



**Comisión de Libre Competencia y Asuntos del  
Consumidor  
República de Panamá**

**INFORME TÉCNICO N° 2**

**FEBRERO, 1998.**

***ANÁLISIS DE LA NORMATIVA RELACIONADA CON LAS CONCESIONES  
OTORGADAS  
DURANTE LAS ACTIVIDADES DE CARNAVALES Y FERIAS***

***Resumen***

***El procedimiento por el cual se han estado otorgando concesiones para la venta exclusiva de productos de empresas patrocinadoras en actividades feriales y carnestolendas infringe las disposiciones de la Ley 29 de 1996, toda vez que no permite la libre concurrencia de los agentes económicos en dicha actividad.***

***Se recomienda la elaboración de una guía que concilie los principios de libre concurrencia con los intereses de los organizadores de tales eventos.***

## ***ANALISIS DE LA NORMATIVA RELACIONADA CON LAS CONCESIONES OTORGADAS DURANTE LAS ACTIVIDADES DE CARNAVALES Y FERIAS***

### **ANTECEDENTES:**

La compañía Helados La Italiana, S.A. se ha quejado ante la CLICAC por la decisión de la JUNTA DE CARNAVAL SALSA 98, de negarle el acceso a lo largo de la ruta del carnaval, para la venta de sus productos, aduciendo que la compañía NESTLÉ adquirió la exclusividad en tal actividad.

Es el Decreto Número 77 del 21 de diciembre de 1964 el que faculta al Instituto Panameño de Turismo la organización del Carnaval en la República de Panamá.

El artículo 1 establece: “Facúltase al Instituto Panameño de Turismo, para que organice estas festividades y nombre la Junta Permanente de Carnaval con sede en la Capital de la República y la cual tendrá a su cargo, bajo la dirección y asesoramiento del IPAT, todo lo relacionado con las fiestas de esta naturaleza que anualmente se celebran en el país.”

El artículo 2 establece: “El Gerente del Instituto Panameño de Turismo, nombrará a los miembros de la Junta Permanente y suplentes.”

El Instituto Panameño de Turismo mediante Resolución N.72-97 del 22 de agosto de 1997 nombró a los miembros de la Junta Permanente del Carnaval Salsa 98. Esta resolución fue publicada el 2 de septiembre de 1997.

### **FUNDAMENTOS ESENCIALES DE LA QUEJA:**

1. La queja se fundamenta en una carta en la que la Junta de Carnaval Salsa 98, le informa a la empresa Helados la Italiana, S.A.:

“...que la compañía NESTLÉ, S.A. adquirió el **derecho de venta exclusiva** de helados a lo largo de la ruta del desfile. Con el fin de cumplir con los puntos establecidos en el contrato con esta compañía nos veremos en la necesidad de **decomisar** a aquellas personas que se encuentren vendiendo dentro de esta ruta productos que compitan con NESTLÉ. Esta información se le hace llegar con el objeto de evitar malentendidos y discrepancias como las que se suscitaron el año pasado...”

2. La queja también se fundamenta en que el domingo 8 de febrero pasado, en los diarios La Prensa y la Estrella de Panamá, salió publicado un COMUNICADO DE PRENSA de la Junta de Carnaval Salsa 98, en el que se comunica a la ciudadanía en general que:

“Por este medio la Junta de Carnaval Panamá Salsa 98, comunica a todos los vendedores ambulantes interesados en vender productos en el área de la ruta del carnaval que este año ha sido designada entre la Vía Fernández de Córdoba y la Calle Martín Sosa que deben acercarse a nuestra oficinas con el fin de **obtener los permisos necesarios**. No se permitirán vendedores ambulantes que no cuenten con el permiso oficial respectivo emitido por la Junta del Carnaval Salsa 98, de lo contrario se **decomisará** el producto. Ricardo Mangravita, Presidente”

3. La queja se fundamenta, igualmente, en que la empresa Helados La Italiana cuenta con licencia comercial para operar en todo el territorio nacional incluyendo la denominada ruta del carnaval.

La empresa aduce que su derecho emana de los artículos 19, 20 y 27 de la Constitución Nacional, artículos 2,5,8,10,14, y 103 numerales 8 y 12 de la Ley 29 de 1996, el artículo 8 del Decreto Ejecutivo Número 31 de 15 de julio de 1997 que reglamenta los artículos 103 y 112 de la Ley 29 de 1996.

### **DETERMINACION DE LOS HECHOS:**

Se ha otorgado exclusividad en la venta de sus productos a ciertos patrocinadores. Esta exclusividad consiste en no permitir, so pena de decomiso, la venta de ningún producto que compita con los productos de los patrocinadores.

Este carácter de patrocinador lo adquirieron ciertas empresas en base a las sumas de dinero que han donado a la Junta de Carnaval y el apoyo brindado a la misma.

El carácter de patrocinador fue otorgado en base a donaciones (de diversos montos) que las empresas ofrecieron a la Junta de Carnaval para cubrir sus gastos.

### **RELACIÓN ENTRE LOS HECHOS Y LAS NORMAS CONTENIDAS EN LA LEY 29 DEL 1 DE FEBRERO DE 1996:**

La ley 29 en su artículo 1 señala el objeto de la misma:

“El objeto de la presente ley es proteger y asegurar el proceso de **libre competencia económica y la libre competencia**, erradicando las prácticas monopolísticas y otras restricciones en el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios para preservar el interés superior del consumidor”.

El artículo 2 señala el ámbito de aplicación de la Ley:

“Esta Ley se aplicará a todos lo agentes económicos, ya sean personas naturales o jurídicas, empresas privadas o **instituciones estatales o municipales**, industriales, comerciantes o profesionales, entidades lucrativas o sin fines de lucro, o a quienes por cualquier otro título, participen como sujetos activos en la actividad económica.”

Por su parte, el artículo 5 señala la Prohibición de Prácticas Monopolísticas:

“Se prohíbe en las formas contempladas en esta Ley, cualquier acto, contrato o práctica que **restrinja**, disminuya, dañe, impida o **de cualquier otro modo, vulnere la libre competencia económica y la libre competencia en la...** comercialización de bienes o servicios.”

Adicionalmente el artículo 239, en cuanto a las atribuciones de la Comisión establece que:

“Los organismos y entidades de la administración pública cuyas competencias tengan efectos sobre el comercio y la industria, a través de regulaciones para la protección de la salud, la seguridad, el ambiente y los estándares de calidad, o para cualquier otro propósito, realizarán un análisis que justifique esas regulaciones. El organismo o entidad que se trate eliminará o racionalizará, según proceda, todos los procedimientos o requisitos que resulten innecesarios. Al momento de entrar en vigencia esta Ley, el organismo o entidad de que se trate revisará los procedimientos o requisitos existentes, en un plazo de seis (6) meses.

La Comisión velará, permanentemente, porque estos trámites no se constituyan en barreras no arancelarias al comercio. Para valorar los trámites con dicho criterio, comprobará que los requisitos que se exijan sean esenciales, indispensables e insustituibles, de acuerdo con el interés público para el acto administrativo de que se trate. Para tal efecto, requerirá del organismo o entidad respectiva toda la información necesaria. La Comisión recomendará al Organo Ejecutivo, mediante informe técnico-jurídico, que modifique, simplifique, elimine o sustituya cualquier trámite o requisito mediante el cual se

regula el comercio, de modo que se promueva la competencia en el mercado.”

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

El procedimiento por el cual se otorgaron las concesiones para la venta exclusiva de productos de ciertas empresas patrocinadoras del Carnaval Salsa 98, constituye una práctica que infringe las disposiciones de la Ley 29 de 1996, (artículo 5), toda vez que no permitió la libre concurrencia de los agentes económicos en dicha actividad.

Recomendamos que la Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor remita una nota al Ministerio de Comercio e Industrias, al Instituto Panameño de Turismo, a la Junta de Carnaval, y a los Municipios de la República, poniéndolos en conocimiento de lo anterior e instándolos a promover la libre competencia y concurrencia en cualquier actividad ferial o carnestolenda.

La Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor se puede comprometer a confeccionar una guía para la elaboración de un procedimiento que permita la realización más eficiente de estas actividades sin infringir la libre concurrencia de los agentes económicos.

Lo que constituye uno de los objetivos principales de la Ley 29 de 1996 es el establecimiento de los mecanismos que impliquen la libre competencia y libre concurrencia en los procesos de comercialización de cualquier tipo de producto o servicio en cualquier actividad, sea esta una feria o un carnaval. Con este fin, para otorgar cualquier concesión de ventas, debe darse un libre proceso de selección al cual las empresas puedan y se les permita concurrir o participar (Libre Concurrencia).

Sólo entonces pueden otorgarse derechos claramente determinados, que estuviesen precedidas de actos públicos con reglas definidas, en el que todas las empresas interesadas pudieron participar.