.33%	10
TOTAL	60	100.00%	

FUENTE: Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.
Miembro de CONCADECO, Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor

Los productos que incrementaron su precio para el mes de **octubre** fueron: el pan molde de 18 oz. B/.0.07, la lechuga por libra B/.0.25, el pescado corvina por libra B/.0.23, la leche en polvo de lata 390 grs. B/.0.13 y la tuna de lata de 170 grs. B/.0.04.

Por otro lado, se observaron reducciones en los precios de: los plátanos por libra B/.0.05, el pescado cojinúa por libra B/.0.22, el pollo limpio por libra B/.0.01, la manzana mediana por unidad B/.0.01 y la crema de maíz de 320 grs. B/.0.04.

Cuadro No. 4

Principales Rubros que Explicaron la Variación en el Costo de la Canasta Básica de Alimentos

En el mes de Octubre con respecto al mes Septiembre 2013

<i>Incremento (+)</i>			<i>Reducción (-)</i>		
Producto	Presentación	Var. Precios	Producto	Presentación	Var. Precios
Pan molde	15 a 18 oz.	B/. 0.07	Plátanos	Libra	B/. 0.05
Lechuga	Libra	B/. 0.25	Pescado cojinúa	Libra	B/. 0.22
Pescado corvina	Libra	B/. 0.23	Pollo limpio	Libra	B/. 0.01
Leche en polvo	Lata 390 grs.	B/. 0.13	Manzana mediana	Unidad	B/. 0.01
Tuna	Lata 170 grs.	B/. 0.04	Crema de maíz	320 grs.	B/. 0.04

Fuente: Acodeco

MEDICAMENTOS

Entre las tareas que realiza diariamente DIPREV y específicamente la Sección de Medicamentos está la verificación de Denuncias que llegan a la institución por diferentes medios, a saber: Página Web de la institución, Twitter del Administrador o a través del Call Center y que tienen que ver específicamente con Medicamentos: ya sea por Productos Vencidos, Violación a la Ley 6ta (no otorgamiento de descuentos), Falta de Precios a la Vista, etc.

En el siguiente cuadro, presentamos un resumen de las Denuncias atendidas en el período de enero a noviembre de 2013 en donde se atendieron un total de 9 denuncias.

Departamento de Información de Precios y Verificación					
Denuncias Atendidas, según anomalía. Noviembre 2012 - Octubre 2013					
Mes	Total de denuncias atendidas	Ley 6ta	Medicamentos vencidos	Devolución dinero	Falta de Precio Vista
Noviembre	2	2			
Diciembre	3	2			1
Enero	2	1	1		
Febrero	1		1		
Marzo	0				
Abril	2	2			
Mayo	0				
Junio	0				
Julio	2	2			
Agosto	0				
Septiembre	0				
Octubre	1	1			
Total	13	10	2	0	1

De las 13 Denuncias recibidas y atendidas, 10 fueron por violación a la Ley 6ta., es decir, que el jubilado o la persona de la tercera edad, denunciaba que el agente económico no le otorgó el descuento a que tiene derecho en la compra de medicamentos. 2 Denuncias fueron por “Medicamentos Vencidos” y 1 denuncia por Falta de Precio a la Vista.

Es importante señalar que en ninguna de las denuncias atendidas se encontró la falta por lo que el personal levantó acta de verificación señalando que no existía la anomalía.

Por último, es importante señalar que DIPREV da respuesta a las denuncias recibidas en no más de 3 días, de acuerdo a los procedimientos y plazos establecidos.

CANASTA BÁSICA DE MEDICAMENTOS (CABAMED).

En un esfuerzo interinstitucional entre la ACODECO, el Ministerio de Salud (MINSA), la Caja de Seguro Social (CSS) y el Instituto Conmemorativo Gorgas de Estudios de la Salud (ICGES), se creó la Canasta Básica de Medicamentos, la cual entró en vigencia a partir de 26 de septiembre de 2013, tomando como fundamento legal la Resolución No. 367 del 04 de septiembre de 2013, firmada por el Director Nacional de Farmacias y Drogas.

Los medicamentos que pertenecen a este primer listado de 40 productos, fueron escogidos tomando en cuenta varios criterios. El primero que se tomó en cuenta fue el de la morbilidad. Se trató de que los medicamentos que formaran parte de la CABAMED fuesen medicamentos

para curar aquellas enfermedades de alta incidencia en la población panameña. Que fuesen productos que se dispensaran tanto en la CSS como en el MINSA, para que no se argumentara que la CABAMED refleja productos que el Estado no proporciona. Otro de los criterios que se evaluó fue el de verificar que si el medicamento requería intercambiabilidad, que el medicamento intercambiable tuviera comercialización, es decir, que se encontrara en el mercado.

El objetivo primordial que se busca con la CABAMED, es orientar a los consumidores y que puedan ver las diferencias de precios que existen actualmente entre los medicamentos innovadores y los medicamentos genéricos (de hasta más de 300% en algunos casos). Una de las expectativas que se tienen con la implementación de la CABAMED es que las diferencias de precios señaladas se reduzcan, principalmente por la reducción de precios de los medicamentos innovadores inducidas la competencia de los medicamentos genéricos.

En función de lo anterior, las funcionarias de la sección de Medicamentos de DIPREV, mensualmente monitorean los precios de los 40 productos de la CABAMED en 50 farmacias privadas de la provincia de Panamá. Además de levantar las encuestas de precios de los medicamentos DIPREV también tiene como función verificar el cumplimiento de la Resolución No. 367 y oportunamente levantar las actas a aquellas farmacias que no cumplan con lo dispuesto en la resolución. (Afiche a la vista, tamaño mínimo del afiche 8 ½ x 14), concordancia entre el precio publicado y el precio que se cobra en caja, etc.

Lista de Medicamentos Incluidos, según grupo farmacológico:

Antiinfecciosos

1. Amoxicilina 250mg/5ml, polvo para suspensión o jarabe. Frasco 100 ml
2. Amoxicilina base o trihidratada 500mg cápsula o comprimido.
3. Cefalexina 500mg cápsula o comprimido
4. Ceftriaxona sódica 1 gramo i.m. vial.
5. Ciprofloxacina, 500 mg tableta.
6. Nitrofurantoina 100 mg cápsula o comprimido
7. Trimetropin con sulfá (cotrimoxazol) 40mg/200mg /5ml suspensión pediátrica. Frasco 100 ml
8. Azitromicina 500 mg cápsula o comprimido.

Salud mental

9. Fluoxetina 20 mg tableta o comprimido
10. Quetiapina fumarato 100 mg tableta
11. Duloxetina clorhidrato 60 mg cápsula
12. Olanzapina 10 mg tableta

Oftalmológicos

13. Timolol 0.5% gotas oftálmicas frasco 5 ml
14. Gentamicina sulfato 0.3% gotas oftálmicas frasco 5 ml

Antiparasitarios

15. Albendazol 40 mg/ml suspensión. Frasco 10 ml
16. Albendazol 200 mg comprimidos.

Dermatológicos

17. Hidrocortisona 1 % crema tópica. Tubo 15 gr
18. Clotrimazol, , crema tópica 1-2% tubo 20 gr

Cardiovasculares

19. Amlodipina 5 mg tableta
20. Atenolol 100mg comprimidos ranurados.
21. Enalapril 20mg tableta.
22. Simvastatina 10 mg cápsula o comprimido.

Genito urinario

23. Clotrimazol 100 mg, óvulo vaginal
24. Metronidazol 500 mg óvulo vaginal

Antiinflamatorios no esteroides

25. Diclofenaco 9 mg/5 ml suspensión. Frasco 120 ml
26. Diclofenaco sódico 50mg cápsula o comprimido.
27. Ibuprofeno 400mg gragea o comprimido.

Analgésicos antipiréticos

28. Paracetamol (acetaminofen) 90 - 100mg/ ml gotas. Frasco 15 ml
29. Paracetamol (acetaminofen) 120 - 160mg/ 5ml jarabe o solución. Frasco 120 ml
30. Paracetamol (acetaminofen) 500mg, comprimido.

Sistema respiratorio

31. Ambroxolclorhidrato 15mg/ 5ml. Jarabe. Frasco 120 ml
32. Loratadina 10mg comprimido
33. Beclometasona dipropionato 50mcg/inhalación solución, inhalador, frasco 100-200 dosis.
34. Salbutamol base o sulfato aerosol libre de cfc, equivalente a 100mcg por inhalación. Frasco 200 - 250 dosis

Tracto alimentario y metabólico

35. Glibenclamida 5 mg comprimido
36. Hidróxido de aluminio y magnesio 5.9 - 8.3% (hidróxidos totales) gel o suspensión. Frasco 180 ml
37. Metformina clorhidrato 850 mg tableta ranurada.
38. Omeprazol 20mg cápsula con microesferas gastroresistente.
39. Ranitidina clorhidrato 150mg comprimido.
40. Sales de rehidratación líquido, frasco 400-500ml.

A pesar de que la resolución de la CABAMED entró en vigencia el 26 de septiembre de 2013, se estableció que los primeros meses se iban a hacer “verificaciones docentes”. Las verificadoras visitaron diariamente distintas farmacias de la provincia de Panamá, revisando y ayudando a los dueños de farmacias y/o encargados con las dudas que tenían sobre el proyecto.

En los meses de septiembre y octubre se visitaron 235 farmacias, encontrándose que sólo el 18% de las farmacias (43) no tenían anomalías. El resto de los agentes económicos visitados (82%) sí tenían anomalías con respecto a la CABAMED, tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Detalle de las principales anomalías encontradas en las Verificaciones de la CABAMED, por mes			
Septiembre - Octubre 2013			
Detalle de Anomalía	Septiembre	Octubre	Total
Sin Anomalía	3	40	43
No tiene el formato	7	14	21
El formato no está accesible a la vista del público	3	11	14
El tamaño del formato es < que el oficial	4	22	26
El formato tiene todas las celdas en blanco	7	25	32
El formato tiene celdas con rayones, tachones, a lápiz	9	22	31
Se incluyen medicamentos no intercambiables en renglones que se exige intercambiabilidad	14	49	63
Los precios del formato no coinciden con los cobrados en caja	0	2	2
Otra	0	3	3
TOTAL	47	188	235

Fuente: ACODECO

ANÁLISIS COMPARATIVO DE COSTOS, TASA DE INTERÉS NOMINAL ANUAL (EN %) Y ANUALIDAD (EN B/.), DE ALGUNAS TARJETAS DE CRÉDITO Y OTRAS TARJETAS DE FINANCIAMIENTO, EMITIDAS EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ: PRIMERA SEMANA DE NOVIEMBRE DE 2013.

ANTECEDENTES

“Tarjeta de Crédito: Instrumento magnético, electrónico o de otra tecnología proveniente de la ejecución de un contrato de crédito celebrado previamente entre un intermediario financiero y otra persona, con el fin de facilitarle el arrendamiento u obtención de bienes y servicios o la obtención de dinero de los comercios afiliados al sistema”³

A partir de la promulgación y entrada en vigencia de la Ley 81 de 31 de diciembre de 2009, “que tutela los derechos de los usuarios de las tarjetas de crédito y otras tarjetas de financiamiento”, en su Artículo 38, en el cual se establecen normas para la confección de análisis comparativos de tarjetas de crédito u otras tarjetas de financiamiento, se asigna a la ACODECO la responsabilidad de elaborar un estudio para los períodos oportunamente correspondientes.

El mencionado artículo enuncia que “La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia publicará, por lo menos en dos medios impresos de comunicación de circulación masiva nacional, un estudio comparativo de tarjetas de crédito u otras tarjetas de

³Artículo 2, numeral 14, Ley 81 de 31 de diciembre de 2009.

financiamiento”⁴. Estas publicaciones se realizarán en cumplimiento de la Ley, durante los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año y en estricto apego a la información aportada por los emisores.

OBJETIVOS

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, (ACODECO), en cumplimiento con lo establecido en la Ley 81 de 2009, recopiló de manera directa y a través de la Superintendencia de Bancos, las declaraciones juradas de aquellas entidades dedicadas a la emisión de tarjetas de crédito y otras tarjetas de financiamiento en la República de Panamá. La presente recopilación de datos tiene como objetivo informar al consumidor y/o cuenta habiente sobre la tasa de interés nominal anual (%) y otros cargos adicionales de las tarjetas de crédito y financiamiento que actualmente se ofrecen en el mercado local.

ANÁLISIS DE COSTOS (TASA DE INTERÉS ANUAL NOMINAL (%) Y ANUALIDAD).

Tarjetas de Crédito

En este mercado hay gran variedad de productos, con características adecuadas al perfil del tarjeta habiente, por lo que recomendamos a los consumidores que desean adquirir alguna tarjeta de crédito, evaluar la que se ajuste a sus necesidades, le brinde mayores beneficios y procurar siempre mantener un buen manejo de su cuenta (capacidad de pago, acumulación de millas si usted necesita viajar, programa de puntos, devolución de un porcentaje de sus compras o cash back, costo de la anualidad, seguros, entre otras variables a considerar).

Tasas Promedio de Interés Nominal Anual más Bajas y más Altas, de Algunas Tarjetas de Crédito, según Tipo de Tarjeta y Entidad Emisora

Tipo de tarjeta	Tasas Promedio de Interés más Bajas		Tasas Promedio de Interés más Altas	
	Entidad bancaria	%	Entidad bancaria	%
Visa Cash Back Clásica o Tradicional	Banco Nacional de Panamá	16.00	Credicorp, Citibank	21.00
Visa Clásica	Towerbank	12.50	HSBC	25.50
Visa o MC Empresarial o Corporativa	Banco Lafise Panamá, S.A.	9.00	BAC International Bank	20.88
Visa Dorada, Oro o Gold	Towerbank	10.50	HSBC	22.50
Visa Platino o Platinum	Coop. S/M Profesionales, R.L.	7.50	BAC International Bank	17.88
Master Card Clásica, Esencial o Standard	Credicorp	13.99	HSBC	25.50
Master Card Dorada, Oro, Gold	Credicorp	13.99	HSBC	22.50

Nota: Existen otros productos con atractivas tasas de interés y condiciones particulares. Cada usuario debe considerar los demás cargos, beneficios y características propias del producto que le ofrece la entidad emisora para tomar la mejor decisión al momento de adquirir su tarjeta.

⁴ Artículo 38, Ley 81 de 31 de diciembre de 2009.

Es importante señalar que el comportamiento de las tasas de interés y costos por anualidad más bajas y más altas se mantienen relativamente estables en la mayoría de los emisores informantes, en términos generales, muy similares a las del trimestre anterior.

En cuanto al monto que el tarjetahabiente debe pagar en concepto de anualidad por poseer una tarjeta de crédito, existe una oferta en Banco General y Credicorp Bank, de la marca Mastercard (Esencial Platinum, Standard y Dorada), las cuales no cobran este rubro y mantienen tasas de interés nominal anual entre las más bajas del mercado.

Costo de las Anualidades más Bajas y más Altas, de Algunas Tarjetas de Crédito, según Tipo de Tarjeta y Entidad Emisora

Tipo de tarjeta	Anualidades más Bajas		Anualidades más Altas	
	Entidad bancaria	B/.	Entidad bancaria	B/.
Visa Cash Back Clásica	Global Bank, Banconal	40.00	Citibank	89.00
Visa Clásica	Coop. S/M Profesionales, R.L.	30.00	HSBC	93.00
Visa o MC Empresarial o Corporativa	Towerbank	45.00	Balboa Bank	250.00
Visa Dorada, Oro o Gold	Davivienda y Coop. S/M Profesionales, R.L.	40.00	Citibank	89.00
Visa Platino o Platinum	Coop. S/M Profesionales, R.L.	50.00	HSBC	155.00
Master Card Clásica, Esencial o Standard	Banco General y Credicorp Bank	0.00	HSBC	93.00
Master Card Dorada u Oro	Credicorp Bank	0.00	HSBC	90.00

Nota: No incluye ITBMS.

Tarjetas de Financiamiento

Las Tarjetas de Financiamiento son productos (instrumentos financieros) que emiten algunas empresas para brindar facilidades de crédito a sus clientes, en las compras realizadas en los establecimientos de éstas. Presentan características particulares que el consumidor debe evaluar al momento de adquirirlas.

Para este período declararon información al respecto los siguientes agentes económicos: Banco Azteca (Almacenes ELEKTRA), RODELAG, Importadora Maduro (Félix B. Maduro), Supermercados REY, Supermercados ROMERO y la Empresa Financiera FINANCIACREDIT, S.A. (Ver cuadro a continuación).

PRECIOS TOPES DE COMBUSTIBLE:

El Gobierno Nacional, a través de la Secretaría Nacional de Energía, debidamente asesorado por expertos locales e internacionales, evaluó las posibles modificaciones, a la fórmula de cálculo de los precios de paridad e importación.

Dichas modificaciones fueron presentadas a las petroleras, concediéndole la oportunidad de que fueran analizadas por ellos y contestaran al Gobierno Nacional en un plazo prudente.

En vista del rechazo, de forma categórica, de las mayoría de las empresas petroleras y a la falta de propuesta reales que beneficien al consumidor, se obliga al Estado a mantener los precios topes al público, con ajustes respectivos de las variaciones en los precios de paridad e importación; los cuales empezaron a regir el 25 de septiembre de 2008, por plazos prorrogables y sujeto a variaciones.

A continuación analizaremos la evolución de los precios topes del combustible en la provincia de Panamá para el año 2013, por el período comprendido de enero 2013 al tercer cambio de precios topes del mes de Noviembre. (Del 28 de Diciembre de 2012 al 29 de Noviembre de 2013).

En el Cuadro No. 1, se contemplan los precios topes del combustible de la provincia de Panamá mensualmente y por lapsos de tiempos determinados por el Gobierno Nacional. Cada precio tope está sujeto a las variaciones del precio de paridad y del precio del crudo internacional, razón por la cual, en algunas ocasiones, tiende a bajar y en otras, a aumentar su costo.

Cuadro No. 1

PRECIOS TOPES DE ALGUNOS DERIVADOS DEL PETRÓLEO, EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN MES POR TIPO DE DERIVADO:
DEL 28 DE DICIEMBRE DE 2012 AL 29 DE NOVIEMBRE DE 2013

Mes	Fecha de Vigencia	Precios Tope				
		Gasolina de 91 Octanos	Gasolina de 91 E 5	Gasolina de 95 Octanos	Gasolina de 95 E 5	Diesel Bajo en Azufre
Enero	Del 28 de Diciembre de 2012 al 11 de Enero 2013	0.975		1.043		0.996
	Del 11 al 25 de Enero de 2013	1.025		1.112		1.014
Febrero	Del 25 de Enero al 08 de Febrero de 2013	1.014		1.099		1.017
	Del 08 de Febrero al 22 de Febrero de 2013	1.046		1.141		1.038
Marzo	Del 22 de Febrero al 08 de Marzo de 2013	1.099		1.199		1.078
	Del 08 al 22 de Marzo de 2013	1.102		1.218		1.036
Abril	Del 22 de Marzo al 05 de Abril de 2013	1.086		1.173		1.012
	Del 05 al 19 de Abril de 2013	1.073		1.160		1.009
Mayo	Del 19 de Abril al 03 de Mayo de 2013	1.030		1.120		0.980
	Del 03 al 17 de Mayo de 2013	1.036		1.115		0.943
	Del 17 al 31 de Mayo de 2013	1.036		1.136		0.959
Junio	Del 31 de Mayo al 14 de Junio de 2013	1.049		1.165		0.962
	Del 14 al 28 de Junio de 2013	1.033		1.149		0.933
Julio	Del 28 de Junio al 12 de Julio de 2013	1.033		1.125		0.954
	Del 12 al 26 de Julio de 2013	1.020		1.120		0.959
Agosto	Del 26 de Julio al 09 de Agosto de 2013	1.104		1.186		0.991
	Del 09 al 23 de Agosto de 2013	1.083		1.170		0.988
Septiembre	Del 23 de Agosto al 06 de Septiembre	1.070		1.133		0.991
	Del 06 al 20 de Septiembre de 2013		1.094		1.162	1.020
Octubre	Del 20 de Septiembre al 04 de Octubre de 2013		1.028		1.086	1.006
	Del 04 al 18 de Octubre de 2013		1.001		1.054	0.980
Noviembre	Del 18 de Octubre al 01 de Noviembre de 2013		1.004		1.054	0.991
	Del 01 al 15 de Noviembre de 2013		0.983		1.030	0.977
	Del 15 al 29 de Noviembre de 2013		0.954		1.009	0.954

NOTA: Mediante la Ley 42, modificada en la Ley 21 de 26 de marzo de 2013, establece que a partir del 01 de septiembre, la Gasolina se le introducirá un 5% de Bioetanol anhidro en su mezcla, para la provincia de Panamá que comprende por el norte hasta el río chagres, al este hasta el área de la 24 de Diciembre y al Oeste hasta el distrito de La Chorrera.

Fuente: ACODECO

Miembro de CONCADECO; Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor.

Cuadro No. 2

COMPORTAMIENTO DE LAS VARIACIONES EN LOS PRECIOS TOPES DEL COMBUSTIBLE, EN LA CIUDAD DE PANAMÁ: DEL 28 DE DICIEMBRE DE 2012 AL 29 DE NOVIEMBRE DE 2013

Mes	Variaciones en los Precios Tope				
	Gasolina de 91 Octanos	Gasolina de 91 E 5	Gasolina de 95 Octanos	Gasolina de 95 E 5	Diesel Bajo en Azufre
II Cambio de Enero - I Cambio Enero	0.05		0.07		0.02
I Cambio de Febrero - II Cambio de Enero	-0.01		-0.01		0.00
II Cambio de Febrero - I Cambio de Febrero	0.03		0.04		0.02
I Cambio de Marzo - II Cambio de Febrero	0.05		0.06		0.04
II Cambio de Marzo - I Cambio de Marzo	0.00		0.02		-0.04
I Cambio de Abril - II Cambio de Marzo	-0.02		-0.04		-0.02
II Cambio de Abril - I Cambio de Abril	-0.01		-0.01		0.00
I Cambio de Mayo - II Cambio de Abril	-0.04		-0.04		-0.03
II Cambio de Mayo - I Cambio de Mayo	0.01		-0.01		-0.04
III Cambio de Mayo - II Cambio de Mayo	0.00		0.02		0.02
I Cambio de Junio - III Cambio de Mayo	0.01		0.03		0.00
II Cambio de Junio - I Cambio de Junio	-0.02		-0.02		-0.03
I Cambio de Julio - II Cambio de Junio	0.00		-0.02		0.02
II Cambio de Julio - I Cambio de Julio	-0.01		-0.01		0.01
I Cambio de Agosto - II Cambio de Julio	0.08		0.07		0.03
II Cambio de Agosto - I Cambio de Agosto	-0.02		-0.02		0.00
I Cambio de Septiembre - II Cambio de Agosto	-0.01		-0.04		0.00
II Cambio de Septiembre - I Cambio de Septiembre		0.02		0.03	0.03
I Cambio de Octubre - II Cambio de Septiembre		-0.07		-0.08	-0.01
II Cambio de Octubre - I Cambio de Octubre		-0.03		-0.03	-0.03
I Cambio de Noviembre - II Cambio de Octubre		0.00		0.00	0.01
II Cambio de Noviembre - I Cambio de Noviembre		-0.02		-0.02	-0.01
III Cambio de Noviembre - II Cambio de Noviembre		-0.03		-0.02	-0.02
DIFERENCIA EN TODO EL PERIODO	0.10	-0.12	0.09	-0.12	-0.04

Fuente: ACODECO

Miembro de CONCADECO; Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor.

En el cuadro No. 2, se observa las variaciones que han sufrido los precios tope del combustible a medida que cambian los precios de paridad del Crudo, tomando en cuenta que los números en rojo representan los aumentos y los verdes la baja en el precio.

Para el mes de enero los precios tope tuvieron un aumento de 0.05 y 0.07 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos respectivamente. De igual forma se dio un aumento de 0.02 centésimos en el diesel bajo en azufre, en relación con el primer precio tope del mismo mes, así mismo en el segundo cambio de precio del mes de febrero se produjo nuevamente un incremento en el precio tope de 0.03 y 0.04 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos respectivamente y el diesel bajo en azufre aumento su precio en 0.02 en relación con el precio tope anterior. En el primer precio tope del mes de marzo el mismo subió 0.05 y 0.06 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos en tanto que el diesel bajo en azufre aumentó en 0.04, en relación al segundo cambio del mes de febrero.

Para el mes de abril los precios tope del combustible reflejaron una baja en el precio de -0.02 centésimos en la gasolina de 91 octanos ; la gasolina de 95 octanos bajó -0.04 centésimo, y el diesel bajo en azufre bajo -0.02 centésimos, en relación con el precio tope del mes de marzo; en el segundo cambio del mes de abril se registro una baja de -0.01 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos y el diesel bajo en azufre no sufrió cambios en su precio, con respecto al primer cambio de precio del mismo mes. En el primer cambio del mes de mayo el precio tope disminuyo -0.04 centésimo en la gasolina de 91 octanos y de 95 octanos, en cuanto al diesel bajo -0.03 centésimos en el diesel bajo en azufre, en relación al segundo cambio del mes de abril; en el segundo cambio del mes de mayo el precio tope aumento 0.01 centésimo en la gasolina de 91 y disminuyo -0.01 centésimo en la gasolina de 95 octanos, en tanto que el diesel bajo en azufre disminuyo su precio en -0.04 centésimo en relación con el primer cambio de dicho mes. En el mes de junio en el primer cambio, los

precios topes muestran un incremento en el precio de la gasolina de 91 octanos con respecto al último precio tope del mes de mayo en 0.01 centésimos, así mismo la gasolina de 95 octanos aumento 0.03 centésimos y el diesel bajo en azufre se mantuvo sin cambios en los precios. En el segundo cambio del mes de junio, la gasolina de 91 octanos baja su precio en -0.02, la gasolina de 95 octanos baja de igual modo su precio en -0.02 centésimos y se produce también una rebaja en el precio del diesel bajo en azufre de -0.03 centésimos, en relación al primer cambio del mismo mes.

De acuerdo a las variaciones que se han dado en los precios topes del combustible en los primero meses del año hasta la fecha, se puede observar que aunque en ocasiones el precio tiende a bajar, la tendencia en las variaciones del precio tope se mantiene en aumento, razón por la cual se observa en el cuadro que la diferencia en todo el periodo tomando en cuenta la baja del precio en algunos cambios aun mantiene un aumento de 0.10 y 0.09 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos sin el aditivo de etanol, mientras que la gasolina con 5% de etanol en su mezcla ha disminuido su costo en -0.12 centésimos tanto en la de 91 como la de 95 octanos y el diesel bajo en azufre tiene una baja de precio de -0.04 centésimos, en lo que va del año 2013.

III. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS



A. OFICINA DE ASESORÍA LEGAL

OBJETIVO:

Fortalecer la eficiencia económica por medio de la ejecución coordinada de estudios, análisis e investigaciones de los aspectos legales (leyes, decretos, acuerdos, resoluciones, proyectos y anteproyectos de leyes) de las operaciones de tipo comercial en el ámbito nacional e internacional objeto de evaluación a fin de emitir recomendaciones legales con relación a la libre competencia, prácticas monopolísticas y protección al consumidor.

Coadyuvar en la efectiva actuación del Despacho del Administrador y de todos los niveles de la organización, mediante la asistencia jurídica de tipo administrativo con capacidad de ajustarse a las condiciones institucionales que surjan durante los procesos de aplicación de la Ley 45, sus efectos sobre la adecuada imagen de la ACODECO.

AUTORIDAD FUNCIONAL:

Ejerce autoridad técnica asesora hacia todas las unidades administrativas de la institución en lo relacionado a los aspectos legales varios, tanto de la aplicación de la Ley 45, así como consultas en materia de tipo laboral, administrativo entre otros.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

1. Asesorar al Administrador General, sobre la correcta interpretación y aplicación de las normas contenidas en la Ley 45. Así como la relación de dicha norma con el resto de las disposiciones legales que constituyen el ordenamiento jurídico.
2. Representar a la Institución a solicitud del Administrador General en aspectos legales que le sean delegados.
3. Revisar todos los documentos y operaciones que requieran un pronunciamiento jurídico de la institución.
4. Analizar y opinar sobre los ante proyectos de leyes que se discuten en la Asamblea de Diputados u otros que afecten o tengan relación con los fines institucionales.
5. Participar en las Comisiones y discusiones que se den en la Asamblea de Diputados sobre los distintos temas legales de interés para la Institución.
6. Elaborar proyecto de acuerdos y resoluciones con relación a las investigaciones realizadas.
7. Brindar asesoría técnica al Administrador General, Directores Nacionales y a la Oficina Institucional de Recursos Humanos en materia de conflictos laborales individuales, así como cualquier consulta de índole laboral que surja de las relaciones entre servidores públicos y la institución.

8. Absolver consultas realizadas por agentes económicos, consumidores, particulares o entes de gobierno en general con respecto a los temas contenidos en la Ley 45 y que sean de la competencia de la Autoridad.
9. Brindar apoyo legal a otras direcciones sobre, el análisis jurídico necesario para la apertura de procesos sancionatorios, en la redacción de la normativa interna y el adecuado desempeño de sus funciones.

ACCIONES DELEGADAS POR EL ADMINISTRADOR

1. Acción de Clase contra The Window Tower Corp.

Esta acción de clase tenía como objetivo primordial que **ACODECO**, debidamente legitimada a favor de los consumidores del Edificio **P.H. THE WINDOW TOWER**, interpusiera formal demanda colectiva de clase contra las empresas **THE WINDOW TOWER CORP.**, a fin de que cumplidos los trámites inherentes a esta clase de proceso, se condenara a Las Demandadas a indemnizar a todos los miembros de la clase que sufrieron un daño o perjuicio común derivados de los incumplimientos de los contratos de promesa de compraventa, contratos de compraventa y del incumplimiento de lo establecido en la publicidad, ofertas e información en general comunicada a los consumidores que promocionaban la venta de los apartamentos, así como los vicios o defectos existentes en la construcción de la cosa vendida (área social) del Edificio **P.H. THE WINDOW TOWER**.

Se iniciaron todos los trámites inherentes a esta clase de procesos, lo cual incluye un llamado preliminar a la clase que se realizó a través de varias publicaciones en un periódico de la localidad, llamado preliminar al cual acudieron cerca de 22 propietarios.

Antes de presentarse la demanda y en virtud de la inminencia de la misma, la empresa y más de 18 de propietarios llegaron a acuerdos extrajudiciales y presentaron los respectivos finiquitos que indican su conformidad y desistimiento de la demanda que **ACODECO** presentaría.

Estos acuerdos extrajudiciales satisfactorios para los consumidores son muy relevantes para **ACODECO** en la medida en que la sola posibilidad de intervención de la Autoridad, sin que todavía realizara gestiones en firme para las mismas, provocó los acuerdos a que han llegado las partes, lo que demuestra el respeto que los agentes económicos tienen hacia **ACODECO** y la confianza que los consumidores han depositado en nosotros.

Estas gestiones no tienen una contabilidad estadística pero son muy relevantes para nosotros en virtud del beneficio que ocasionan al consumidor, que sin necesidad de interponer un proceso judicial ha obtenido una solución satisfactoria.

2. Demanda de protección al consumidor contra el colegio PANAMERICAN SCHOOL

Esta acción contra la **ESCUELA PANAMERICAN SCHOOL** tiene su origen en una denuncia anónima que presentó un padre de familia, mediante la cual informaba a la **ACODECO** que la **ESCUELA PANAMERICAN SCHOOL** había anunciado a través de un correo electrónico y una circular cambios en las anualidades para el año 2014 y 2015, sin haber coordinado previamente con la asociación de padres de familia ni con el Ministerio de Educación, cual lo dispone el artículo 130 de la Ley 47 de 1946, por lo cual solicitaban la suspensión del aludido anuncio de aumento.

En virtud de lo anterior, **ACODECO** realizó las diligencias correspondientes a fin de lograr que la situación se detuviera de manera rápida y sin causar perjuicios para ninguno de los involucrados. Con la colaboración del **MINISTERIO DE EDUCACIÓN** se pudo determinar que hasta el 10 de septiembre del 2013 *“El centro educativo particular Panamerican School no ha comunicado, solicitado o coordinado, con esta entidad educativa la variación de costos de matrículas u otros costos para el año 2014 ó 2015”*.

Por ese motivo **ACODECO** procede a suspender el anuncio de aumento de manera oportuna, para que no se ocasionaran mayores perjuicios a las partes, y que de ser el caso, la **ESCUELA** realizara las coordinaciones correspondientes. En término se interpuso la demanda con el objeto que se **DECLAREILEGAL** el anuncio y/o cobro, de ser el caso, de los aumentos de precios de las anualidades para los niveles de: prekinder y kínder; de 1er grado a 3er grado, de 4to a 6to grado, de 7mo a 9no grado y de 10mo a 12vo grado, para los años 2014 y 2015, que fue enviado a los padres de familia de la **ESCUELA** y que como consecuencia de lo anterior, se **PROHIBA** el cobro ilegal de la misma hasta tanto se cumplan los parámetros de la Ley.

Dada las gestiones realizadas por **ACODECO**, la **ESCUELA PANAMERICAN SCHOOL** realizó el 18 de septiembre del 2013 las coordinaciones necesarias para llevar a cabo los aumentos de mensualidades. En efecto el **MINISTERIO DE EDUCACIÓN** mediante nota de enviada el 14 de octubre a las oficinas de **ACODECO** certifican que la **ESCUELA, ASOCIACIÓN DE PADRES DE FAMILIA** y el **MEDUCA** coordinaron los aumentos de mensualidades para los años 2014 y 2015.

3. Denuncia por falsificación de fechas de medicamentos en Chiriquí

En la recepción de denuncias (call center) de **ACODECO** se recibió una llamada telefónica en la cual se alertaba de una adulteración en las fechas de vencimiento para los medicamentos de distintas clases que vendían por onzas en la **FARMACIA TIFFANY No.3** en la provincia de Chiriquí.

Puestos en conocimiento de esta situación el personal de las Regionales de Chiriquí, Santiago y Panamá de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (**ACODECO**), realizaron diligencia de verificación simultánea en las 7 sucursales del agente económico denominado **“FARMACIA TIFFANY”**. En efecto, tras el proceso de

verificación del establecimiento se descubrió una cantidad significativa de medicamentos e insumos médicos vencidos.

No obstante, en medio del operativo los funcionarios de **ACODECO** tuvieron la percepción que las onzas de los medicamentos que se encontraban a la venta en algunas sucursales de la **FARMACIA TIFFANY No.3**, eran llenadas con los galones que fueron retirados por estar vencidos. Al interrogar a los dependientes sobre la fecha de vencimiento que estaba escrita en las onzas que están dispuestas a la venta, misma que no coincidía con los galones que fueron retirados por estar vencidos, los mismos indicaron que las onzas a la venta eran tomadas de los galones vencidos y que la fecha de vencimiento era puesta de esa forma por órdenes superiores.

Los hechos que nos han indicado los funcionarios que realizaron el operativo, nos permiten pensar que miembros de esta farmacia están adulterando las fechas de vencimiento de los medicamentos que venden en onzas, que son rellenas de los galones que se encontraron vencidos, ya que no tenían en existencia otros galones del medicamento que se encontrarán con fecha vigente y mucho menos de fechas similares a las que estaban escribiendo en las onzas que iban a ser despachadas, razón por la cual pusimos en conocimiento a la Procuraduría General de la Nación, para que investigue un posible delito contra la salud pública.

RESOLUCIONES DE ASIGNACIÓN DE FONDOS A LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES PARA LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS EDUCATIVOS.

En cumplimiento del artículo 109 de la Ley 45, el cual consiste en que “la Autoridad, además de las asignaciones correspondientes para cubrir el costo de sus campañas de divulgación a favor de los consumidores, incluirá, en calidad de transferencia a las asociaciones de consumidores debidamente constituidas y reconocidas por las entidades correspondientes una suma total que en ningún caso excederá el diez por ciento (10%) de su presupuesto de divulgación y publicidad”; de las siete (7) asociaciones de consumidores registradas ante la Autoridad, sólo tres (3) optaron por solicitar la transferencia de fondos para el financiamiento de la ejecución de sus proyectos educativos de divulgación durante el año fiscal 2013. Entre las asociaciones de consumidores solicitantes de las transferencias de fondos podemos mencionar: la **Unión Nacional de Consumidores y Usuarios (UNCUREPA)**, **Institutos de Derecho de los Consumidores (IPADECU)** y el **Instituto de Estudios y Defensa del Consumidor (INDECON)**, y una vez cumplida con la documentación requerida por la Autoridad, cada una recibió la suma de **OCHO MIL QUINIENTOS SETENTA Y UN BALBOAS CON 43/100 (B/.8,571.43)**.

Posterior a la primera asignación de fondos durante el año fiscal 2013, y en vista que ninguna otra asociación de consumidores además de las anteriormente descritas habían presentado solicitud de transferencia de fondos; las mismas solicitaron la transferencia del remanente del fondo de la partida destinada al apoyo de las asociaciones de consumidores para la ejecución de los proyectos educativos de divulgación en favor de los consumidores, consistiendo en la suma de **ONCE MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y UNO BALBOAS CON 19/100 (B/.11,431.19)**, para cada una haciendo un gran total de **TREINTA Y CUATRO MIL**

DOSCIENTOS NOVENTA Y TRES BALBOAS CON 57/100 (34,293.57), suma proveniente del diez por ciento (10%) del presupuesto de divulgación de la Autoridad la cual fue distribuida entre las tres asociaciones de consumidores solicitantes durante el periodo fiscal 2013.

PARTICIPACIÓN DE ASESORÍA LEGAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Oficina de Asesoría Legal durante el año ha tenido aproximadamente 40 participaciones tanto en medios de comunicación, tales como: el programa “Cuida Tu Bolsillo en el canal de televisión SERTV, el espacio “Defiende Tu Derecho” en Telemetro Canal 13, y en diversas emisoras de radio. Estas participaciones también incluyen las charlas que brindamos tanto internamente (inducciones), así como externas en Universidades, Instituto Conmemorativo Gorgas, Foro de Protección al Consumidor, Colegios, Gremios empresariales y asociaciones tanto empresariales como de consumidores.

CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL ABOGADO

El 9 de agosto de 2013, en conmemoración del “Día del Abogado”, la Oficina de Asesoría Legal agasajó a todos los profesionales del derecho que forman parte de la familia ACODECO, como todo los años, el evento estuvo acompañado de una charla de interés para estos profesionales que día a día realizan labores en pro de los consumidores.

En esta oportunidad, nos acompañó el Magistrado la Corte Suprema de Justicia Hartley J. Mitchel, quien nos contó varias anécdotas de su vida personal y profesional. Fue un placer para todos los asistentes compartir con tan distinguido jurista y llevarnos un poco de su experiencia y enseñanzas.

Magistrado Hartley J. Mitchel Invitado como Expositor para la Celebración del Día del Abogado



La Oficina de Asesoría Legal en Números.

NOVIEMBRE 2012 A OCTUBRE 2013

INFORMES	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTALES
Consultas Escritas	6	3	9	2	4	2	8	4	6	5	5	4	58
Consultas Telefónicas	20	25	11	8	6	12	16	18	21	14	17	15	183
Consultas vía e-mail	6	8	7	3	5	4	2	X	4	3	8	6	56
Consultas Personales	9	11	5	3	6	3	4	7	9	11	6	10	84
Contratos	X	X	13	2	4	2	X	X	X	1	X	3	25
Adendas	1	X	X	X	X	1	X	X	X	X	X	1	3
Informe de Conducta	X	X	X	X	1	X	X	X	1	X	X	3	5
Denuncias Ante el Ministerio Público	X	X	X	X	3	X	X	X	X	X	X	7	10
Exp. Defensoría de Oficio	14	17	4	2	12	8	16	5	11	12	11	15	127

B. SECRETARÍA GENERAL

Tiene como objetivo principal colaborar con las principales Autoridades Institucionales en la coordinación, seguimiento y evaluación de los asuntos técnicos, administrativos y programáticos que formen parte de los objetivos de la ACODECO.

- Confeccionar con la colaboración de los Directores y Jefes de Departamentos informes que sean requeridos por el Administrador.
- Mantener y facilitar las relaciones de tipo interno y externo que sean necesarias para la buena marcha de la ACODECO.
- Ordenar y aprobar el Plan de Divulgación y Publicidad de la ACODECO.
- Mantener el registro actualizado de todos los edictos que se han firmado en la unidad.
- Firmar y autenticar aquellos documentos y circulares que sean autorizados por el Administrador y/o relacionados con el manejo administrativo de la Institución.
- Manejo de toda la correspondencia dirigida a Secretaría General y al Administrador de la Autoridad, ya sea de fuente interna o externa.
- Refrendar las Resoluciones de Primera y Segunda Instancia que se expiden en la Institución.
- La Secretaría General desarrolla sus objetivos y funciones a través de tareas estrechamente coordinadas entre cada uno de los funcionarios que la componen.

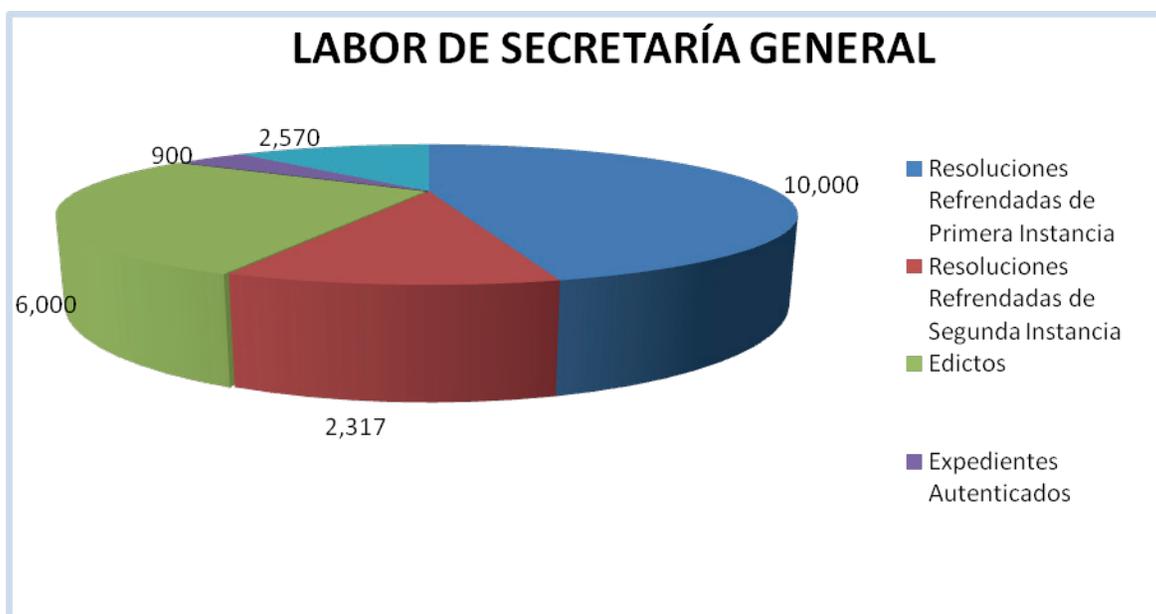
La Secretaría General actualmente está integrada por María Adan, Secretaria General, Enrique A. Jaén Solís Asistente, Dayana De La Cruz y Anabella Sánchez secretarías de la unidad; y Luz de Marquinez mensajera interna. Sus funciones como Secretaría General implican autenticar toda la documentación de la entidad.

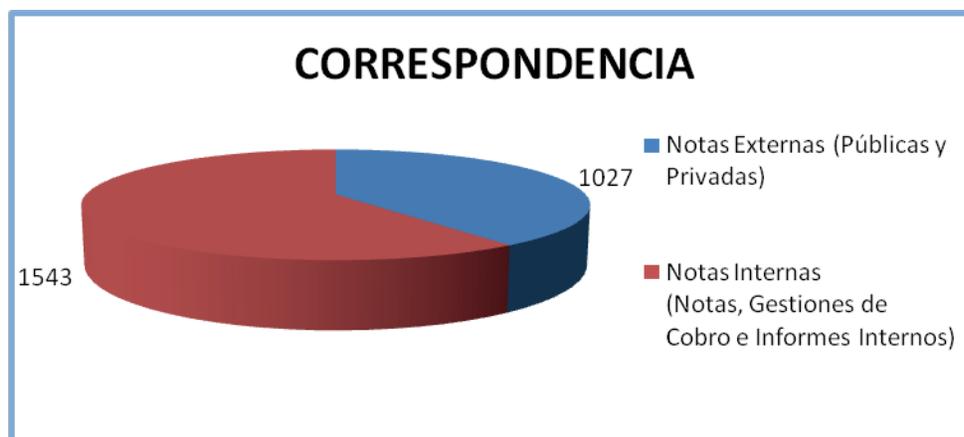
Nuestra meta fundamental es mantener buenas relaciones laborales con todos los niveles jerárquicos de la Institución, para llegar de forma eficaz al cumplimiento de las metas y objetivos propuestos por el Administrador, entendiendo que todos formamos una sola Autoridad que tiene como norte, preservar el interés superior del consumidor.

La Secretaría General en Cifras

Anualmente son refrendadas una cantidad de 10,000 resoluciones, unos seis mil edictos y se autentican una cifra superior a los 900 expedientes. Todo esto sumado a la labor de recepción y distribución de la correspondencia dirigida al Administrador, proveniente de otras instituciones gubernamentales y entes privados. Se recibieron 1,027 Notas Externas provenientes de instituciones tanto Públicas como Privadas, y 1,543 Notas Internas referente a Gestiones de Cobro, Informes entre otras.

GRÁFICAS





C. JUZGADO EJECUTOR

El Juzgado Ejecutor de la ACODECO está encargado de ejercer la jurisdicción coactiva, sobre las multas impuestas a los agentes económicos que han incurrido en violaciones a las normas de libre competencia y / o de protección al consumidor, que no hayan sido canceladas dentro del término de diez días hábiles, contados a partir de la ejecutoria de la resolución que impuso la multa o la sanción correspondiente

BASE LEGAL

El Juzgado Ejecutor fue creado como parte de las estructuras organizacionales necesarias para que la ACODECO ejerza el cobro coactivo de las multas o sanciones impuestas a los agentes económicos y su fundamento legal se encuentra en la Ley 45, Artículo 86, numeral 17 y Artículo 107.

Para el mes de marzo del 2013, se dio inicio a la implementación del Sistema de Gestión de Calidad (ISO) en el Juzgado Ejecutor, logrando la Certificación ISO 9001: 2008.

Se realizó gira a nivel nacional para analizar y evaluar el estado de los expedientes del Juzgado Ejecutor, para contrastar la información existente, actualizar al personal de las regionales con relación al uso de los nuevos formatos, compatible con el Sistema de Gestión de Calidad.

Nuestro personal, adicional a sus funciones cotidianas ha colaborado en diversas actividades de las cuales han sido partícipes con las diferentes Direcciones de la ACODECO, convivio, actividades sociales, programas institucionales “ACODECO en tu Comunidad”, Grupo de Maniobra, caminatas, asistencias a programas radiales, eventos de espectáculos, etc.

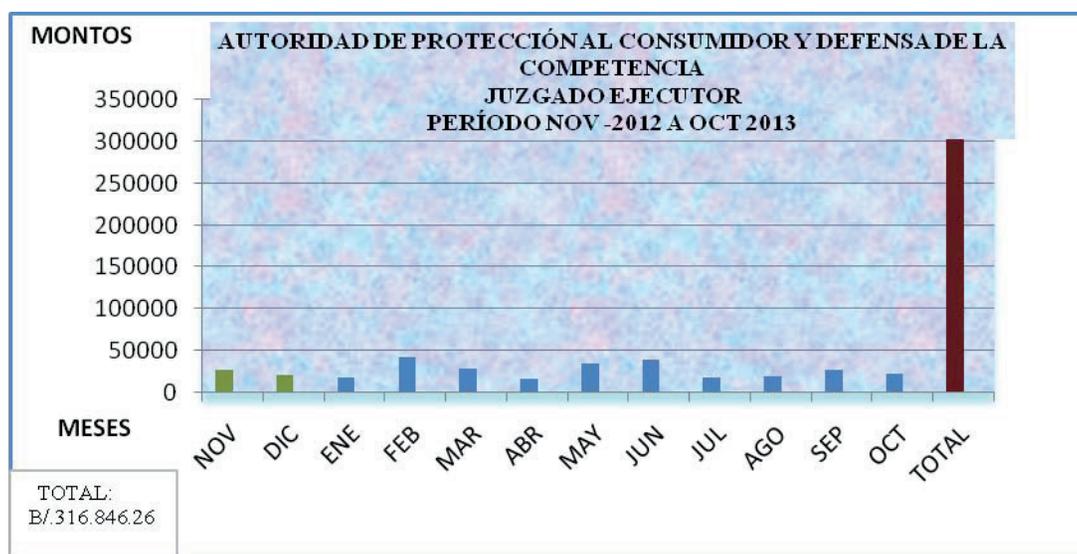
Durante el año 2013, el equipo del Juzgado Ejecutor, con mucha dedicación, compromiso, armonía y vocación de servicio, ha contribuido con el logro de los principales objetivos institucionales, procurando aumentar la eficiencia en el desempeño de sus labores, implementando las directrices emanadas del Administrador General y cumpliendo nuestra

misión, que es la de velar por el bienestar del país y defender los derechos de los consumidores, así como también la de fomentar una cultura económica, basada en la Institucionalidad, Equidad y Transparencia, y el marco de la Política de Calidad diseñada por la alta dirección.

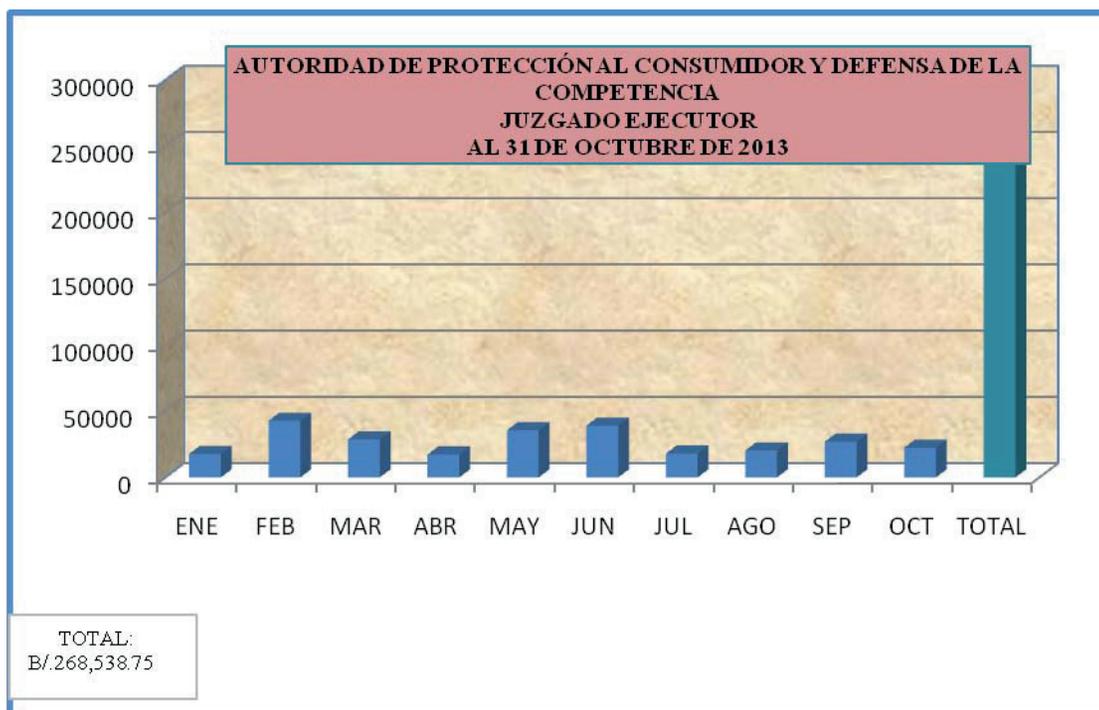
Logros más significativos del Juzgado Ejecutor en el año 2013.

En el período del mes de noviembre del 2012, al mes de octubre del 2013, se ha recaudado la suma de **TRESCIENTOS DIECISÉIS MIL OCHOCIENTOS CUARENTA Y SEIS BALBOAS CON 26/100 (B/.316,846.26)**.

AÑO-2012		AÑO-2013										TOTAL
NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	
27,311.21	20,996.30	17,695.48	42,716.59	28,655.06	17,240.54	35,539.96	39,113.09	17,951.73	20,319.02	26,907.30	22,399.98	316,846.26



AÑO-2013										
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	TOTAL
17,695.48	42,716.59	28,655.06	17,240.54	35,539.96	39,113.09	17,951.73	20,319.02	26,907.30	22,399.98	268,538.75



AUDITORÍA DE EXPEDIENTES A NIVEL NACIONAL





D. UNIDAD DE INFORMÁTICA

Unidad de Informática:

La unidad de Informática, dentro del organigrama de la ACODECO es de un nivel de apoyo, y está bajo el mando directo del Administrador General.

Algunas de las funciones de la Unidad de Informática son:

Brindar al Administrador General, y a los directivos de la ACODECO el apoyo que requieran en materia de procedimientos automáticos de datos en general, con el fin de mejorar la calidad y el flujo expedito de información para la toma de decisiones técnicas y administrativas.

Determinar y desarrollar sistemas de información desde una perspectiva integral, asegurando la disponibilidad y optimización de los recursos necesarios, además de la calidad de la información para la toma de decisiones.

Proponer y dar seguimiento al servicio de soporte técnico, sistemas y equipos que se utilicen en la institución.

Asesorar a las unidades administrativas y técnicas y a sus funcionarios, sobre aspectos técnicos y económicos en cuanto a la adquisición de equipos y elaboración de estudios de factibilidad, tanto en hardware como en software y en la evaluación de contratos de bienes y servicios.

Durante el año 2013, se realizaron inversiones en tecnología de informática, comunicaciones y otros en la ACODECO. Por un monto de **B/.80,264.50**, esta inversión se utilizó para:

A nivel de la Oficina Central

Mantenimiento de la red de Informática de la ACODECO, asegurando una mejor comunicación a nivel interno.

Inversiones en equipos informáticos, programas en todas las oficinas administrativas y técnicas:

- Computadoras
- Baterías de seguridad (UPS)
- Impresoras láser a colores
- Compra de herramientas para taller de Informática
- Programas en general

- Renovación de licencias
- Compra de antivirus

Apoyo técnico y de programación en el desarrollo de la base de datos para las siguientes unidades de la ACODECO:

- Administraciones Regionales
- Depto. de Conciliación
- Depto. de Decisiones
- Depto. de Defensoría de Oficio
- Depto. de Verificación
- Depto. de Investigaciones del Consumidor
- DIPREV
- Unidad de Acodeco en Tu Comunidad

A Nivel Nacional

Mantenimiento de los equipos informáticos en las 10 Administraciones Regionales de la ACODECO.

Participación en congresos y eventos organizados por la ACODECO, brindando apoyo en la instalación de equipos informáticos y soporte técnico.

Actualización diaria, mantenimiento y diseño de la página web de la ACODECO.

En el 2013 se crearon nuevos botones de acceso y aplicaciones en nuestra página web.

El botón de la canasta Básica de medicamentos (CABAMED); en este botón se podrán encontrar; formularios, tips, resoluciones, entre otros.

También se creó un botón sobre los ajustes de viviendas, el mismo contiene las notas de respuestas a consumidores.



www.acodeco.gob.pa

E. RELACIONES PÚBLICAS

La Oficina Institucional de Relaciones Públicas (OIRP) en base a las prioridades institucionales en materia de información y divulgación, desarrolló su labor en todo el territorio nacional con el apoyo de diferentes medios de comunicación social y de las agencias regionales de la ACODECO.

Se mantuvo al aire los espacios fijos televisivos: tanto en el Sistema Estatal de Radio y Televisión (SERTV) que transmite el programa educativo Cuida Tu Bolsillo, incrementando a 242 ediciones, donde fueron recibidas 1,166 llamadas, referentes a consultas y denuncias de los consumidores, mismas que fueron atendidas y contestadas a través de los programas.



Defiende Tu Derecho, los martes y jueves en el noticiero matutino de Telemetro Reporta, logrando 99 participaciones, desarrollando temas de actualidad y de interés para toda la población e incluso, con retransmisión en los noticieros edición mediodía y estelares. De igual forma, se registraron 47 participaciones en “Buenos Días” (TVN), 9 intervenciones en “Tu Mañana” (Telemetro Reporta).



Se adicionó a este esfuerzo, el programa revista “Bellas y Armadas” que se transmite a través de la pantalla de NEXTV, Canal 21. También, durante este período se realizaron 6 sketch transmitidos por el programa “La Cáscara” en TVN.

Se exaltaron los operativos especiales de ACODECO, entre las que sobresalen operativos especiales de verificación, Foro de Prevención y Lucha Contra la Corrupción y la Colusión en los Procesos de Compras Públicas, Tercer Foro Nacional de Competencia, y el International Consumer Protection Enforcement, entre otras actividades de relevancia, que ocuparon

espacios informativos en todos los medios de comunicación social escritos, televisivos y virtuales.

A través de su sección de edición audiovisual, se han producido diversos materiales sobre la labor que realiza ACODECO. En su canal de “You Tube”, “ACODECOVIDEOS”, se subieron 110 videos documentales. También se apoyó en la grabación de perifoneo, para las vistas comunitarias de Acodeco En Tu Comunidad. Adicional a esto, el equipo de edición creó 20 documentales, sobre diferentes temas de consumo y protección al consumidor, para ser transmitidos en el programa Cuida Tu Bolsillo.

Continuando con participación activa de los voceros institucionales, se logró la participación en 2,141 programas noticiosos y de comentarios, así como revistas informativas y de televisión. En la mayoría de las participaciones mediáticas se contó con la intervención del Administrador de la ACODECO, Lic. Pedro Meilán.

La Oficina Institucional de Relaciones Públicas, publicó y distribuyó 20 ediciones del boletín interno informativo HOLA ACODECO. Este medio interno facilita la información de actividades de todas las unidades de la institución, así como las principales experiencias de los colaboradores de la ACODECO.

En lo referente a cobertura periodística de actividades, se elaboraron 153 notas de prensa, destacando temas como atención de quejas por más de 55 millones, operativos especiales de Cuaresma y Semana Santa, Navidad, inicio del año lectivo, entre otros. Se participó en la cobertura filmica y fotográfica de 22 operativos de verificación y 82 actividades diversas.

En las publicaciones en los medios impresos se dio prioridad a las variaciones de precios de la Canasta Básica del Ahorro (52 publicaciones); Requerimiento de Información sobre Tarjetas de Crédito y Financiamiento (7); Acodeco en Tu Comunidad (2); Estudio Comparativo de Tarjetas de Créditos y Financiamiento (5); Recomendaciones Navideñas (12); Avances de Operativos Navideño (8); Resultados de Operativos (3); Día mundial de los Derechos del Consumidor (2); y Día del Jubilado y Pensionado (2).

En la actualidad, la institución cuenta con un equipo de 92 voceros institucionales, a nivel nacional, que tienen la labor de informar y divulgar las principales acciones institucionales en los medios de comunicación social. Con este propósito, se creó la Unidad de Vocería de la Oficina de Relaciones Públicas que tiene la responsabilidad y gestión operativa de los voceros de ACODECO.

Además, con el fin de mantener informada a todas las organizaciones internacionales similares a la ACODECO, mensualmente se reportan dos notas de prensa institucionales a las páginas web del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC) y al Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO). Igualmente, semanalmente se mantiene actualizada la sección de noticias de la página web de la ACODECO.

En cuanto a las redes sociales, la página de facebook Acodeco Protege, llegó al límite de su capacidad y se creó Acodeco Resuelve en Facebook, que mantiene comunicación permanente con los seguidores de la entidad y que publica regularmente las verificaciones de denuncias, contesta interrogantes y publica las diversas actividades que desarrolla la institución tanto a nivel interno como externo, logrando en el segundo trimestre del año 2013 un alcance de 48,226 personas que habían visto las diversas informaciones publicadas.



F. OFICINA INSTITUCIONAL DE RECURSOS HUMANOS

CAPACITACIÓN

En el sistema de Capacitación, durante el período que comprende de noviembre de 2012 a octubre de 2013, se han beneficiado 144 funcionarios, los que en 579 horas de capacitación han recibido información relacionadas con la Seguridad Institucional y Familiar, al igual que aspectos relacionados a la Salud General y sobre la Discapacidad especialmente el Autismo. Otra de las aéreas tratadas fue la relacionada a la Asesoría Financiera, Trabajo en Equipo y Servicio al Cliente.

BIENESTAR LABORAL

En relación a este aspecto se han desarrollado con el apoyo de la Caja del Seguro Social, ANCEC y SINAPROC y SENADIS, una serie de actividades tendientes a mejorar el estado de los funcionarios, mediante acciones de salud, social y familiar; tal es el caso de las jornadas médicas en la que se han brindado aproximadamente 467 asistencia al personal, en especialidades que van desde la Fonoaudiología a la Psiquiatría, inclusive Nutrición y Farmacia con 330 asistencia.

JORNADA DE VACUNACIÓN



En este mismo aspecto se realizaron actividades encaminadas a lograr sus objetivos, como es el caso de la Semana de la Secretaria, Día de la Madre, y la Campaña de la Cinta Rosada. En relación a esta última actividad, se dictaron charlas sobre el tema y se participó en la camita de la Cinta Costera.

Se prestaron los servicios de toma de presión arterial, así como el del Botiquín de medicamentos de urgencia.

HOMENAJE A LAS SECRETARIAS, JEFAS Y JEFES EN SU DÍA



CAMPAÑA DE LA CINTA ROSADA “Celebremos la vida hazte tu examen a tiempo”



AGASAJO A LAS MADRES EN SU DÍA, 8 DE DICIEMBRE DE 2012



Otro aspecto importante a resaltar, lo representa el reconocimiento hecho por la Administración el 29 de octubre de 2013, al desaparecido ex compañero José Ángel “chino” Montero, identificando al salón de reuniones del Despacho Superior con su nombre; por la trayectoria laboral caracterizada por la dedicación, solidaridad y eficiente desempeño laboral en pro de los consumidores.



ÁREA TÉCNICA

En esta sección es importante señalar que la OIRH, desde el punto de vista de la Gestión de Recursos Humanos, le ha dedicado tiempo y recurso al fortalecimiento de los programas de Inducción y Evaluación de Desempeño, subsistemas que están contemplados en la ficha de proceso, para la certificación ISO 9001- 2008.

VARIOS

Como punto concluyente del informe de la OIRH, se ha considerado presentar el siguiente cuadro, el cual recoge el comportamiento de la Estructura de Personal de la ACODECO desde su creación hasta la fecha:

Periodo	Permanente	Transitorio	Total
2006	238	12	250
2007	353	31	384
2008	361	109	470
2009	363	125	480
2010	471	106	577
2011	470	110	580
2012	476	121	597
2013	466	104	570

G. DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

La Dirección de Administración y Finanzas tiene como meta utilizar los recursos financieros del estado de forma razonable mediante una administración eficaz de la actividad financiera, contable y presupuestaria, por el cual se trabajó durante todo el año en la distribución, mensualización y ejecución del presupuesto anual de la institución.

El personal de la Dirección de Administración y Finanzas asistió a los diferentes seminarios y capacitaciones organizados por las instituciones públicas tales, como el MEF, Contraloría General de la República y Presidencia de la República entre otros.

La Dirección de Administración y Finanzas ha participado en actividades de la Institución a nivel nacional, especialmente en las caminatas de Acodeco en Tu Comunidad y volanteos, en las principales Ferias a nivel nacional, en regiones como Boquete, Tanara, Azuero, Soná, promocionando nuestros servicios y capacitando a los visitantes.

Se apoyó en el taller de Cultura Organizacional efectuado en el Parque Omar, donde se logró que participaran todos los funcionarios de la institución.

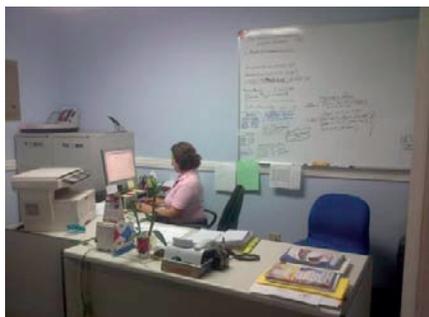
También formamos parte de la logística en actividades como la celebración del Día de la Madre, Semana de la Secretaria, Jumbos Ferias, la Feria del Niño y la Niña y la Caminata de la Cinta Rosada que tuvo lugar en la Cinta Costera y en la Conferencia Anual del ICPEN (International Consumer Protection Enforcement Network).

1. DEPARTAMENTO DE ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

El Departamento de Archivo y Correspondencia con el fin de cumplir con el objetivo de apoyar a las distintas unidades administrativas que conforman la ACODECO, para este año 2013, dio soporte logístico de mensajería interna y externa, custodia de archivos de los distintos departamentos en especial de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor dentro de las cuales se archivan expedientes con estatus de cerrados, desestimados, cancelados entre otros. En este sentido, archivamos los expedientes por orden de llegada con

su identificación respectiva según memorando. En la actualidad contamos con personal dedicado a la tarea de mensajería interna y externa apoyados con la Unidad de Transporte y Servicios Generales respectivamente, se han trasladado cajas bien documentadas a los depósitos y hemos logrado organizar las cajas por sección según el departamento, la cual nos hace responder a las solicitudes de algún documento solicitado por parte del departamento de forma más fácil, rápido y cómoda.

Se ha formalizado a nivel del departamento un patrón para la recepción de las cajas de los diferentes departamentos que soliciten custodia en la unidad de archivo.



2. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Colaboradores del Departamento:

Nuestro Departamento está conformado por: Licda. Yadira E. Baloy, Jefa del Departamento, Rufina Delgado, Diana Domínguez, Jeritza López y Misael Cisneros.

El Departamento de Contabilidad se encarga de:

Operar sistemáticamente las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar con exactitud y seguridad en la captación, registro de las operaciones financieras, presupuestarias y de consecución de metas de la entidad. Así mismo coadyuva con el control de gestiones y cuidando que dichas contabilizaciones se realicen con documentos originales comprobatorios y justificativos; vigilando las leyes, normas y reglamentos aplicables a la Institución.

Otras Actividades:

Nuestro Departamento ha participado en diferentes actividades como charlas, seminarios entre otras, las cuales detallamos a continuación:

Nombre de la Actividad	Fecha	Participantes
Taller de Cultura Organizacional	13-Ene	Todo el Departamento
Reunión de Manual De Consultoría	13-May	Yadira Baloy
Primeros Auxilios	13-May	Jeritza López
Taller de Elaboración de Planillas	13-Jul	Misael Cisneros, Rufina Delgado, Jeritza López y Diana Domínguez
Curso de Contabilidad Gubernamental y Activos Fijos	Julio y agosto -13	Yadira Baloy, Diana Domínguez, Misael Cisneros y Jeritza Lopez
Reunión de Cierre Fiscal 2013 y Caminata de la Cinta Rosada	13-Oct	Yadira Baloy y Todo el Departamento

3. UNIDAD DE ALMACÉN

La Unidad de Almacén con el fin de cumplir con el objetivo de apoyar a las distintas Unidades Administrativas que conforman la ACODECO, para este año 2013, abasteció a las diferentes Direcciones, Departamentos y Oficinas Regionales de materiales e insumos que son indispensables para realizar sus labores diarias.

Todos los bienes que adquiere la ACODECO deben ingresar a través del Almacén, aun cuando la naturaleza física de los mismos requiera su ubicación directa en el lugar o dependencia que los solicita, así se mantendrá un inventario efectivo de los bienes adquiridos.

La Unidad de Almacén tiene como fin el abastecimiento y la verificación periódica de los bienes, con el objeto de establecer si son utilizados para los fines que fueron adquiridos y se encuentran en condiciones adecuadas para su uso y que no signifique riesgo de deterioro o despilfarro.



Los logros que se obtuvieron este año fueron:

- Mantener el inventario al día.
- La adquisición de nuevos insumos que necesitan las Unidades Administrativas.
- Lograr un eficiente trabajo en equipo.
- Mantener un buen desempeño y satisfacción en cuanto a los despachos de almacén que salen a diario, para este año salieron aproximadamente más de 1,900, entre las Direcciones, Regionales y diferentes Departamentos.
- Una buena organización en cuanto a las requisiciones para que lleguen en el momento indicado y así no desabastecemos.

Lo más importante de la Unidad de Almacén, es tener un buen equipo de trabajo, donde haya un gran ambiente laboral y se maneje de manera eficiente y coordinada, sólo trabajando en equipo se logra que esta Unidad realice su trabajo con eficiencia.

4. DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES

Algunos de los logros alcanzados por el Departamento de Servicios Generales en el período que comprende de Noviembre de 2012 hasta Octubre de 2013 comenzó con la adecuación del Stand para la Feria de Boquete en la Provincia de Chiriquí con la pintura y total y adecuación del mismo, siguiendo con la mudanza de la Oficina Regional de Bocas del Toro hacia un local nuevo y más espacioso con el traslado y reestructuración del nuevo local en cuanto a plomería, electricidad, albañilería, pintura y armar todos los muebles y trasladar todo los mobiliarios de la Oficina Regional.

De igual manera se colocaron dos fuentes de agua en el comedor de planta baja y en el Departamento de Investigación de la Competencia; se pintaron los comedores y áreas comunes de la Institución, se le hizo un cambio total en la pintura en el área de Atención al Consumidor, se implementaron y colocaron calcomanías donde se encuentran los extintores por Departamento y también se participó de la jornada de limpieza profunda y pintura en todas las Oficinas Regionales con la coordinación de la Dirección de Administración y Finanzas.

Se les brindo apoyo a la Unidad de Almacén con traslado de mercancía, al Departamento de Educación con el traslado de cajas, con la instalación y desmonte de toldas en todas las actividades educativas e institucionales, de igual forma se le brindó apoyo en los operativos navideños.

Reparación de mobiliarios y activos fijos de la institución y con el mantenimiento preventivo de diferentes áreas.



5. UNIDAD DE SEGURIDAD

Dentro de los logros más importantes obtenidos durante el año 2013, en la Unidad de Seguridad podemos señalar lo siguiente:

- Se brindó los servicios de protección y seguridad institucional, tanto a los Directivos, Personal y Público que ingresa a las áreas de labores, así como a los bienes e instalaciones físicas de la Institución.

- Se ha logrado cumplir con las normas generales básicas de seguridad física institucional (revisión de extintores de incendios, apagar aires acondicionados, luces, revisión de flota vehicular, custodia de llaves de las oficinas y flota vehicular entre otros).
- Se llevó registro y controles de entrada y salida del personal y público en general que acuden diariamente a las oficinas, así como de los vehículos que utilizan las áreas de estacionamiento de la ACODECO.
- Se logró la compra de lámpara de emergencia recargable. Ya fueron instaladas tanto en el pasillo de la planta alta como en la planta baja.
- Se logró la adquisición de cámaras de vigilancia que fueron instaladas en todas las aéreas de la Institución de igual manera contamos con cinco nuevos radios troncales que fueron proporcionados a Transporte y Servicios Generales para su uso diario.
- Se nos proporcionó una nueva fotocopiadora al Departamento.
- Contamos con dos nuevas unidades la secretaria del Departamento Milena Herrera y la unidad de seguridad Jorge Herazo.
- Se instalaron nuevas alarmas en las aéreas sensitivas en la planta bajas.

6. UNIDAD DE TRANSPORTE

Elementos Estratégicos Destacados

Este año hemos logrado con éxito la Certificación en el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008, esta Unidad puso en práctica lo que se conoce como Círculo de Deming, (PDCA) Plan, Do, Check, Act (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

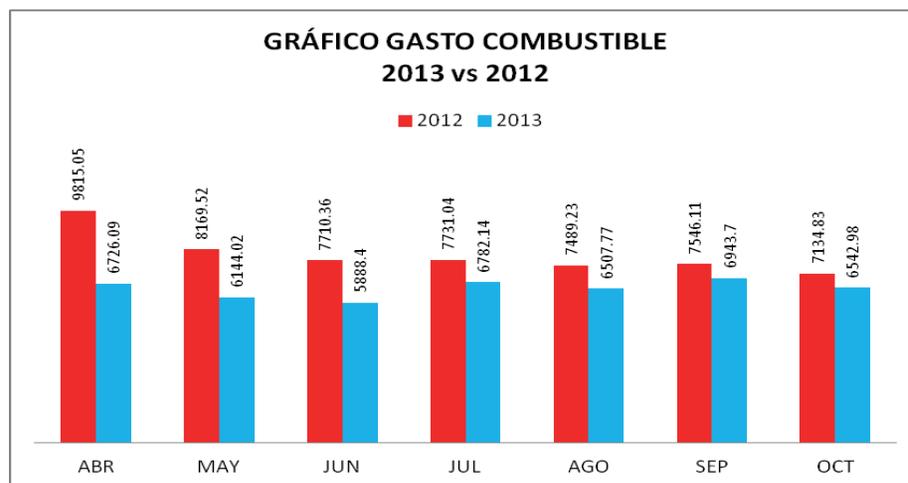
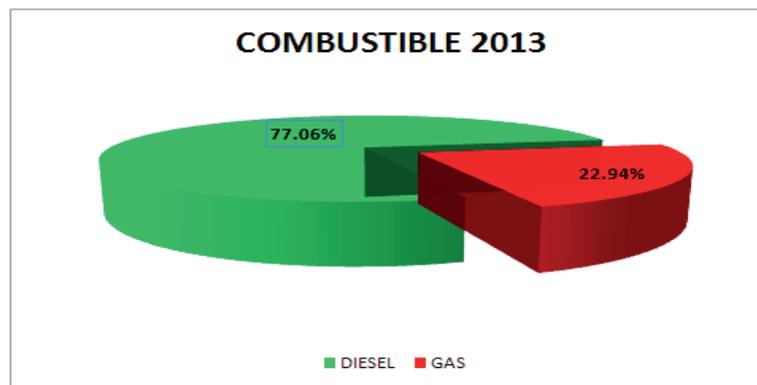
Estos cuatro pasos de la estrategia, dieron como resultado que la implementación de este ciclo haya permitido a los usuarios una mejora integral en el servicio, y a la Institución una mejora en la reduciendo los costos, optimizando la productividad de estos activos con que se cuentan.

Elementos Financieros Destacados

Es importante destacar la reducción del gasto de combustible comparado con el año 2012, logrando ahorros beneficiosos para el Estado. Este esfuerzo se debe en parte a que los vehículos son utilizados de manera eficiente y únicamente para los fines propios de la Institución, podemos agregar que el proporcionarle un adecuado mantenimiento en tiempo oportuno a los vehículos conlleva en efecto a una disminución del consumo de combustible.

En promedio el gasto de abril a octubre en el 2012 fue de B/. 7,942.31, en tanto que para el 2013 es de B/.6,505.0, para esos mismos meses, obteniendo un ahorro del 18.10%.

MESES	2012	2013
	B/.	B/.
Abril	9815.05	6726.09
Mayo	8169.52	6144.02
Junio	7710.36	5888.4
Julio	7731.04	6782.14
Agosto	7489.23	6507.77
Septiembre	7546.11	6943.7
Octubre	7134.83	6542.98
PROMEDIO	7942.31	6505.01



Aspectos Operativos Destacados

Cabe resaltar que en tiempo oportuno, toda la flota de la institución obtiene sus placas y revisados oficiales, lo que le permite cumplir con los requisitos obligatorios dados por la Contraloría General de la República. Esto le permite, a la Institución, circular sin contratiempos de este tipo, ante cualquier operativo que de este ente fiscalizador.

Resumen de Actividades

La Unidad de Transporte, queda certificado en ISO 9001:2008 en su gestión de calidad como unidad de apoyo, cuenta con 63 vehículos, tres más que se adquirieron, para complementar la labor que demanda esta Institución. El índice de eficiencia en el servicio que brinda mantiene las expectativas, es decir cumplimos con más del 90% de las misiones encomendadas por quienes requieren ser transportados.

La operatividad de las unidades de transporte se mantiene arriba del 99% gracias al programa de mantenimiento preventivo que se le lleva a cada uno de los vehículos de la Institución.

Todos los vehículos llevan un registro documentado diariamente de a donde se dirigen y el objetivo de la misión, así como el registro diario del kilometraje recorrido.

7. UNIDAD DE REPRODUCCIÓN Y FOTOCOPIADO

Durante el año 2013, se dio asistencia a todos los departamentos de la Institución; en lo referente a copias, encuadernado, plastificaciones, letreros, afiches y folletos. De todos los Departamentos la Asistencia más significativa se otorgó al Departamento de Acodeco en Tu Comunidad, en lo que fue tirajes de folletos, volantes, encuestas, calcomanías, volantes de la Ley 6a, carta dirigida por el Lcdo. Pedro M. Meilán. El Departamento de Educación en folletos y volantes para ser distribuidos a todas las oficinas regionales tales como: Folletos de Derechos del Consumidor, Folletos de Deberes del Consumidor, Folletos de Controle sus Gastos, Folleto de Quejas y Denuncias, Recomendaciones para Adquisición de Vivienda, Cómo Ahorrar Energía, Adquisición de Autos, Orientación Historial de Crédito, Folletos de Ley 6, Folletos de Consumidores Vigilantes, Volante de Consumo Saludable, Volante de Proveedor Exitoso, Libros de Colorear de Vigilín, Volantes de Peso del Pan, Encuestas de Precios e impresiones de pruebas para los artes de los artículos promocionales que se confeccionan fuera de la institución.

En cuanto a soporte se refiere, se realizó instalación de driver de impresora, escáner y configuración de IP, se les brindó capacitación y recomendaciones en el manejo de los mismos; estos soportes fueron realizados en los siguientes puntos: Despacho Superior, Dirección Nacional de Protección al Consumidor, Secretaría General, Departamento de Tesorería, Departamento de Presupuesto, Oficina Institucional de Recursos Humanos, Departamento de Investigaciones, Departamento de Decisiones de Quejas, Departamento de Conciliación, Departamento de Defensoría de Oficio, Unidad Reproducción y las Oficinas Regionales, excepto la de Darién.

Participación en el taller de ICPEN, llevado a cabo en el Hotel Megapolis; durante nuestra participación se confeccionaron diedros personalizados, agendas, totems, listas de participantes, impresiones de invitaciones, impresiones de sobres y foto previos al evento.

Participamos en el evento de los jubilados que se llevó a cabo en el Gimnasio Yuyín Luzcando, elaboramos librito de Ley 6a, confección de abanicos, invitaciones, stickers personalizados para suéter, se confeccionó arte para banners y se brindó apoyo previo al

evento. Se confeccionó directorio de los Departamentos hechos en acrílico, colocamos las calcomanías nueva a todos los vehículos de la institución a nivel regional y en la sede central.

Presentamos cuadro comparativo de los equipos de fotocopiado Bizhub 350, full color y duplicador desde Enero hasta Septiembre de 2013.

AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
REPRODUCCIÓN Y FOTOCOPIADOS
CUADRO COMPARATIVO DESDE ENERO HASTA DICIEMBRE DE 2013
Fotocopiadoras de la ACODECO

Regionales

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Coolé 4332362	4,613	3,931	5,071	6,996	6,230	5,191	5,538	7,361	3,459				48,360
Los Santos 4333177	4,318	3,618	4,278	5,492	2,465	5,741	3,927	3,990	4,897				38,726
Veraguas 4339609	5,828	5,057	6,320	7,589	7,788	6,276	10,425	7,191	6,169				62,643
Herrera 4339866	4,252	3,426	4,093	5,591	5,780	7,407	9,143	8,425	6,006				54,133
Colón 4332868	3,956	4,504	3,328	5,702	3,744	7,284	9,150	5,026	3,006				45,702
Chiriquí 4337165	7,480	7,048	8,654	9,763	8,637	9,371	8,484	10,177	11,891				81,305
Bocas del Toro 423179	3,713	3,135	4,569	4,329	4,100	6,391	5,836	4,714	4,860				41,647
Pmá. Oeste 4337830	2,077	5,309	1,153	5,214	4,337	5,372	7,362	5,977	4,378				41,179
Pmá. Este 4339862	4,051	5,849	5,835	6,011	7,161	4,299	7,186	4,817	4,442				49,651
Total Global													463,346

Panamá Centro

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Tesorería 31138147	6,586	5,463	7,794	7,527	6,912	9,210	6,738	8,841	6,730				65,811
Reproducción 4334328	6,560	12,061	5,967	11,442	6,557	6,196	6,237	5,193	5,323				65,436
Verificación 4339416	7,602	6,336	8,573	8,682	8,329	7,910	9,396	10,101	10,179				77,106
Desp. Sup. 31106899	2,174	1,740	2,874	2,963	1,501	1,808	1,478	1,427	2,006				17,973
Conciliación 31138006	7,961	5,912	8,120	7,337	7,021	6,079	6,867	7,591	6,639				63,527
Investigación 4332487	11,133	12,832	10,558	13,167	13,463	9,340	16,067	13,962	11,176				111,728
Presupuesto 31138429	6,255	5,347	4,638	4,688	3,321	6,935	5,217	4,967	4,182				45,550
Rec. Humanos 4339179	8,483	6,217	4,737	5,825	7,830	5,830	6,508	7,727	8,370				61,527
Protoc consum 4330027	5,409	2,040	4,257	4,724	4,964	6,307	5,223	4,942	5,278				43,144
Defen. de oficio 4333006	2,666	2,899	2,981	3,078	3,455	3,373	4,317	4,007	5,301				31,877
Secrat. Central 31132817	2,858	3,462	2,544	2,994	3,034	2,994	2,825	2,140	2,525				25,376
Total Global													609,057

Full Color

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Color 4026010092832	10,159	5,711	5,753	8,818	4,040	3,507	5,216	8,790	6,760				58,754
Negro 4026010092832	2,429	3,639	4,220	6,076	1,126	4,648	1,551	1,178	1,601				26,468
Total Global													86,222

Compras

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Compras 847	0	0	0	0	0	3,201	3,550	3,798	3,456				14,005
Total Global													14,005

Duplicador

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Reproducción EZ-390	23,221	18,351	41,212	30,828	42,747	52,148	91,082	22,545	42,421				364,555
Total Global													364,555

8. DEPARTAMENTO DE TESORERÍA

El Departamento de Tesorería tiene entre sus diversas funciones, la realización de controles y custodia de los valores de la Institución, la confección de cheques a proveedores, ejerce una estricta supervisión de las transacciones desarrolladas en las Oficinas Regionales y la Sede Central; la cual se centra en un control férreo de los ingresos reportados versus el dinero depositado al banco, así como su documentación sustentante. Además de la tramitación de Cuentas por Pagar a proveedores tanto de servicios, como de bienes. La tramitación de gastos

y viáticos al personal de la Institución, son de vital importancia para llevar a cabo las constantes misiones de nuestros funcionarios a lo largo y ancho del país.

Todo lo anterior, está basado en los manuales elaborados por la Contraloría General de la República, y en concordancia con los procedimientos de las normas ISO 9001-2008, fundamentadas en la excelencia y calidad del servicio.

NOVIEMBRE 2012 A OCTUBRE 2013

Provincia	Nov-12	Dic-12	Ene-13	Feb-13	Mar-13	Abr-13	May-13	Jun-13	Jul-13	Ago-13	Sep-13	Oct-13	Total
Bocas del toro	3,145.00	2,075.00	2,150.00	735	2,131.25	6,926.50	2,965.00	6,910.00	5,835.00	4,700.00	2,860.00	10,446.00	50,878.75
Chiriquí	6,135.00	2,985.00	3,800.00	1,420.00	6,060.00	5,685.00	4,435.00	13,622.50	20,881.50	8,102.50	26,206.50	16,733.00	116,066.00
Darién	0.00	0.00	0.00	0.00	9,585.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2,562.50	3,702.50	15,850.00
Coclé	1,923.75	4,323.75	3,382.00	1,436.25	3,325.00	2,655.50	7,242.00	10,011.00	9,081.75	12,435.00	7,493.50	7,980.00	71,289.50
Colón	1,747.50	1,775.00	2,467.50	2,995.00	2,600.00	5,085.00	6,000.00	10,580.00	8,252.50	5,560.00	3,160.00	2,400.00	52,622.50
Herrera	1,537.50	1,060.75	1,015.50	2,834.00	2,163.50	4,177.42	6,107.50	6,597.50	7,076.00	7,868.50	3,209.75	3,938.00	47,585.92
Los Santos	1,118.75	1,310.00	1,211.50	769.5	1,703.65	2,517.50	3,081.25	2,945.00	1,798.75	1,655.00	816.25	5,365.00	24,292.15
Panamá	26,642.98	64,430.30	28,768.98	51,059.84	39,956.06	46,875.62	83,311.71	62,923.59	32,110.73	51,590.62	57,721.80	36,569.48	581,961.71
Panamá Oeste	2,525.00	2,975.00	1,300.00	3,560.00	1,510.00	2,806.00	2,644.25	16,457.50	14,011.00	4,952.40	5,896.00	6,242.00	64,879.15
Panamá Este	805	1,840.00	2,244.00	1,912.00	8,321.25	3,459.50	6,880.00	6,915.00	6,020.00	9,560.00	6,922.50	9,593.00	64,472.25
Veraguas	5,080.75	2,821.50	2,906.00	2,595.00	4,753.00	4,094.25	5,107.00	3,575.00	4,122.50	7,260.50	7,460.00	8,052.00	57,827.50
Total	50,661.23	85,596.30	49,245.48	69,316.59	82,108.71	84,282.29	127,773.71	140,537.09	109,189.73	113,684.52	124,308.80	111,020.98	1,147,725.43

MULTAS FEJUPEN

NOVIEMBRE 2012 A OCTUBRE 2013

PROVINCIAS	NOV	DIC	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	TOTAL
	2012	2012	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	
Panamá	1,475.00	1,150.00	1,050.00	525.00	630.00	1,070.00	1,100.00	2,550.00	2,800.00	2,750.00	1,350.00	2,150.00	18,600.00
Herrera	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	150.00
Los Santos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	50.00	50.00	0.00	50.00	200.00
Bocas del Toro	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	200.00	50.00	300.00	0.00	50.00	50.00	250.00	950.00
Veraguas	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	150.00	200.00	150.00	100.00	0.00	0.00	150.00	800.00
Colón	0.00	0.00	105.00	0.00	220.00	0.00	250.00	350.00	50.00	150.00	50.00	0.00	1,175.00
Coclé	0.00	0.00	0.00	50.00	300.00	0.00	700.00	600.00	150.00	450.00	150.00	50.00	2,450.00
Chiriquí	250.00	0.00	0.00	150.00	0.00	200.00	50.00	250.00	550.00	570.00	150.00	200.00	2,370.00
Panamá Oeste	250.00	0.00	900.00	300.00	50.00	0.00	200.00	255.00	250.00	100.00	450.00	500.00	3,255.00
Darién	0.00	0.00	0.00	0.00	250.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	275.00	525.00
Panamá Este	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	250.00	0.00	0.00	0.00	0.00	250.00
TOTAL	2,025.00	1,200.00	2,055.00	1,025.00	1,450.00	1,670.00	2,600.00	4,705.00	4,000.00	4,170.00	2,200.00	3,625.00	30,725.00

Las recaudaciones arriba detalladas, reflejan las multas cobradas en concepto de la Ley 6a del Fondo Especial de Jubilados y Pensionados (FEJUPEN) de la Caja del Seguro Social. Se puede apreciar con claridad, que la provincia de Panamá encabeza el rublo de cobranzas, obviamente por su densidad de población con el resto de las provincias del país.

De igual manera, Panamá Oeste, Coclé y la Provincia de Chiriquí tienen la mayor recaudación en concepto de multas impuestas a los Agentes Económicos en este rublo.

MULTAS DE NOVIEMBRE 2012 A OCTUBRE 2013

MES	2012	2013
Enero		49,245.48
Febrero		69,316.59
Marzo		82,108.71
Abril		84,282.29
Mayo		127,773.71
Junio		140,537.09
Julio		109,189.73
Agosto		113,684.52
Septiembre		124,308.80
Octubre		111,020.98
Noviembre	50,661.23	
Diciembre	85,596.30	
TOTAL	136,257.53	1,011,467.90

9. DEPARTAMENTO DE PRESUPUESTO

Presupuesto de Funcionamiento e Inversiones 2012-2013

(En Balboas)

TOTAL	Presupuesto 2012		Presupuesto 2013		
	Ley	Modificado	Solicitud	Recomendado	Modificado
TOTAL	9,400,000	10,238,816	16,033,760	10,167,700	10,456,600
Funcionamiento	9,304,500	10,143,316	13,983,640	10,167,700	10,449,820
Servicios Personales	6,402,700	6,385,419	6,969,040	6,868,560	6,718,617
Servicios No Personales	1,636,700	2,762,600	3,956,300	1,963,350	2,438,541
Materiales y Suministros	499,000	646,409	1,495,330	609,850	638,163
Maquinaria y Equipo	600,600	212,573	1,111,430	279,340	291,533
Transferencia Corrientes	145,500	125,815	431,540	431,600	355,466
Otras Asignaciones Globales	20,000	10,500	20,000	15,000	7,500
Inversión	95,500	95,500	2,050,120	0	6,780

Presupuesto Ley y Ejecución Presupuestaria 2006-2013

(En Balboas)

Año	Presupuesto Ley	Presupuesto Modificado	Presupuesto Ejecutado	% de Ejecución
2006	3,915,900	5,410,900	4,768,441	88.00%
2007	5,174,200	5,213,830	5,015,868	96.00%
2008	5,594,100	6,418,430	6,101,241	95.00%
2009	5,618,900	7,161,406	6,700,559	94.00%
2010	7,025,600	9,773,550	9,476,143	97.00%
2011	9,400,000	10,238,816	9,856,839	96.00%
2012	10,235,200	10,054,322	9,824,280	97.00%
2013	10,167,700	10,456,600	8,010,297	76.60%

* La ejecución del año 2013 es al 31 de octubre, faltan los meses de noviembre y diciembre

PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO E INVERSIÓN

Dentro del Presupuesto General del Estado para la vigencia fiscal de 2013, se le otorgó a la ACODECO, B/.10,167,700.00, cuyo destino y uso fue para los gastos de funcionamiento.

En el ejercicio de ejecución presupuestaria durante toda la vigencia fiscal de 2013, se modificó el presupuesto en primer lugar para trasladar al presupuesto de inversión la suma de B/.6,780.00, para cumplir con contrato del 2012 y que tiene duración hasta la vigencia 2014; en segundo lugar recibimos traslados interinstitucionales para reforzar el presupuesto de funcionamiento por B/.323,000.00; y en tercer lugar como parte del plan del gasto público se nos aplicó el recorte presupuestario por B/.34,100.00, siendo así que el Presupuesto de Funcionamiento se modificó a B/.10,449,820.00 y para el presupuesto de inversión quedó en B/.6,780.00.

Tenemos así que en función de nuestros recursos disponibles, se lograron resultados importantes desde el punto de vista administrativo entre las cuales destacamos los siguientes:

- a. Se logró adecuar el sistema informático con equipos adicionales y herramientas con tecnología de punta en el sistema de planilla.
- b. Se le dio un significativo respaldo a todas las actividades de divulgaciones, mediante el uso óptimo del equipo de reproducción.
- c. Se divulgó a través de los medios de comunicaciones, las distintas actividades que se realizaron, como los: boletines informativos, canasta básica alimenticia, precios de combustibles.
- d. La adquisición de equipo de transporte terrestre.

La ejecución presupuestaria hasta el mes de octubre se ha logrado el 76.6%, considerando que falta dos meses por ejecutar nuestro presupuesto.

10. DEPARTAMENTO DE COMPRA Y PROVEEDURÍAS

Fundamento Legal

Ley No. 22 de 27 de junio de 2006; y el Decreto Ejecutivo No. 366 de 28 de diciembre de 2006, donde se reglamentan y regulan las Contrataciones Públicas y dicta otras disposiciones.

Este Departamento realizó un total de 741 órdenes de compras de contrataciones de bienes y/o servicios, que comprende del 1 noviembre de 2012 al 30 de octubre de 2013.

Asistimos al Foro de Prevención y Lucha Contra la Corrupción y Colusión en las Contrataciones Públicas, al igual que a Expo Compras realizado en el Hotel Riu por la Dirección General de Contrataciones Públicas.

El personal del Departamento de Compras ha asistido a distintas capacitaciones como los son:

- ✓ Convenio Marco de Pasajes Aéreos
- ✓ Ley 22 y sus implementaciones
- ✓ Taller de Licitación Públicas
- ✓ Elaboración de Pliegos de Cargos
- ✓ Capacitación de Compras Menores
- ✓ Capacitación del Portal de Panamá Compras

El Departamento de Compras ha sido incluido para el proceso de certificación de la Norma ISO 9001:2008.

Las Contrataciones más sobresalientes son las siguientes:

DESCRIPCIÓN	MONTO
Diseño e Implementación de un sistema gerencial de Gestión y Estandarización de Procesos para siete (7) unidades organizaciones de ACODECO	B/. 159,500.62
Licitación Pública para la Adquisición de Pantalones de Damas y Caballeros para ser utilizado como Uniforme por el personal de la ACODECO	B/. 43,741.60
Licitación Pública para la Adquisición de Camisas de Damas y Caballeros para ser utilizado como Uniforme por el personal de la ACODECO	B/. 37,927.22
Servicio de Hotel para la instalación de la Conferencia Anual del ICPEN (International Consumer Protection Enforcement Network)	B/. 56,284.49
Consultoría para el Estudio, Diseño de un Laboratorio Metrológico Institucional de Investigación, Verificación, Calibración y su correspondiente acreditación bajo la Norma Internacional ISO IEC 17025:2005	B/. 403,032.42

11. DEPARTAMENTO DE BIENES PATRIMONIALES

Los Activos Fijos con que cuenta la Institución al 30 de septiembre de 2013, es por un valor de B/.5,371,685.90 lo que representa un incremento de 1.5% con respecto al año anterior.

Durante la presente gestión se ha realizado:

- Avalúo de 3 vehículos, dando como resultado 1 para trámite de subasta y 2 para retiro por chatarra.
- Acto de descarte de alrededor de 500 activos incluyendo los bienes de las diferentes Oficinas Regionales.
- Se llevó a cabo la actualización de los inventarios de los bienes de las diferentes Oficinas Regionales.

Las inversiones fueron por B/.202,586.35, resaltando el equipamiento de la flota vehicular, renovaciones de licencias y programas informáticos para estar a la vanguardia de la tecnología, así como las inversiones de apoyo logístico a los diferentes departamentos y unidades administrativas para brindar una mejor atención a los consumidores.





LÍNEA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR
130