

AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA
COMPETENCIA (ACODECO)
DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA
DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y ESTUDIOS DE MERCADO



EVALUACIÓN DEL PROGRAMA AGENTE ECONÓMICO RESPONSABLE (AER)
PERIODO: OCTUBRE DE 2015 a JUNIO DE 2016

Elaborado por: Omar Zambrano¹

Resumen: El programa AER es un proyecto reciente, diseñado y puesto en marcha por la ACODECO. Este documento evalúa su desempeño desde sus inicios, desde el punto de vista de su eficiencia, su promoción y la percepción post venta de los consumidores que han utilizado el programa y han llegado a acuerdos con la empresa. El programa AER ha mostrado ser positivo en términos de tiempo de respuesta y ser una opción directa viable para los consumidores. Se requiere de mayor planeación y coordinación institucional en la promoción del mismo.

Clasificación JEL: D18; M14; L14

Palabras clave: protección al consumidor; relaciones de transacción, cultura corporativa

¹ Economista del Departamento de Análisis y Estudios de Mercado. Agradezco a los departamentos de Investigación de la Competencia, Relaciones Públicas, Educación, Estadística y unidad AER, por la colaboración brindada. También se agradece a los colaboradores que apoyaron con la realización de la encuesta de nivel de satisfacción del cliente.

CONTENIDO	#
I. MARCO CONCEPTUAL DEL PROGRAMA AGENTE ECONÓMICO RESPONSABLE (AER)	3
II. EL PROGRAMA AER	4
MIDIENDO LA EFICIENCIA DEL PROGRAMA: TIEMPO DE RESPUESTA	4
La metodología	4
Las variables utilizadas	4
Los resultados	4
Conclusión	10
PROMOCIÓN DEL PROGRAMA AER	11
Sus inicios	11
El traspaso de la responsabilidad de divulgar e implementar el programa AER	11
Promoción realiza en medios de comunicación	11
Contenido de la presentación que utiliza ACODECO para capacitar a los agentes económicos interesados en afiliarse al programa AER.	12
Recomendaciones dirigidas a lograr mayor efectividad en la promoción del Programa AER	13
III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	14

I. MARCO CONCEPTUAL DEL PROGRAMA AGENTE ECONÓMICO RESPONSABLE (AER)

Conforme al planteamiento de Douglas Cecil North² (2005)³ las instituciones rigen la interacción humana proporcionando una estructura de incentivos que guían su comportamiento, por lo que bajo este contexto serán las instituciones y las características de su aplicación, que influirán en el desempeño adecuado de un mercado.

Las instituciones, entendidas como las reglas de juego, en general están conformadas por un conjunto de reglas formales adecuadas en términos de generar los incentivos para que se logren los objetivos pretendidos, un sistema que haga que esas reglas formales se cumplan y reglas no escritas pero conocidas por todos, denominadas reglas informales, las cuales, siguiendo a North son muy importantes.

La resolución N° A-090 de 28 de septiembre de 2015 por el cual se aprueba la guía técnica para el programa AER, contiene un conjunto de normas formales y un diseño de implementación de estas normas, basadas en la autorregulación en la atención de reclamos de los clientes, con orientación estatal⁴, con miras a que los agentes económicos que se afilien al programa de manera voluntaria y cumplan con las obligaciones del programa de atender de manera efectiva los reclamos en sitio, en beneficio de los consumidores, vean mejorada su reputación frente a los consumidores.

Se presume que los consumidores racionales a elegir entre comercios de la misma categoría y niveles de precios, favorecerán dentro de este grupo a aquellos que sean parte del programa AER.

² Economista e historiador norteamericano (fallecido el 23 de noviembre de 2015), quien recibió en 1993, junto a otro economista e historiador norteamericano Robert William Fogel, el Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel (conocido coloquialmente y erróneamente como premio nobel de economía) por sus investigaciones relativas a la importancia de las instituciones en el desarrollo económico.

³ En el libro titulado “La comprensión del proceso del cambio económico”. Princeton University Press, 2005.

⁴ Sin perjuicio de afectar el derecho que tiene el consumidor de presentar las quejas o reclamos por la vía administrativa a la ACODECO.

II. EL PROGRAMA AER

El programa AER es un método alternativo⁵ de atención de quejas que permite a los agentes económicos afiliados la posibilidad de atender de forma inmediata y con la orientación de ACODECO las reclamaciones que se presentan, en especial las que se reciben en sitio.

El programa busca favorecer los acuerdos amigables, sin impedir el derecho que tiene el consumidor de presentar directamente las quejas o reclamos por la vía administrativa a la ACODECO.

El programa entre octubre a noviembre de 2015 inicia con la incorporación de manera voluntaria de trece (13) agentes económicos relativo a los sectores de electrodomésticos, artículos para el hogar y farmacéuticos y agencias de viajes.

La finalidad de este informe es evaluar el programa revisando 3 aspectos:

- Midiendo la eficiencia del programa: tiempo de respuesta
- Percepción de los consumidores que reclaman utilizando el programa AER
- Promoción del programa AER

MIDIENDO LA EFICIENCIA DEL PROGRAMA: TIEMPO DE RESPUESTA

La metodología:

La metodología para medir la eficiencia del programa en términos de tiempo de respuesta fue la siguiente: considerar las mismas empresas afiliada a AER en igual período de tiempo, octubre de 2014 a junio 2015 versus octubre 2015 a junio 2016.

Las variables utilizadas:

- Reclamos presentados por los consumidores
- Reclamos resueltos a los consumidores por el programa AER
- Tiempo de duración del reclamo medido en días.
- Motivos de los reclamos
- Agente Económico objeto del reclamo
- Producto objeto del reclamo
- Resultados a favor del consumidor

Los Resultados:

Entre el 1 de octubre de 2015 al 30 de junio del 2016, el programa AER atendió doscientos setenta (270) reclamos de los consumidores de los cuales doscientos diecinueve (219) fueron resueltas a favor. De los reclamos resueltos favorablemente, ciento noventa y uno (191) reclamos correspondieron a acuerdo pactado entre los consumidores y los agentes

⁵ Frente a la opción disponible de presentar una queja formal en las oficinas de la ACODECO.

económicos afiliados al programa AER; veintiséis (26) fueron resoluciones emitidas por la ACODECO. Dos (2) correspondieron a transacción extrajudicial.

Reclamos Presentados y Resueltos con Programa AER

	Número	Peso (%)
Total de reclamos presentados	270	100
Total de reclamos resueltos favorablemente	219	81

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por el Departamento de Información de Precios y Verificación (DIPREV)

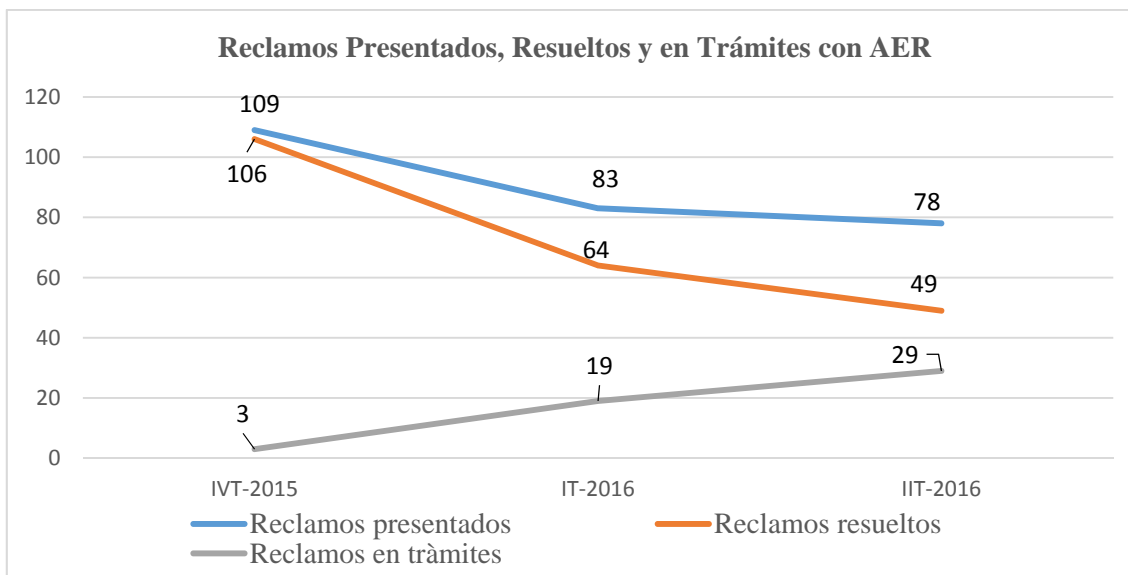
Del 19.0% de los reclamos no resueltos (51reclamos), se distribuyen en los meses anteriores del período, como sigue:

Distribución de los Reclamos, Programa AER, Según Presentados, Resueltos y en Trámites

Reclamos	Total	IV TRIMESTRE 2015				I TRIMESTRE 2016				II TRIMESTRE 2016			
		Total	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Enero	Febrero	Marzo	Total	Abril	Mayo	Junio
Presentados	270	109	36	28	45	83	35	13	35	78	26	23	29
Resueltos	219	106	36	28	42	64	31	11	22	49	15	15	19
En Trámite	51	3			3	19	4	2	13	29	11	8	10

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Se observa que los reclamos en trámites aumentan con cada trimestre a pesar de que los reclamos presentados disminuyen en cada trimestre. Ello implica que el porcentaje de casos en trámite respecto de casos presentados aumenta en cada trimestre, 3% en el IV Trimestre de 2015, 23% en el I Trimestre de 2016 y 37% en el II Trimestre de 2016. El cambio se explica al hecho de que las partes no han llegado a ningún acuerdo y han optado por la revisión del servicio técnico del producto. Dicha obligación está contemplada en el artículo 36 de la Ley N° 45 de octubre de 2007.

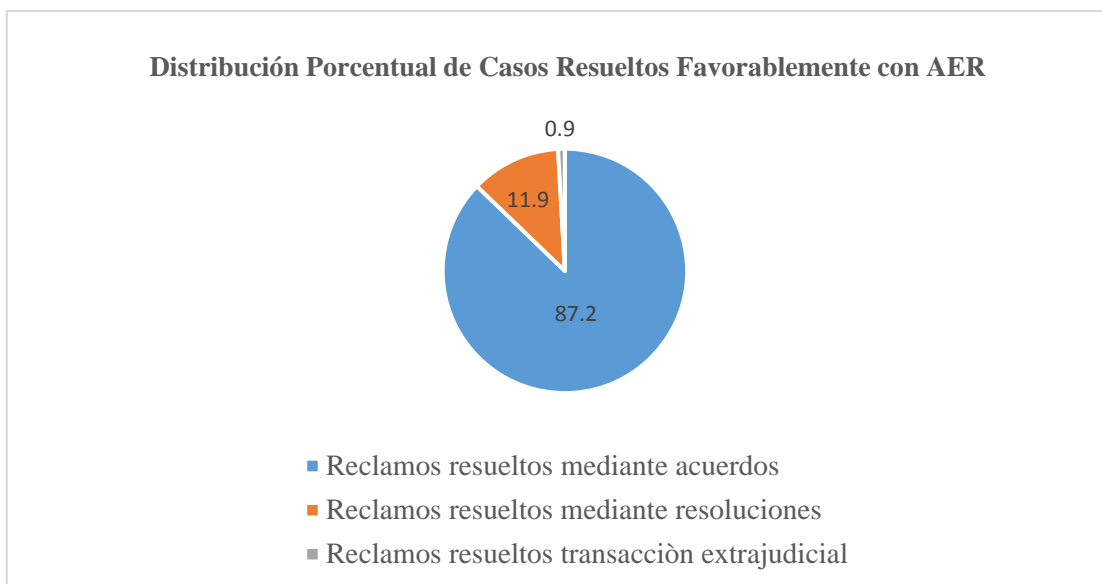


Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Desglose de los Reclamos Resueltos Favorablemente con Programa AER

	Número
Total	219
A través de acuerdo entre consumidor y agente económico	191
A través de resoluciones	26
A través de transacción extrajudicial	2

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.



Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

En la comparación con igual periodo del 2014 y 2015, es decir, cuando no se contaba con el programa AER, ACODECO atendió trescientos diecisiete (317) reclamos de los

consumidores contra los agentes económicos afiliados al programa AER, de éstos trescientos once (311) quejas resueltas a favor. De los reclamos resueltos favorablemente, doscientos veinticuatro (224) fueron acuerdos pactados, ochenta seis (86) no se llegaron a acuerdo, por lo que la ACODECO, bajo la supervisión y previa autorización de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, emite dichas resoluciones a favor de los consumidores. Además, una correspondió a transacción extrajudicial.

Reclamos Presentados y Resueltos en Ausencia del Programa AER

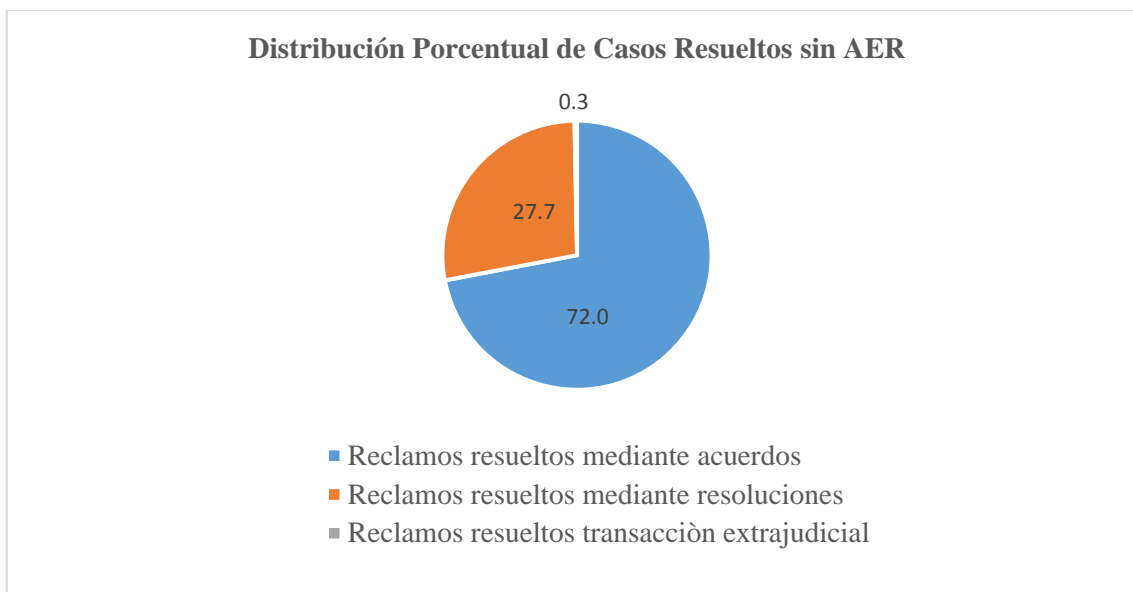
	Número	Peso (%)
Total de reclamos presentados	317	100
Total de reclamos resueltos favorablemente	311	98

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Distribución de los Casos Resueltos sin AER

	Número
Total de reclamos resueltos favorablemente	311
Reclamos resueltos a través de acuerdo entre consumidor y agente económico.	224
Reclamos resueltos a través de resoluciones	86
Reclamos resueltos vía transacción extrajudicial	1

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.



Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Comparación de Reclamos, Con y Sin Programa AER, Según Presentados y Resueltos

Reclamos	Sin programa AER	Con programa AER	Disminución Absoluta	Disminución %
Total presentados	317	270	47	15
Total resueltos favorablemente	311	219	92	30
Peso % de casos resueltos	98	81		

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Al comparar el número de reclamos presentados y el número de reclamos resueltos con y sin el programa AER, se observa una disminución de 15% en el número de casos reclamados con la introducción del programa AER, y una disminución de 30% del número de casos resueltos. Esta disminución en el número de casos presentados y resueltos consideramos es positiva. El menor número de reclamos puede ser una leída como un mayor compromiso de parte del AER en evitar situaciones con reclamos. La disminución en el % de casos resueltos con el programa AER respecto a los casos resueltos sin el programa, puede tener múltiples explicaciones, por ejemplo, un mayor número de reclamos que impliquen soporte técnico, lo que da lugar a que exista un mayor número de casos en trámite.

En la comparación, una explicación es que con el programa AER los agentes económicos afiliado al programa AER, se esfuerzan más por una buena atención para mejorar su reputación y ello deriva en un menor número de reclamos. Una mejora en la evaluación técnica de los talleres autorizados por los AER en término de la garantía del producto. Debemos tener en cuenta que la Resolución No. A-090-2015 de 28 de septiembre de 2015, establece plazos: los acuerdos inmediatos, acuerdos con tiempo adicional que requiere de evaluación técnica en el caso de equipo eléctrico/electrónico, lavadoras y estufas y no acuerdo o resoluciones.

El cuadro siguiente ilustra la distribución los reclamos resueltos, atendiendo a los acuerdos pactados, resoluciones emitidas y transacción extrajudicial.

Resultados a Favor del Consumidor, Con y Sin Programa AER, Según Resultados y Tiempo de Duración del Reclamo (días promedio)

Resultados	Sin AER		Con AER		Comparabilidad	
	Cantidad	TDR (días)	Cantidad	TDR (días)	Cantidad	TDR (días)
Acuerdos pactados	224	100	191	38	-33	-62
Resolución	86	241	26	148	-60	-93
Trans. Extrajudicial	1	83	2	90	1	7

Nota: TDR es el tiempo de duración del reclamo, de la entrada al cierre del mismo, medido en días promedio.

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

En cuanto a la eficiencia del programa con AER versus sin AER se tiene que: el porcentaje de acuerdo logrados entre los agentes económicos y los consumidores: con el programa AER, hay un 87.2% de satisfacción de acuerdos logrados entre los agentes económicos y los

consumidores sin mediación de la ACODECO versus el 72.0% sin el programa AER, donde la ACODECO medio entre los agentes económicos y los consumidores.

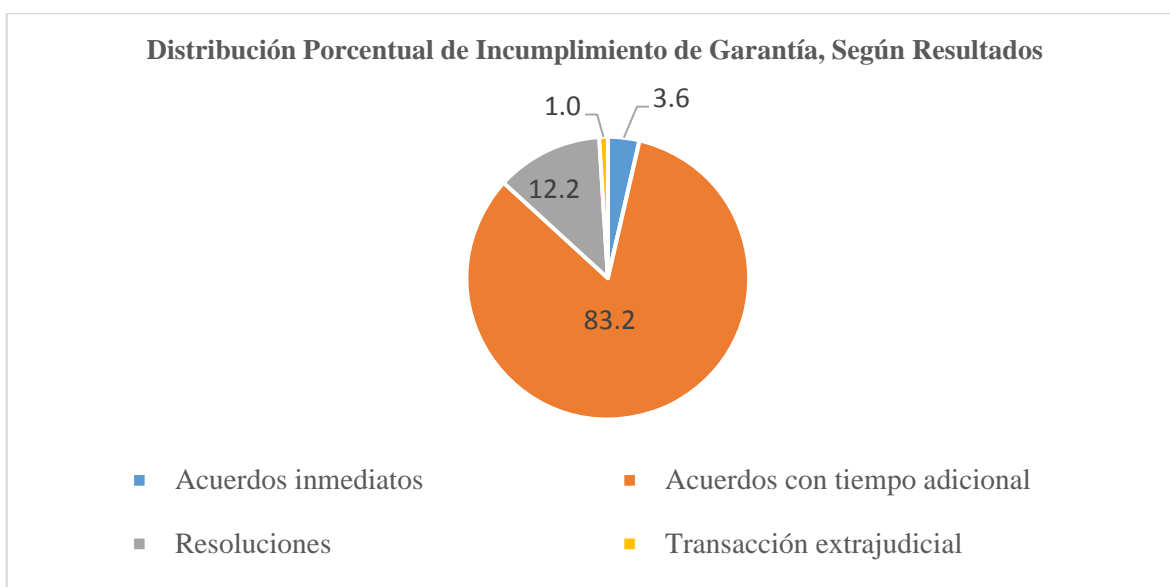
Con AER, el tiempo de duración del reclamo de la entrada al cierre, los trámites de los acuerdos pactados entre los agentes y los consumidores conlleva un periodo promedio de un mes (38 días) y en las resoluciones emitidas por la ACODECO conlleva casi cuatro meses (148 días).

- En cambio, en ausencia del programa AER, el tiempo de entrada del reclamo al cierre en los acuerdos promedió aproximadamente tres meses y medio (100 días) y en las resoluciones, el tiempo promedio fue de ocho meses (241 días).
- Entre los motivos más frecuentes de quejas presentadas por los consumidores, lo constituye el incumplimiento de garantía por parte de los agentes económicos. Los resultados indican que ciento setenta y uno (171) quejas resueltas son acuerdos pactados entre los consumidores y los agentes económicos, de éstas siete (7) son acuerdos inmediatos, ciento sesenta y cuatro (164) son acuerdo con tiempo adicional; veinticuatro (24) son resoluciones emitidas por ACODECO a favor de los consumidores; y dos (2) se da vía transacción extrajudicial.

Reclamos Resueltos con AER, Según Incumplimiento de Garantía y Resultados

Incumplimiento de garantía y resultados	Total
Acuerdos inmediatos	7
Acuerdos con tiempo adicional	164
Resoluciones	24
Transacción extrajudicial	2
Total	197

Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.



Fuente: Elaboración propia en base a data suministrada por DIPREV.

Conclusión:

- En conclusión, con el programa AER, hay una ganancia del tiempo transcurrido entre la entrada de la queja al cierre de la misma para el caso de los acuerdos pactados y resoluciones.
- En los acuerdos pactados hay un ahorro de sesenta y dos (62) días en el tiempo de duración del reclamo, de la entrada del reclamo al cierre del mismo. En cambio, en las resoluciones emitidas por ACODECO el ahorro en tiempo es de noventa y tres (93) días. Lo importante a resaltar es que el programa AER, ha logrado disminuir el tiempo en la atención en los procesos de reclamos de los consumidores con el agente económico.

PROMOCIÓN DEL PROGRAMA AER

Sus inicios

Dar a conocer los beneficios del programa AER es fundamental para que, en una primera etapa, los agentes económicos interesados evalúen y tomen la decisión de afiliarse al mismo. Y en una segunda etapa, permite a los consumidores decidir si privilegian o no comprar en los comercios afiliados

En sus inicios las actividades de promoción, estuvieron a cargo de colaboradores de la Dirección Nacional de Libre Competencia y, la misma consistió en invitar a agentes económicos a recibir información sobre las características y beneficios del proyecto.

Para decidir que agentes económicos recibirían la capacitación se tomaron en cuenta dos (2) criterios.

- Agentes económicos que ya contaran con un sistema propio de atención de reclamos.
- Agentes económicos que ofrecieran sus servicios a través de un número plural de sucursales.

Desde sus inicios el programa AER se ha estado divulgando a través de distintos medios de comunicación.

El traspaso de la responsabilidad de divulgar e implementar el programa AER

Una vez diseñado, formulado, divulgado y haberse implementado inicialmente el programa AER, fundamentalmente por parte de la Dirección Nacional de Libre Competencia, por ser un tema que por sus características está mayormente relacionado a aspectos vinculados a protección al consumidor, se procedió a ceder el control del programa AER a la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, la cual creó la unidad de Agente Económico Responsable AER, encargada de supervisar su funcionamiento y promover el programa en conjunto con el Departamento de Educación.

Como se indicó arriba, en sus inicios la labor de promoción consistió en invitar a las oficinas de ACODECO a agentes económicos que reunieran ciertas características para dar a conocer las características y beneficios de afiliarse al programa de AER.

En una segunda fase, se procedió a trasladar la capacitación a las oficinas de los agentes económicos interesados en el programa AER, capacitación que es brindada por una de las dos colaboradoras asignadas por el Departamento de Educación en conjunto con un colaborador de la Unidad de Agente Económico Responsable.

Promoción realizada en medios de comunicación

Pautas y monto estimado invertido según data suministrada por la oficina institucional de relaciones públicas de ACODECO.

La estimación de inversión en pautas publicitarias radiales para la promoción del programa AER, en los períodos indicados, representan el 21.6% del total de inversiones de pautas radiales de la ACODECO en igual periodo. El nivel de inversión es similar en spots publicitarios en medios televisivos para la promoción del programa AER representan el 20.3% del total de las inversiones en este segmento. Para ambas pautas (radiales y spots) las inversiones representan en conjunto el 20.9% del total de inversiones radiales rotativas y spots publicitarios.

Contenido de la presentación que utiliza ACODECO para capacitar a los agentes económicos interesados en afiliarse al programa AER.

La presentación de la capacitación está dividida en dos (2) partes.

En la primera parte de la presentación, realizada las colaboradoras asignadas al tema por el departamento de educación, se abordan los siguientes aspectos:

- Se define que es el programa AER
- Se motiva por qué es importante ser un AER
- Se describen los beneficios del programa
- Se presentan los requisitos que debe cumplir un AER
- Se describe el perfil que tiene el agente económico que normalmente se afilia al programa.

En la segunda parte de la presentación, a cargo del colaborador responsable de la unidad de agente económico responsable.

- Se describen las instrucciones relacionadas al formulario.
- En los requisitos de ubicación y publicidad del logo distintivo de AER.
- Se describe el trámite del formulario de quejas.
- Se describe el trámite con tiempo adicional para cumplir el acuerdo.
- Se describe el trámite general de todos los casos.

El tiempo aproximado de la presentación es de una (1) hora la primera parte y media hora la segunda parte.

Entre las empresas mencionadas que los consumidores seleccionaron en un listado de tres opciones que deberían afiliarse al Programa AER, se lista a continuación:

Empresas Mencionadas por los Consumidores que Deberían Afiliarse al Programa AER

Empresas seleccionadas, según opciones		
Primera opción	Segunda opción	Tercera opción
1. Créditos mundiales	1. Claro	1. Colchones Dr. Dreams
2. Almacén El Costo	2. Digicel	2. El Titán
3. El Machetazo	3. DDP	3. Farmacia Arrocha
4. Súper 99	4. La Onda	4. Inmobiliarias

5. Multimax	5. Mueblería Ancón	5. July Sport Center
6. Price Smart	6. Mueblería Gala	6. Lumicentro
7. Sportline América	7. Mueblería Jamar	7. Excel Automotriz
8. Almacén Stevens	8. Novey	8. Motores Japonés
9. Súper XTRA	9. Photura	9. Movistar
10. Supermercado REY	10. Samsung	10. Ópticas Chevalier
11. Ricardo Pérez	11. Sonic	11. Riba Smith

Fuente: Elaboración propia en base a data de Encuesta de Satisfacción.

Recomendaciones dirigidas a lograr mayor efectividad en la promoción del Programa AER

Designar al departamento de Educación para que en coordinación con la Unidad de AER se encargue de dar seguimiento al agente económico capacitado, a los efectos de incentivarle y facilitar su proceso de afiliación al programa de AER.

Añadir a la presentación utilizada para capacitar a los agentes económicos interesados en afiliarse al programa información de los beneficios observados desde su implementación a la fecha.

Evaluar la efectividad de la campaña en los medios de comunicación, en términos de lograr que más agentes económicos y consumidores se enteren de la existencia del programa AER. **Esto se haría a través de darle continuidad a las encuestas a los consumidores que utilizan el programa, consultando cómo se enteró de la existencia del Programa AER y consultando a los agentes económicos que se interesan en el programa, vía consultarles de qué forma se enteró.**

Enfatizar la capacitación en empresas que tengan las características de las empresas afiliadas que más utilizan el sistema.

Consultar a los agentes económicos capacitados que otros aspectos consideran necesarios sean abordados durante la presentación, por considerar que faciliten tomar la decisión de afiliarse o no al programa AER.

- El programa AER sería más efectivo o exitoso si contara con un programa y procedimiento en el cual otras empresas al observar su efectividad o resultados positivo se integraría a formar parte de ella.

Mediante:

- ✓ Fortalecer el vínculo con el cliente.
- ✓ Establecer relaciones de largo plazo con los clientes.
- ✓ Conocer lo que para el cliente es importante en particular y atender sus necesidades.
- ✓ Mejorar la calidad del proceso interno de la empresa.
- ✓ Promover la calidad del trabajo y compromisos de los empleados.

III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

EL programa AER en el período de evaluación ha mostrado ser efectivo en términos de los tiempos de respuesta a los reclamos presentados en comparación al procedimiento sin AER.

El programa AER es susceptible de mejoras, tanto en actividades de promoción del mismo, como de acciones encaminadas a contar con mayor información de diagnóstico del desempeño del programa.

Recomendaciones:

Seguir la evaluación del programa es de fundamental importancia para mantener la efectividad del mismo. Con dos evaluaciones semestrales al año como base, en diciembre puede considerarse una segunda evaluación.