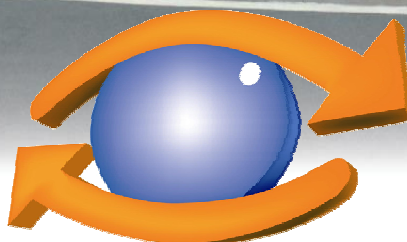




MEMORIA 2009



AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA
ACODECO

MEMORIA

2009

Panamá, 4 de enero de 2010.

Honorable Diputado
PRESIDENTE
JOSÉ LUIS VARELA RODRÍGUEZ
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 año 2009.

Me permito exponer en el presente informe las actividades y logros que la ACODECO ha desarrollado en el año 2009.

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

Atentamente;

PEDRO M. MEILÁN N.
Administrador

INTRODUCCIÓN

El año 2009 fue para la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), el Año de la Educación. La mayoría de nuestros esfuerzos se dirigieron en lograr que tuviera plena vigencia nuestro lema que reza ¡Un Consumidor Informado Tiene Poder!

Se trata, en esencia, de empoderar al consumidor nacional para que deje de ser el eslabón más débil en la cadena de consumo, rompiendo las asimetrías de información que existen en el mercado, y convirtiéndolo en el más férreo garante de sus derechos.

Lo anterior no implica en modo alguno un papel pasivo de la ACODECO, ya que en el operativo especial de fin de año (2009) resaltamos que Nuestro Trabajo es Cuidarte en Navidad, sino una nueva visión integradora donde la ACODECO no sólo actúa oficiosamente para defender los derechos de los consumidores, sino que procura que cada hogar y consumidor panameño esté consciente de las ventajas que representa manejar información, comparar precios, denunciar abusos, premiar y castigar agentes económicos con sus decisiones de compra.

Con esto en mente, en el año 2009 iniciamos ACODECO en tu Comunidad, ejercicio que procura esa identificación de objetivos entre la agencia estatal protectora de los consumidores y los sujetos que motivan dicha protección, para que se conviertan en Consumidores Vigilantes, tornando más equitativas las relaciones de consumo en una economía de mercado.

Ha sido un año de grandes esfuerzos, sacrificios y de mucho trabajo para todos los funcionarios de la ACODECO, pues lo comentado líneas arriba se realizó sin desmayar en las otras áreas que también son vitales para el cumplimiento cabal del objetivo central planteado por la Ley 45 de 2007: procurar el funcionamiento eficiente de los mercados, preservando el interés superior del consumidor. Así, se podrán ver los detalles en este documento de todo lo que realizamos en el año 2009 en materia de atención y resolución de quejas, verificaciones de mercado, encuestas de precios, investigaciones por presuntas conductas competitivas, entre otros.

Iniciamos el año 2010 con nuevos bríos y metas ambiciosas, alentados por haber alcanzado logros importantes que sólo podemos destacar brevemente ahora. En materia de desarrollo de la normativa contenida en la Ley 45 de 2007: se logró aprobar tanto el Reglamento del Título I (Competencia - Decreto Ejecutivo N° 8-A de 22-Ene-09), como el Reglamento del Título II (Protección al Consumidor - Decreto Ejecutivo N° 45 de 23-Jun-09), así como varias Guías de Competencia.

En cuanto al fortalecimiento institucional, se inauguró la Oficina Regional de Panamá Este (en la 24 de Diciembre), instalamos la línea gratuita de atención de quejas de los consumidores (130), y en general se logró la dotación de mayores recursos a todas las oficinas a nivel nacional, mientras que en el ámbito comunicacional, presenciamos la consolidación del programa Cuida tu Bolsillo en SerTV, que de hecho motivó el reconocimiento mundial logrado en el taller de la *International Consumer Protection Enforcement Network* celebrado en Australia; logramos generar un espacio de docencia a través de los artículos de opinión semanales que nos publica La Estrella de Panamá; y lanzamos una nueva página web más amigable a nuestros usuarios y con más información.



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.

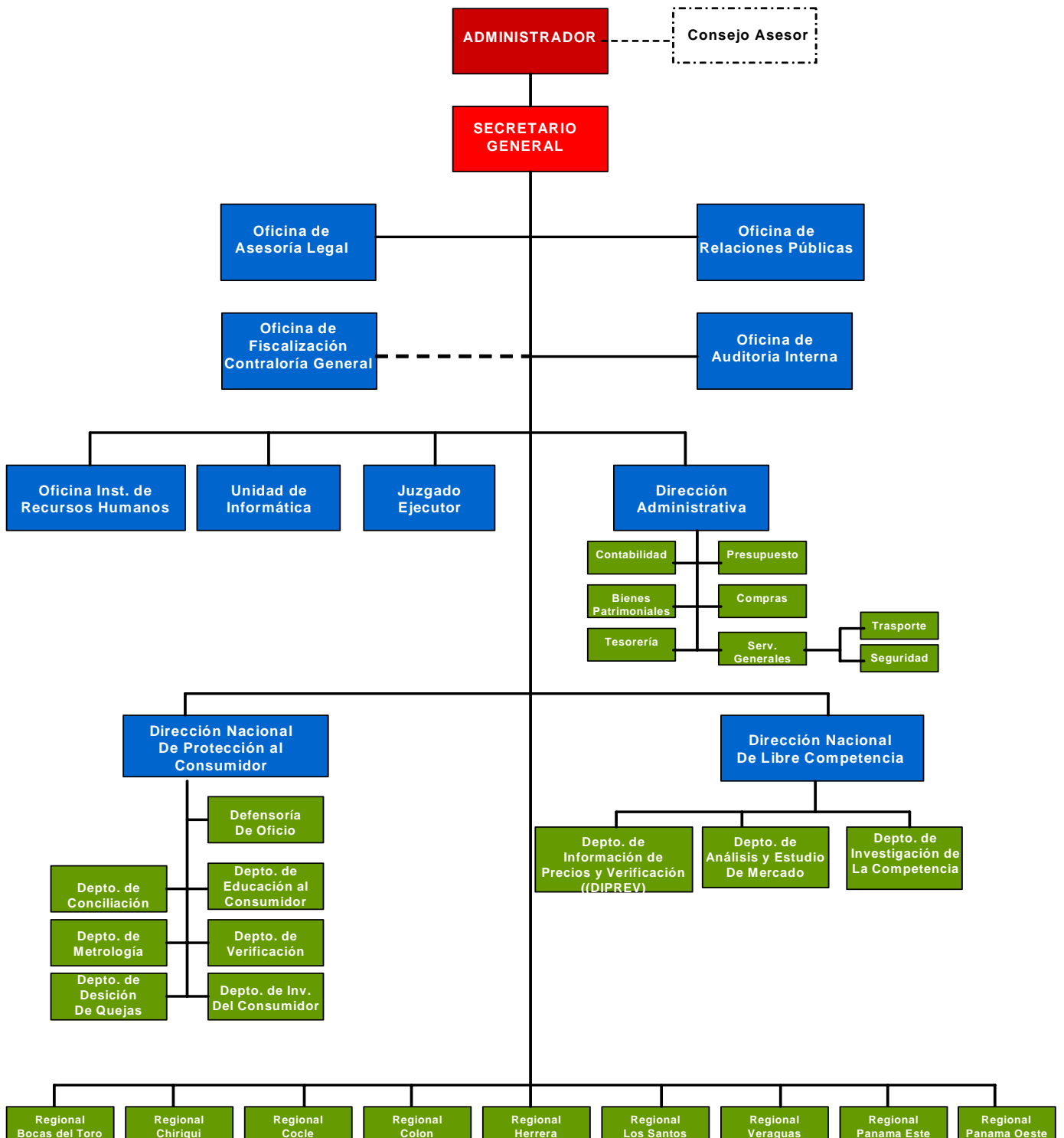
MISIÓN

Velar por el bienestar del país, promover la libre competencia y defender los derechos de los consumidores.

VISIÓN

Fomentar una cultura económica basada en la institucionalidad, equidad y transparencia del mercado.

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



Niveles Estructurales
Nivel Político Directivo

Pedro Martín Meilán Núñez
Administrador

Nivel Coordinador

Rogelio Fraiz Docabo
Secretario General

Nivel Ejecutor

Oscar García Cardoze
Director Nacional de Libre Competencia

Elías Elías Cabrera
Director Nacional de Protección al Consumidor

Nivel de Apoyo

Yaribel Ruíz
Directora Administrativa

Hilset M. Quintero M.
Jefa de Recursos Humanos

Hildegarde Herrera
Jefa de Relaciones Públicas

Roberto Will Guerrero
Juez Ejecutor

Roque Palma
Jefe de Informática

Nivel Asesor

Dayra Vial
Asesora Legal

Nivel de Fiscalizador

Pastora de Snape
Jefa de Auditoría de la Contraloría

Yadira Almario
Jefa de Auditoría Interna

Coordinación de las Regionales

José Carrizo
Coordinador de Regionales

Administradores Regionales

Milagros Navarro
Bocas del Toro

Greta de Sandoval
Colón

Javier Jaén
Coclé

Alexis Ortega
Chiriquí

José D. Bernal
Herrera

Aoriana Cedeño
Los Santos

Rolando Murgas
Veraguas

Rogelio Vásquez
Panamá Oeste

Irene Vásquez
Panamá Este



Excelentísimo Señor Ricardo Martinelli Berrocal
Presidente de la República



Pedro Meilán Núñez
Administrador

I. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

A. ACTIVIDADES DE OFICIO

1. EDUCACIÓN

Es función primordial de la Autoridad la de formar consumidores conscientes de sus deberes y derechos a través de los programas educativos que lleva el Departamento de Educación cuyo objetivo persigue crear una conciencia crítica en los consumidores, que los encamine y oriente a tomar las mejores decisiones, lo que se traduce en mayor satisfacción de sus necesidades, pues en la medida que haya más y mejores consumidores informados y educados mejoraran las condiciones de mercado.

1.1 CONSULTAS EDUCATIVAS

La atención a las consultas que nos presentan los consumidores es de suma importancia, para ello el Departamento de Educación atendió un total de **1692 consultas** educativas para el año 2009 atendidas en las diversas jornadas educativas donde participaron sólo estudiantes de todos los niveles y las mismas trataron sobre temas diversos de consumo. Como también a través del servicio de orientación que llevamos en el Departamento donde acuden los consumidores de todas las áreas con el propósito de conocer sobre sus derechos y las mejores opciones o alternativas de consumo y legislaciones que tratan sobre la protección del consumidor como la ley 6ta, ley de Historial de Crédito entre otras.

1.2 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

A través de los programas de capacitación hemos podido orientar a cientos de ciudadanos en materia sobre sus deberes y derechos que tienen como consumidores, capacitarlos en todo lo concerniente a la Ley 45, Ley 6ta, igualmente en temas de presupuesto familiar, contratación, etc. De igual forma se ha brindado esta capacitación a estudiantes tanto de colegios públicos y privados quienes a través de las mismas han podido ampliar sus conocimientos en consumo y legislaciones de protección al consumidor lo que les ha permitido un contacto directo con la realidad que atraviesa el país, enseñándolos a crear una responsabilidad social hacia el consumo. El total de población beneficiada de este programa fue de **1,335**.

1.3 JORNADAS EDUCATIVAS

A través de acciones que tienen como propósito un contacto directo con los consumidores, realizamos durante este periodo **54 jornadas educativas**. En ellas se establecen módulos móviles de información, en donde se le brinda atención a los consumidores en sus consultas, quejas y denuncias y se distribuye material informativo.

1.4 DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS

La Institución reconoce la importancia de la divulgación en los temas que hacen noticia a diario como lo es la Canasta Básica, Garantías, Publicidad Engañosa, Deberes y Derechos de los Consumidores; para ello se han distribuido en las jornadas educativas, alrededor de **163,435 materiales educativos, en diferentes instituciones, empresas, centros educativos, por ejemplo.**

1.5 PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS DE EDUCACIÓN

Nuestra participación en los medios cada día se fortaleció mucho más a través de la dinámica del programa de televisión Cuida Tu Bolsillo en SERTV que se transmite por espacio de media hora todas las mañanas de lunes a viernes en canal 11, en donde día a día se percibe esa realidad que tienen las personas de conocer más sobre sus derechos y deberes como consumidores. Durante este año nuestra participación en los medios fue de un total de 151 participaciones.

2. DEPARTAMENTO DE VERIFICACIÓN

Durante el año 2009 (enero-noviembre), el Departamento de Verificación efectuó 6,579 visitas a nivel del área metropolitana, destacando en ellas verificaciones en Restaurantes, Minisuper, Abarroterías, Supermercados y Almacenes. Se visitaron además, otros establecimientos comerciales como Autorepuestos, Farmacias, Distribuidoras, Salas de Belleza, Kioscos, Mercaditos, Comisariatos, Ventas de Autos Usados, Hoteles y Pensiones, etc. De estas 6,579 verificaciones 418 se realizaron para atender denuncias recibidas.

Con respecto al Área Metropolitana, la totalidad de productos con anomalías fue de 242,315, de los cuales 196,695 estaban sin precio a la vista, 36,158 productos vencidos, 6,188 no tenían fecha de vencimiento y 3,274 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 y a la vista, del gas licuado en tanque de 25 libras (Decreto 24 del 18 de marzo de 2009).
2. 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 gas licuado en tanque de 25 libras).
3. Operativos a Cines para ver el cumplimiento de la Ley 6ª (Descuento a jubilados) y Ley 45 (precios a la vista).
4. Operativo a Kioscos y Cafeterías de los Centros Educativos.
5. Operativo en el Mercado de Mariscos y la verificación en las ventas de éstos en las Ferias Libres, durante la temporada de cuaresma.

6. Operativo en conjunto con la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos AUPSA y el Departamento de Protección de Alimentos del Ministerio de Salud DEPA en diferentes comercios para verificar el cumplimiento de las leyes sobre inocuidad de los alimentos.
7. Operativo para atender alerta internacional sobre posible contaminación de galletas y mantequillas de maní.
8. Operativo para verificar la aceptación de los billetes de B/. 50.00 y 100.00.
9. Operativo de autos usados.
10. Operativo de fin de año.

A partir del año 2007 y hasta la fecha, la Autoridad utilizó las facultades que le otorga la Ley para retirar del mercado y destruir los productos vencidos y deteriorados, operativos que se realizan periódicamente en el vertedero de Cerro Patacón, con la presencia de funcionarios de Auditoría Interna. En el año 2009 se destruyeron 9.64 toneladas de productos decomisados.

Aunque la verificación es sólo una de las tantas funciones de la Autoridad, 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 tengan sus precios a la vista y así los consumidores puedan escoger el que más le convenga.

Este año hemos estado apoyado al Departamento de Investigaciones con la entrega de citaciones, notificaciones y edictos en puerta, tanto es así, que se utiliza un día de la semana para esta labor.

Adicionalmente, el Departamento de Verificación es vigilante del cumplimiento de la ley 6ta. de junio de 1987 mejor conocida como la Ley de Jubilados, Pensionados y personas de la Tercera y Cuarta edad, para lo cual en el año 2009 se levantaron 1,011 actas de verificación de las cuales 293 resultaron con anomalías y 718 sin anomalías.

Departamento de Verificación 2009
Por Tipo de Establecimiento

Visitas Realizadas 2009	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Abarroterías	68	39	57	68	54	99	59	14	35	13	14		520
Agencias de viaje	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Almacén de Bicicletas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1		2
Almacenes	31	8	15	7	27	21	26	145	33	68	20		401
Animales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Auto Repuestos	0	5	5	1	9	2	2	3	1	2	3		33
Cable y Telefonía	0	0	0	0	0	0	0	1	8	2	0		11
Carnicerías	0	0	0	2	2	1	18	0	0	0	0		23
Casas de empeños	0	0	0	0	0	0	0	0	7	5	1		13
Celulares	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	2		14
Centro de Estética	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Cines	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0		4
Clínicas y Hospitales	6	4	3	1	8	4	5	4	24	26	5		90
Computadoras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2		7
Discotecas y Bares	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		6
Distribuidoras e Importadoras	4	12	7	4	10	3	40	38	10	16	2		146
Electrónicas	2	4	0	0	2	0	4	5	7	6	1		31
Envío de Dinero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Estacionamientos	0	0	0	1	0	1	5	0	3	0	0		10
Estaciones de Gasolina	0	2	3	2	5	0	9	3	1	2	3		30
Farmacias	17	13	20	16	44	35	0	9	2	8	3		167
Ferías Libres	0	0	0	0	1	0	4	2	0	0	0		7
Ferreterías	6	1	9	10	7	6	9	1	4	4	15		72
Fondas	18	39	20	5	15	46	43	65	47	21	34		353
Fruterías	0	4	1	0	2	3	1	1	1	2	0		15
Funerarias	0	0	0	0	0	1	1	2	2	14	0		20
Hoteles y Pensiones	1	1	4	8	0	0	6	0	59	65	9		153
Imprentas y copiadoras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0		7
Internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	4		22
Joyerías y Relojería	1	0	1	0	0	0	0	16	22	14	0		54
Kioscos	4	2	4	81	12	34	2	2	1	0	3		145
Lavamáticos	12	8	4	6	2	12	10	5	11	6	4		80
Lavanderías	4	28	15	16	35	46	31	15	22	23	5		240
Librerías	0	0	0	0	1	0	0	1	3	3	0		8
Materiales de Construcción	3	0	3	3	2	5	3	1	0	0	3		23
Mercaditos Y Comisariatos	8	11	29	15	9	3	22	5	6	1	2		111
Mercado del Marisco	0	21	25	16	0	0	0	0	0	0	0		62
Mercado Público (Locales)	0	0	0	0	0	0	0	42	0	0	0		42
Mini Súper	110	88	206	148	86	174	99	54	57	33	90		1145
Motores (no autos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Mueblerías	4	0	1	0	1	1	1	7	45	2	1		63
Ópticas	0	0	0	0	7	0	0	3	7	7	2		26
Panaderías	7	8	15	10	22	19	28	12	10	8	24		163
Perfumerías	0	1	0	0	0	0	0	4	4	4	0		13
Restaurantes	60	74	94	64	115	130	156	106	144	242	101		1286
Salas de Belleza	0	1	3	3	15	10	16	20	29	47	5		149
Sederías	0	0	0	0	3	0	1	2	2	0	1		9
Servicio de Transporte	0	0	0	0	1	0	1	1	1	3	1		8
Súper Mercados	47	52	59	34	53	59	47	23	34	22	33		463
Terminal de Transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Ventas de Autos Usados	0	0	0	1	0	0	0	2	2	1	83		89
Ventas de Colchones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0		1
Veterinaria	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0		4
Videos	1	3	4	0	1	7	2	1	3	1	0		23
Zapaterías	0	0	0	0	0	0	0	11	17	2	0		30
Otros	17	16	6	8	29	19	10	27	34	10	4		180
TOTAL DE VISITAS	438	445	613	530	581	741	662	654	698	736	481		6579

3. VERIFICACIÓN DE METROLOGÍA

El alcance de la Metrología Legal depende de las reglamentaciones nacionales y puede variar de un país a otro; eso sí basadas todas en las recomendaciones de la Organización Internacional de Metrología Legal (OIML). En general podemos decir que casi todos los países cuentan con legislaciones para controlar sus transacciones comerciales. Igualmente, la Metrología Legal en algunos países se encarga de regular las mediciones de las siguientes áreas: salud pública y seguridad humana, protección ambiental y vigilancia de la contaminación.

Las mediciones son parte prácticamente de todas las transacciones comerciales, desde la comercialización de productos tales como el petróleo, gas natural o metales, minerales a granel, hasta la venta al por menor de mercancías al público en el mercado.

La Metrología reviste una importancia como soporte de los esquemas de normalización y certificación, los que deben responder a las crecientes exigencias para ofrecer un alto nivel de calidad, y a la vez hacer esta calidad consistente y demostrable para el distribuidor y el cliente.

Todos los elementos de la sociedad se benefician con la existencia y el funcionamiento de un sistema de Metrología Legal; las personas tanto en su calidad de consumidores como de empresarios y el Gobierno.

Podemos decir entonces que la Metrología Legal es básica para garantizar la corrección y la equidad en las relaciones comerciales y para asegurar la salud y el bienestar de los miembros de la sociedad, así como la protección del medio ambiente.

En virtud de lo expuesto, nuestra institución cumpliendo con su principal misión, velar por el bienestar de los consumidores, durante el año 2009 desarrolló una serie de actividades entre las que podemos mencionar: verificación de estaciones de combustibles, escáneres, balanzas, materiales de construcción, contenido neto de productos preempacados, de cilindros de gas, aceites y grasas reutilizables, análisis de calidad de legumbres secas (porotos, frijoles y lentejas), análisis fisicoquímicos.

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.
- 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 de 31 de octubre de 2007, 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 verificó que los tanques de combustible no contengan una cantidad de agua superior a la tolerancia establecida en el Reglamento. La tolerancia permitida es de 3 pulgadas.

VERIFICACIÓN DE LOS SURTIDORES DE COMBUSTIBLE:

Se verifica que los surtidores:

- Estén dentro de las tolerancias permitidas (6 pulgadas cúbicas).
- 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 ser de acuerdo a lo establecido en el artículo 5.1.1. del Reglamento Técnico, que establece que: “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 de la Autoridad y del consumidor.

Resultados

Durante este período se verificaron un total de 390 estaciones de combustibles. De este total 256 fueron verificaciones para garantizar el cumplimiento de los diferentes Decretos Ejecutivos que disponían los precios máximos del combustible y 134 fueron verificaciones regulares.

En las 134 estaciones se verificaron un total de 2,134 surtidores de los cuales 7 resultaron fuera de tolerancia o sea el 0.33%. Con relación a los tanques se verificaron 469, resultando todos dentro de la tolerancia establecida.

En las 134 estaciones encontramos también estos resultados de otros parámetros verificados:

- 3 estaciones (0.14%), no cumplen con los precios anunciados.
- 2 estaciones (0.09%) no anuncian los precios de los combustibles.
- 4 estaciones (0.19%) no anuncian los precios de los lubricantes.
- 6 estaciones (0.28%) incumplieron con la calibración.
- 2 estaciones (0.09%) incumplieron con la identificación de la denominación del combustible.

Durante el 2009, 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.

Estadística de Resultados de las Últimas Verificaciones de Combustible Realizadas

Estadística de Surtidores y Tanques de Almacenamiento de Combustible Verificados por Empresa Petrolera

PETROLERA	SURTIDORES VERIFICADOS			NIVEL DE AGUA EN TANQUES DE ALMACEN.	
	TOTAL	BUENOS	MALOS	BUENOS	MALOS
TOTALES	2,134	2,127	7	469	0
DELTA	522	520	2	138	0
ESSO	522	521	1	91	0
TEXACO	287	286	1	71	0
SHELL	380	378	2	75	0
AB	22	22	0	6	0
TERPEL	9	9	0	4	0
ACCEL	327	327	0	63	0
INDEPENDIENTE	65	64	1	21	0

**Estadística de Resultados de las Ultimas Verificaciones de
Combustible Realizadas.**

Parámetros	2006	2007	2008	2009
Estaciones Verificadas	388	137	120	306
Surtidores Verificados	1 334	581	1 596	2 134
Surtidores Fuera de Tolerancia	48	13	15	7
Tanques Verificados	1 251	454	396	469
Tanques Fuera de Tolerancia	1	0	2	0

3.2 VERIFICACIÓN DE ESCÁNER

Objetivo

- 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.
- Orientar a los consumidores, respecto a cuáles son los aspectos que deben exigir al momento de realizar una compra en los establecimientos que utilicen el sistema de escáner, como mecanismo de cobro.

Fundamento Legal

Ley 45 del 31 de Octubre de 2007, 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 denominado código de barras.

Resultados

COMPARATIVO DE CUMPLIMIENTO

Comercios verificados	Evaluación de cumplimiento			
	Cumple		No cumple	
	Cantidad	%	Cantidad	%
74	9	12.16	65	87.84

Estadística de Resultados de las Últimas Verificaciones de Escáner Realizadas

Año	2006	2007	2008	2009
Establecimientos verificados	70	74	90	74

3.3 VERIFICACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

Objetivo

Verificar que los establecimientos que venden Materiales de Construcción, cumplan con lo siguiente:

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

- Volumen del saco de piedra y arena.
- Precio del saco.
- Cantidad de sacos por yarda cúbica.

Aplicación del Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 48-2001:

Fiscalizar que los agentes económicos cumplan con las medidas mínimas en los bloques de 4" y 6" de las dimensiones establecidas en este Reglamento.

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:

Arena y Piedra

- Presentar las 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 Metroológico), 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 realiza el cálculo matemático que nos determine 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.

Verificación de la Información Comercial

Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
154	49	31.82	105	68.18

Motivo de Incumplimiento

Establecimientos	Sin Información	%	No Cumple con lo declarado	%
105	63	60	42	40

Cumplimiento con la Información Declarada

Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
91	49	53.85	42	46.15

Bloques

- Se seleccionan diez (10) unidades de 4" y de 6" respectivamente para realizar las diferentes mediciones de ancho, alto y largo de cada uno, obteniéndose un promedio simple de las dimensiones de cada unidad.
- Se determina el cumplimiento o no de acuerdo a las dimensiones establecidas en el Reglamento Técnico 48-2001.
- Para cada dimensión existe una tolerancia de +/- 3 mm.

Establecimientos Visitados	Existencia de Bloques de 4"	%	Existencia de Bloques de 6"	%
151	140	92.72	136	90.07

BLOQUES DE 4"

Cantidad de Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
140	93	66.43	47	33.57

BLOQUES DE 6"

Cantidad de Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
136	77	56.62	59	43.38

Estadísticas de Cumplimiento

Verificaciones	2006	2007	2008	2009
Arena y Piedra	199	127	123	154
Bloques	128	180	129	151

3.4 VERIFICACIÓN DE BALANZAS

Objetivo

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

Marco Legal

- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 37-2002, Metrología, Instrumento para Pesar de Funcionamiento No Automático, como también la Ley 45 del 31 de octubre de 2007.

Metodología

Se evalúan aspectos generales de la balanza, los cuales están incluidos en el Reglamento Técnico DGNTI – COPANIT 37 – 2002. La metodología de la verificación de este tipo de balanzas se detalla en los pasos siguientes:

1. Se realiza la presentación de rigor de los funcionarios que se acreditan como representantes de la ACODECO ante el propietario de la balanza o su

representante inmediato, y se le dará una breve explicación de lo que se desarrollará.

2. Se inspecciona visualmente la balanza antes de realizar cualquier ensayo, se anotan las características metrológicas como marca de la balanza, clase de exactitud, modelo y número de serie, capacidades máximas y mínimas, mínima división de escala de la balanza y el error máximo tolerado.¹ Las clases de exactitud para las balanzas y sus simbologías son las siguientes:

Exactitud especial	I
Exactitud alta	II
Exactitud media	III
Exactitud corriente	III

Resultados

Verificación de Balanzas

Establecimientos Comerciales Verificados	383
Cantidad de Balanzas Verificadas	1 169
Cantidad de Balanzas sin anomalías	1 059
Cantidad de Balanzas con anomalías	110
Porcentaje de Balanzas sin anomalías	90.59%
Porcentaje de Balanzas con anomalías	9.41%

Año	Balanzas Verificadas
2006	1 120
2007	2 827
2008	998
2009	1 169

¹ Artículo 3.5.2 DGNTI-COPANIT 37-2002

3.5 VERIFICACIÓN DE CONTENIDO NETO DE PRODUCTOS PREEMPACADOS

Objetivos

- Velar porque todos los agentes económicos involucrados en esta actividad cumplan con los parámetros establecidos en las normativas que sirven de marco legal para el desarrollo de 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.
- Garantizarles 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

- Artículo 36 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.
- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 3-421-98. Metrología. Contenido Neto de Preempacados. Requisitos.

Resultados

Resultado de la Verificación

COMERCIOS VISITADOS	LOTE TOTAL	LOTE			
		RECHAZADO	%	ACEPTADO	%
439	157, 572	69, 658	44.21	87 ,914	55.79

DETALLE	A Ñ O S							
	2006		2007		2008		2009	
Lote Total	442 698		163 725		281 466		157 ,572	
Lotes Aceptados	379 ,508	85.73%	143, 864	87.87%	238,934	84.89%	87, 914	55.79%
Lotes Rechazados	63, 190	14.27%	19 861	12.13%	42, 532	15.11%	69, 658	44.21%

3.6 VERIFICACIÓN DE GRASAS Y ACEITES REUTILIZABLES

Objetivos

- El propósito del estudio es determinar de forma objetiva y cualitativa mediante el uso de los materiales de prueba denominado “Monitor de Grasa”, el porcentaje de ácidos grasos libres, que tienen los aceites o mantecas utilizadas para freír en las cadenas de restaurantes de comida rápida, restaurantes populares o de comida

criolla y fondas. De acuerdo a los porcentajes obtenido se recomendará el cambio o filtrado del aceite o grasa que se reutiliza.

Fundamento Legal

- Ley 45 de 31 de octubre de 2007.
- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 87-2005 Tecnología de Alimentos, Aceites y Grasas Comestibles Reutilizadas.
- Guía Técnica DGNTI-COPANIT-1-2005 Tecnología de Alimentos, Aceites y Grasas Comestibles-Procedimiento de Verificación en los Aceites y Grasas Comestibles Reutilizadas.

Resultados

Comercios visitados	Total de freidoras	Freidoras			
		Cumplen	%	No cumplen	%
542	966	945	97.83	21	2.17

Año	Total de Freidoras Verificadas
2006	419
2007	1,311
2008	1,180
2009	966

3.7 ANÁLISIS DE CALIDAD DE LEGUMBRES SECAS

Objetivos

- El objetivo de la investigación es verificar que la calidad de los frijoles, porotos y lentejas que se comercializan en los centros de expendio en Panamá cumpla con las especificaciones determinadas en la Reglamentación Técnica.
- El área de investigación sujetos a la verificación fueron todas las marcas de legumbres secas (porotos, lentejas y frijoles), comercializadas en el mercado nacional. En esta primera etapa se evaluaron los supermercados de Panamá y San Miguelito.

Fundamento Legal

- Ley 45 de 31 de octubre de 2007, Artículo 34, 35, 36 y concordantes.
- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 3-421-98, Metrología. Contenido Neto de Preempacados. Requisitos
- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 30-459-99. Granos Comerciales. Frijol. Requisitos.

- Norma Técnica DGNTI-COPANIT 460-98 Granos Comerciales. Frijol. Métodos de Ensayos.
- Norma Técnica DGNTI-COPANIT 396 Granos y Cereales.
- Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 29-428-99. Granos Comerciales. Lentejas. Requisitos.
- Norma Técnica DGNTI-COPANIT 428-98 Granos Comerciales. Lentejas. Requisitos.
- Para efectos de la prueba de cocción el Reglamento Técnico nos indica que se debe utilizar la Norma Técnica ICAITI 052 h8.

Retiro de Muestras

Poroto y Frijol: debido a la cantidad de gramos estipulado en el Reglamento Técnico para realizar el análisis correspondiente se retiraron la cantidad de doce (12) paquetes de cada una de las variedades que hay en el mercado, las cuales se trasladaron al laboratorio donde se realizaron tres pruebas de 1000 g cada una, para determinar si cumple con lo especificado en el Reglamento Técnico. De los doce (12) paquetes se mantendrán tres (3) paquetes por variedad analizada en el laboratorio como muestra testigo.

Lentejas: En cuanto a las lentejas se retiraron 28 paquetes para realizar tres pruebas de 3,000 g de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Técnico. De estos 28 paquetes de 454g se mantendrán siete (7) paquetes en el laboratorio, como muestra testigo.

Procedimiento de Análisis

En el laboratorio procedimos al análisis de los siguientes parámetros. Cabe mencionar que la verificación de los parámetros de calidad se realizó sólo a los productos que declaraban este aspecto en el etiquetado.

Frijoles y Porotos:

- Rotulado: en el empaque debe aparecer la fecha, la categoría del producto, peso, país de origen y fecha de vencimiento.
- Los factores y grados de calidad:
 - a) Clase: si es Especial, de Primera o de Segunda.
 - b) Impurezas y Quebrados: son todos los materiales diferentes al grano que pueden ser separados mediante cribas o manualmente.
 - c) Quebrado: es todo grano que tenga menos de $\frac{3}{4}$ partes de su tamaño original o que tenga $\frac{1}{4}$ mas de su cutícula removida y que no sea impureza.
 - d) Daños totales: es todo grano entero o pedazo de grano que está evidentemente alterado en su color, olor o apariencia por efectos del

agua, calentamiento, ataque de microorganismos e insectos por germinación o cualquier otra causa.

- e) Granos de contraste: son todos los granos o pedazos de granos que tengan un color diferente a los predominantes en la muestra.
- f) Mezcla de granos: son lotes que contienen varios tipos de granos del mismo género disminuyendo su valor comercial.
- g) Tiempo de cocción en minutos.

Lentejas:

- **Rotulado:** El contenido y la categoría deben ser especificados en el empaque. Las lentejas se designarán por su nombre y calidad: Por ejemplo lenteja de segunda.
- **Calidad:** de acuerdo a sus características de sanidad y aspecto se clasificarán en los granos de Primera, Segunda y Tercera.
- **Características:**
 - a) Impurezas partidas y su piel: Es todo material diferente al grano de lenteja (piedras, pedazos de tallos, otras semillas, etc.)

Partidas: se consideran los granos que tengan menos de $\frac{3}{4}$ partes de su tamaño original y las cuales los cotiledones se mantengan juntos sin cohesión.
Sin piel: es todo grano de lenteja a la cual tres cuartas partes o más de las cutículas han sido removidas.
 - b) Otros daños: Es todo grano entero o pedazo de grano que está evidentemente alterado en su color, olor o apariencia por efectos del agua, calentamiento, ataque de microorganismos e insectos por germinación o cualquier otra causa.
 - c) Infestación: se considera infestado el lote que tenga insectos vivos dañinos para el grano almacenado. Pueden ser plagas primarias o secundarias.
 - d) Ergot: hongo en forma de cuerno o espolón de gallo que se cría en la lenteja.
 - e) Esclerotia: capa externa de la lenteja de color blanco nacarado, gruesa, resistente y fibrosa.

Tanto las lentejas, los frijoles y los porotos deben cumplir con los siguientes requisitos:

1. Secos (no más del 14% de humedad).
2. Limpios (hasta 3% de impurezas y materias extrañas).
3. Libres de insectos.
4. Libres de contaminantes.
5. Libre de micotoxinas.
6. Uniformidad: los lotes de lentejas deberán estar conformados por una misma variedad, es decir mismo color y forma.

Prueba de Cocción

Porotos:

- **Calidad Especial:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 90 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.
- **Calidad de Primera:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 120 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.
- **Calidad de Segunda:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 150 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.

Frijoles:

- **Calidad Especial:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 75 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.
- **Calidad de Primera:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 90 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se

considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.

- **Calidad de Segunda:** Se sometió el producto a cocción por un periodo de 110 minutos, luego se tomaron 50 granos cocidos, y se procedió a presionarlos uno a uno entre el dedo índice y pulgar, y se debe percibir al tacto una masa pastosa uniforme sin grumos o partículas. Si al presionar el grano se separan los cotiledones (unión de las dos mitades del grano), permaneciendo las dos mitades del grano enteras se considera que el producto no está debidamente cocido. Para que se considere satisfactorio el resultado deberán estar cocidos el 100% de los granos verificados.

Resultados

Durante esta investigación se encontraron un total de 114 presentaciones correspondientes a 19 marcas en los establecimientos comerciales que no cumplían con la información comercial requerida y 32 presentaciones de cuatro marcas fueron retiradas para los análisis correspondientes.

Podemos decir entonces que de manera global se investigaron 23 marcas con 146 presentaciones, 32 con información y 114 sin información.

MARCAS VERIFICADAS	PRESENTACIONES	CON INFORMACIÓN	%	SIN INFORMACIÓN	%
23	146	32	21.92	114	78.08

Para análisis de calidad en nuestro laboratorio se retiraron (32) presentaciones correspondientes a (4) marcas, de las cuales (2) presentaron infestación por insectos vivos, razón por la cual no se realizó ningún tipo de análisis, y son consideradas como productos con incumplimiento. A continuación presentamos estos resultados.

PRODUCTO	MARCA	EMPACADOR O DISTRIB.	Tamaño del Lote	CUMPLE
POROTO CHILENO	POLAR	EMPACADORA POLAR	62	NO
CHEEZWISE	POLAR	EMPACADORA POLAR	26	NO
POROTOS ROJOS	POLAR	EMPACADORA POLAR	365	NO
POROTOS MANTEQUILLA	POLAR	EMPACADORA POLAR	49	NO
POROTOS CALIMA	POLAR	EMPACADORA POLAR	67	NO
POROTOS CHEEZWISE	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	44	NO
POROTOS CALIMA	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	35	NO
POROTOS CHILENOS	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	37	NO
POROTOS ROJOS	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	256	NO
POROTOS MANTEQUILLA	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	22	NO
FRIJOLES NEGROS	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	48	NO
FRIJOLES OJINEGROS	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	36	NO
FRIJOLES ROSADO	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	31	NO
FRIJOLES ROJOS	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	29	NO
POROTOS CALIMA	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	33	NO
POROTOS CHILENOS	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	30	NO
POROTOS ROJOS	NUTRITOS	AGENCIAS ESCOFFERY	96	NO
FRIJOLES ROJOS	VIKINGO	DISTRIBUIDORA VIKINGO	18	NO
POROTOS ROJOS	VIKINGO	DISTRIBUIDORA VIKINGO	58	NO
FRIJOLES OJINEGROS	POLAR	EMPACADORA POLAR	56	NO
FRIJOLES DESAYUNO	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	49	NO
FRIJOL ES NEGROS	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	24	NO
FRIJOLES CHIRICANOS ROJOS	POLAR	EMPACADORA POLAR	36	NO
FRIJOLES KIURA	POLAR	EMPACADORA POLAR	20	NO
FRIJOLES NEGROS	POLAR	EMPACADORA POLAR	44	NO
FRIJOLES OJOS NEGROS	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	55	NO
FRIJOLES KIURA	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	25	NO
FRIJOLES CHIRICANOS ROJOS	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	48	NO
FRIJOLES CHIRICANOS BLANCO	EL MACHETAZO	EMPACADORA POLAR	77	NO
FRIJOL DESAYUNO	POLAR	EMPACADORA POLAR	19	NO
FRIJOL CHIRICANO BLANCO	POLAR	EMPACADORA POLAR	52	NO

RESULTADOS DE LA PRUEBA DE COCCIÓN.

Esta prueba sólo es requerida para los frijoles y porotos.

Porotos:

Se sometieron a prueba de cocción un total de 13 presentaciones, obteniendo los siguientes resultados:

Presentaciones	Cumplen	%	No cumplen	%
13	0	0	13	100

Frijoles:

Se sometieron a prueba de cocción un total de 17 presentaciones, obteniendo los siguientes resultados:

Presentaciones	Cumplen	%	No cumplen	%
17	2	11.76	15	88.24

3.8 VERIFICACIÓN DE AGROQUÍMICOS

Objetivos:

- Verificar que las etiquetas de los agroquímicos cumplan con lo establecido en los Reglamentos Técnicos 01-134-98 Plaguicidas. Rótulos y el Reglamento Técnico 02-405-98 Plaguicidas. Panfletos.
- Inspeccionar que los agroquímicos que se venden en el mercado cumplan con lo establecido en el Artículo 36, Obligaciones del Proveedor, Numeral 1 y el Numeral 3, del Título II de la Ley 45.
- Revisar que los agroquímicos que se venden en el mercado, no se encuentren en la listado de los prohibidos o restringidos por el Ministerio de Desarrollo Agropecuario.

Fundamento Legal

- Ley 45 de 31 de octubre de 2007.
- Reglamento Técnico 01-134-98 Plaguicidas. Rótulos.
- Reglamento Técnico 02-405-98 Plaguicidas. Panfletos.

Importancia del Estudio

Es de vital importancia desarrollar el estudio sobre agroquímicos, en especial para los consumidores, ya que los mismos tienen derecho a ser informados de forma clara sobre la forma de aplicación de los mismos, los daños secundarios que pueden causar y, sobre todo, que esa información esté en el idioma oficial del país que es el español.

Resultados:

Cantidad de Establecimientos	Productos Deteriorados	Productos Vencidos	Productos sin Fecha de Vencimiento	Productos sin Panfletos	Productos con Etiquetado en Inglés
12	0	157	82	18	0

Año	Cantidad de Establecimientos	Productos Deteriorados	Productos Vencidos	Productos sin Fecha de Vencimiento	Productos sin Panfletos	Productos con Etiquetado en Inglés
2006	28	2	1,020	1,297	194	2,652
2007	55	57	428	1,230	134	1,696
2008	39	45	309	1,198	48	1,097
2009	12	0	157	82	18	0

3.9 ANÁLISIS FÍSICO-QUÍMICO

Objetivos

- Establecer un sistema de muestreo y análisis que nos permita vigilar la calidad fisicoquímica de los productos que nuestros consumidores están adquiriendo en los diferentes comercios del país.
- Inspeccionar que los productos que se venden en el mercado, en el caso que nos ocupa néctares, cumplan con lo establecido en el Artículo 36 Obligaciones del Proveedor, Numeral 1 del Título II de la Ley 45.
- Analizar las muestras de los diferentes productos y determinar si sus características fisicoquímicas declaradas en el etiquetado cumplen con lo que el consumidor espera obtener al realizar la compra.

Fundamento Legal

- Ley 45 de 31 de octubre de 2007.
- Los diferentes Reglamentos emitidos por la Dirección General de Normas y Tecnología Industrial del MICI.

En cuanto a estos análisis en el 2009 se realizó análisis de vitamina “C”.

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

ANÁLISIS QUÍMICOS CON EL TITULADOR DL58 DE METTLER TOLEDO DETERMINACIÓN DE LA VITAMINA C:

Con el Titulador DL58 se efectúa la determinación de la vitamina C por medio de una titulación voltamétrica.

En la titulación voltamétrica una corriente de polarización constante se aplica en un electrodo de dos pines de platino. La lectura de potencial entre los pines de platino permite la indicación del punto final de equivalencia gracias a la elevación del potencial después del punto de equivalencia. La corriente aplicada es de dos (2) microamperios.

El titulante utilizado es una solución de 2,6-Diclorofenolindofenol 0.01M, la cual debe ser preparada diariamente y verificada su concentración con un solución patrón de ácido ascórbico de 100 mg en 100 ml de agua deionizada. Debe ser almacenado en botellas de vidrio ámbar.

Este mecanismo descrito como preparación para la realización de los análisis es sumamente necesario, ya que esto es lo que nos permite tener confiabilidad en los resultados.

DETERMINACIÓN DE LA DENSIDAD

La determinación de la densidad la efectuamos con el hidrómetro.

DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS SENSORIALES

El análisis sensorial es el examen de las propiedades organolépticas de un producto. El término organoléptico se refiere a los atributos de un producto que son perceptibles por los órganos de los sentidos.

RESULTADOS DE ANÁLISIS FÍSICO-QUÍMICO

CONTENIDO DE VITAMINA C

El contenido de vitamina C lo declaran en la etiqueta en base a una dieta de 2,000 calorías.

Para una dieta de 2,000 calorías un individuo debe ingerir 60 mg de vitamina C. De acuerdo al resultado de análisis calculamos los mg de vitamina C en el envase y el porcentaje con respecto a los 60 mg de vitamina C. Comparamos con el porcentaje declarado en la etiqueta para verificar el cumplimiento de esta información. A continuación los resultados encontrados.

Producto	Marca	tamaño(ml)	ANÁLISIS DE VITAMINA C		
			Declarado (%)	Encontrado (%)	Cumple
Néctar de Piña	Petit	200	100	126	SI
Néctar de Melocotón	Del Frutal	200	100	161	SI
Néctar de Pera	Del Campo	200	152	0	NO
Bebida de Mezcla de Moras	V8 Splash	200	100	147	SI
Jugo de Naranja	Campestre	250	120	76	NO
Bebida de Melocotón	HI - C	250	100	215	SI
Néctar de Piña	Del Monte	330	100	172	SI
Bebida Ponche de Frutas	Del Prado	330	100	506	SI
Bebida Cramberry	Welch's	296	100	105	SI
Néctar de Mango	Del Frutal	200	100	149	SI
Jugo de Piña	Dole	177	100	150	SI
Jugo de Uva	Minute Maid	200	100	186	SI
Jugo de Manzana	Treetop	200	100	195	SI
Jugo de Naranja	Bonlac	237	100	177	SI
Bebida de Manzana	Bonlac	237	100	161	SI

ANÁLISIS SENSORIAL

Las muestras fueron analizadas por el panel sensorial y cada atributo fue calificado con la siguiente escala hedónica: 9-buenísimo, 8-muy bueno, 7-bueno, 6-algo bueno, 5-ni bueno ni malo, 4-algo malo, 3-malo, 2-muy malo, 1-malísimo. De acuerdo a los resultados clasificamos los productos en orden descendente desde el producto con mayor calidad sensorial al de menor calidad sensorial.

Producto	Marca	Origen	ANÁLISIS SENSORIAL					Prom.	Cumple
			Color	Olor	Sabor	Aspecto	Textura		
Néctar de Mango	Del Frutal	Panamá	8	8	8	7	7	7.5333	Si
Néctar de Piña	Petit	El Salvador	7	7	7	7	7	6.8444	Si
Bebida de Manzana	Bonlac	Panamá	7	7	7	7	7	6.7778	Si
Jugo de Naranja	Bonlac	Panamá	7	7	6	7	7	6.6889	Si
Jugo de Naranja	Campestre	El Salvador	7	7	6	7	6	6.6222	Si
Jugo de Uva	Minute Maid	USA	6	7	7	6	7	6.6222	Si
Jugo de Manzana	Treetop	USA	7	7	6	7	7	6.6000	Si
Néctar de Melocotón	Del Frutal	Panamá	7	6	6	7	7	6.5778	Si
Bebida Ponche de Frutas	Del Prado	Panamá	7	6	6	6	7	6.5333	Si
Bebida de Melocotón	HI - C	Costa Rica	7	7	6	6	6	6.3556	Si
Bebida Cramberry	Welch's	U.S.A.	7	6	6	7	6	6.3556	Si
Bebida de Mezcla de Moras	V8 Splash	Guatemala	7	6	5	6	7	6.1333	Si
Néctar de Pera	Del Campo	Costa Rica	6	6	6	6	7	6.1111	Si
Jugo de Piña	Dole	Filipina	7	6	5	6	6	6.0222	Si
Néctar de Piña	Del Monte	Guatemala	7	6	5	6	6	5.9556	Si

CONTENIDO NETO

En cada muestra se determinó el volumen contenido y se comparó con lo declarado en el envase encontrando los siguientes resultados:

Producto	Marca	CONTENIDO NETO			
		Declarado(ml)	Mínimo Permitido (ml)	Encontrado(ml)	Cumple
Néctar de Piña	Petit	200	191	207	SI
Néctar de Melocotón	Del Frutal	200	191	205	SI
Néctar de Pera	Del Campo	200	191	201	SI
Bebida de Mezcla de Moras	V8 Splash	200	191	205	SI
Jugo de Naranja	Campestre	250	241	257	SI
Bebida de Melocotón	HI - C	250	241	250	SI
Néctar de Piña	Del Monte	330	321	330	SI
Bebida Ponche de Frutas	Del Prado	330	321	337	SI
Bebida Cramberry	Welch's	296	287	300	SI
Néctar de Mango	Del Frutal	200	191	205	SI
Jugo de Piña	Dole	177	169	184	SI
Jugo de Uva	Minute Maid	200	191	201	SI
Jugo de Manzana	Treetop	200	191	200	SI
Jugo de Naranja	Bonlac	237	228	239	SI
Bebida de Manzana	Bonlac	237	228	238	SI

CUMPLE CON NORMA DE ETIQUETADO									
Producto	Marca	Nombre	Fruta %	Ingredientes	Vence	Cont.	Nombre/ Dirección	País	Lote
Néctar de Piña	Petit	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Néctar de Melocotón	Del Frutal	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Néctar de Pera	Del Campo	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Bebida de Mezcla de Moras	V8 Splash	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Jugo de Naranja	Campestre	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Bebida de Melocotón	HI – C	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Néctar de Piña	Del Monte	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Bebida Ponche de Frutas	Del Prado	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Bebida Cramberry	Welch's	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Néctar de Mango	Del Frutal	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Jugo de Piña	Dole	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Jugo de Uva	Minute Maid	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Jugo de Manzana	Treetop	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Jugo de Naranja	Bonlac	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Bebida de Manzana	Bonlac	SI	N/A	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Resultados de la verificación de la información al consumidor con lo que establece el Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 31-53-99 FRUTAS Y LEGUMBRES, ENVASADAS, NÉCTARES DE FRUTAS, JUGOS DE FRUTAS, GENERALIDADES:

De las 15 muestras analizadas en Vitamina C resultaron que cumplen 13 muestras lo que representa un 87% y 2 muestras no cumplen que representan un 13%. En lo que respecta a Contenido Neto, 15 muestras cumplen con lo anunciado lo que representa un 100%; en el análisis sensorial el 100% de las muestras cumplen; mientras tanto, lo que concierne a la información al consumidor, 15 muestras cumplen lo que representa un 100% .

ESTADÍSTICA DE CUMPLIMIENTO

MUESTRA/AÑO/ANÁLISIS	VITAMINA C	CONTENIDO NETO	ANÁLISIS SENSORIAL	INFORMACION ETIQUETADO
2007				
MARCAS	12	12	12	12
CUMPLEN	7 (58%)	12 (100%)	12 (100%)	12 (100%)
NO CUMPLEN	5 (42%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
2009				
MARCAS	15	15	15	15
CUMPLEN	13 (87%)	15 (100%)	15 (100%)	15 (100%)
NO CUMPLEN	2 (13%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

4. INVESTIGACIÓN AL CONSUMIDOR

Dentro del marco operacional de la ACODECO, el Departamento de Investigación juega un papel importante en la tramitación de los procesos administrativos surtidos en esta Institución.

Desde la creación de la ACODECO, este Departamento ha evolucionado no sólo en el aspecto físico, sino en las actividades inherentes a los casos allí tramitados. En tal sentido, la actual Administración ha procurado incrementar el número de profesionales y personal de apoyo, pasando de un Departamento de ocho personas a uno de más de treinta colaboradores.

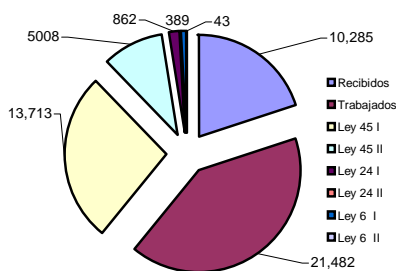
Desde diciembre del 2008 a noviembre del 2009, hemos recibido 10.285 expedientes nuevos; los que sumados a los ya existentes en el Departamento arrojan un gran total de 21,482 expedientes trabajados durante el mencionado período. De ese total, 13,713 corresponden a procesos administrativos relacionados a infracciones a la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, entre los cuales podemos mencionar, infracciones a las obligaciones del proveedor, normas metrológicas, Decretos de Gabinete referentes al precio máximo de venta de combustibles y gas en tanques de 25 libras. A ello, podemos añadir que se presentaron 5,008 apelaciones las cuales igualmente se tramitan en el Departamento para ser resueltos por el Despacho Superior.

En cuanto a la Ley de Historial de Crédito, trabajamos 862 expedientes en primera instancia y 170 apelaciones, mientras que por infracciones a la Ley No. 6 de 1987 y sus modificaciones, mejor conocida como Ley de Jubilados y Pensionados, se registraron 389 expedientes de los cuales se apelaron 43.

Es importante resaltar el trabajo realizado por la Sección de Notificación del Departamento de Investigación, que realizó **8,611** diligencias de notificaciones, que comparadas con las **6,905** realizadas en año anterior, representa un incremento de 1,706 diligencias adicionales.

Podemos mencionar además, que durante el período analizado se impusieron en concepto de multas la suma de **B/ 2,437,960.00**; registrándose **B/ 1,820,600.00** más que el período anterior.

Cantidad de Expedientes Gestionados



5. VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD

El área de Veracidad de la Publicidad está encargada de verificar que la publicidad que se difunde a través de los diferentes 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, llegue al consumidor de forma veraz.

La verificación de mercado en materia de ventas especiales que comúnmente conocemos como ofertas, rebajas, baratillos o liquidaciones, es otra de las funciones que realiza el personal, con el objeto que lo anunciado a través de la publicidad se cumpla. Para estos casos debe indicarse el nuevo precio junto al menor precio que el bien hubiere sido vendido dentro de los 3 meses anteriores, lo cual deberá expresarse en caracteres de similar tamaño, con buen realce y visibilidad. Si se tratare de una venta especial por porcentaje, descuento o rebaja se deberá indicar el precio y el porcentaje a rebajar, es decir, el precio indicado se entiende que no cuenta con el porcentaje descontado; cuando los bienes se oferten en conjunto, bastará con la indicación genérica del descuento aplicable, es decir, sin necesidad que conste individualmente.

Además, deberá indicarse 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, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

Con la entrada en vigencia del Decreto Ejecutivo No 46 de 23 de junio de 2009, que reglamenta el Título II de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, esta área ha tomado más fuerza al establecer que las aclaraciones de la publicidad, entendiéndose por ésta los cintillos o llamados de atención deben ser proporcionales al resto del anuncio, y deberá durar como mínimo, la mitad del tiempo que dura la publicidad televisiva. En el caso de la radio, las aclaraciones deberán colocarse al final de la pauta publicitaria y a la misma velocidad. Si procede la rectificación de la publicidad, el anuncio publicitario indicará de manera expresa, que la rectificación se efectúa por “mandato de la Autoridad” y el formato, dimensiones, tiempo de duración, forma y oportunidad de la difusión, serán aprobados por la Autoridad.

Las denuncias y quejas de los consumidores que se ven afectados en un momento dado por una publicidad; también son atendidas, en ocasiones, la omisión de información, información no veraz o que no le han cumplido con lo ofrecido a través de la publicidad.

Estas investigaciones que se realizan pueden ser por denuncia o queja de un consumidor, así como de manera oficiosa, que es el porcentaje mayor de casos que se verifican de veracidad de la publicidad. En muchas ocasiones conlleva ordenarle al agente económico proceder a la suspensión y rectificación de la publicidad.

OPERATIVOS ESPECIALES

Panamá es uno de los países donde se desarrollan diferentes tipos de eventos artísticos, por lo cual el personal de esta sección es participe de la verificación de estos eventos, 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 las Casos Solucionados a Favor del Consumidor en el Departamento de Veracidad de la Publicidad

Período: Enero - Noviembre 2009

RESULTADO O SOLUCIÓN	CASOS	% de CASOS	MONTO (B/.)
DENUNCIA/OFICO			
RECTIFICÓ	121	37.9	0.00
SUSPENDIÓ	152	47.6	0.00
SUSPENDIÓ / RECTIFICÓ	15	4.7	0.00
QUEJAS			
HONRARON	18	5.6	68.00
DESISTIMADA	5	1.6	0.00
ABANDONADA	7	2.2	0.00
ACUERDO	0	0.0	0.00
DEVOLUCIÓN	1	0.3	*182,430.30
TOTALES	319	100.0	182,498.30
NOTA: Cuadro de resultados elaborado el 03-12-09.			
Fuente: ACODECO			
Observaciones: * La queja fue presentada por un consumidor que compró un apartamento, llegaron a un acuerdo y se realizó una devolución por la suma de B/. 182,430.00			

Cuadro de Casos Tramitados en el Departamento de Veracidad de la Publicidad

Período: Enero - Noviembre 2009

MOTIVOS		CASOS	% de CASOS	MONTO (B/.)
POR QUEJAS	FALTA DE INFORMACIÓN	0	0.0	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	7	0.9	0.00
	NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	0	0.0	0.00
	NO CUMPLIERON CON LA PUBLICIDAD	9	1.1	182,430.30
	PUBLICIDAD CONFUSA	0	0.0	0.00
POR DENUNCIA	CINTILLO NO LEGIBLE	2	0.2	0.00
	FALTA DE INFORMACIÓN	16	2.0	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	74	9.2	0.00
	NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	0	0.0	0.00
	NO CUMPLIERON CON LA PUBLICIDAD	49	6.1	0.00
	NO INDICA LA FECHA DE DURACIÓN	1	0.1	0.00
	HASTA AGOTAR EXISTENCIA	1	0.1	0.00
	PUBLICIDAD CONFUSA	2	0.2	0.00
POR OFICIO	APLICAN RESTRICCIONES	42	5.2	0.00
	CINTILLO NO LEGIBLE	43	5.3	0.00
	FALTA DE INFORMACIÓN	28	3.5	0.00
	HASTA AGOTAR EXISTENCIA	37	4.6	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	20	2.5	0.00
	PUBLICIDAD CONFUSA	18	2.2	0.00
	REMISIÓN A OTRA FUENTE	3	0.4	0.00
	NO INDICA LA FECHA DE DURACIÓN	252	31.3	0.00
	VENTA ESPECIAL NO INDICA QUE LA VENTA ES PARCIAL	3	0.4	0.00
	VENTA ESPECIAL NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	28	3.5	0.00
	VENTA ESPECIAL NO INDICA LA FECHA DE DURACIÓN	44	5.5	0.00
	VENTA ESPECIAL SAN FALTA	125	15.5	0.00
TOTAL		804	100.0	182,430.30
POR OFICIO	VERIFICACIÓN	45	100.0	0.00

Fuente: ACODECO

OPERATIVO DE AUTOS USADOS



CAPACITACIÓN A AGENTES ECONÓMICOS



6. MONITOREO DE PRECIOS Y VERIFICACIÓN

Es el Departamento encargado de defender y proteger los derechos de los consumidores a través de la verificación y fiscalización periódica de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado; además de velar y preservar la libre y eficiente competencia económica a través de trabajos de investigación, seguimiento de los precios, inventarios que aseguran un adecuado suministro del mercado local y registro electrónico de datos que brindan información básica y necesaria para inferir sobre el comportamiento comercial nacional.

Se programan y realizan encuestas periódicas de mercado: de productos de la Canasta Básica de Alimentos, productos de consumo masivo, medicamentos, combustible, entre otros bienes y servicios, a fin de mantener informados a los consumidores; se participa conjuntamente con otras instituciones del Estado en inventarios físicos de productos agropecuarios para garantizar el debido abastecimiento. Se mantiene un centro de

recopilación, procesamiento y ordenamiento electrónico de los datos estadísticos esenciales sobre diversos bienes y servicios, Canasta Básica y demás rubros.

**AUTORIDAD DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA
Departamento de Información de Precios y Verificación
RESUMEN DE ACTIVIDADES REALIZADAS POR DIPREV:
al 21 de diciembre de 2009**

ACTIVIDAD	2009	
	Cantidad	Visitas a establecimientos
		17,083
ENCUESTAS ESPECIALES (1)	95	2,078
CBA Y CONSUMO MASIVO (ENCUESTAS)	751	9,672
MEDICAMENTOS (ENCUESTAS) (2)	78	1,200
COMBUSTIBLES (ENCUESTAS)	25	2,660
TOTAL ENCUESTAS...	949	-
MEDICAMENTOS-VERIFICACION	0	1,473
INVENTARIOS (3)	9	-
REUNIONES - COMISIONES CONSULTIVAS	13	-
INFORMES (4)	168	-
BOLETÍN DE PRECIOS	192	-
MEDICAMENTOS RETIRADOS Y ENVIADOS AL MINSA PARA DESTRUCCIÓN	11,553	-
MEDICAMENTOS RETIRADOS PARA INVESTIGACIÓN POR PROCEDENCIA DUDOSA	631	-
COMUNICACIONES DE PRECIOS DE MEDICAMENTOS RECIBIDAS	934	-

(1) Bienes y Servicios (Colegios Particulares, Universidades, Talleres, Materiales de Construcción).

(2) Antihipertensivos, insulinas, antigripales, etc.

(3) Arroz, papas, cebolla, maíz, café y leguminosas.

(4) Incluye Informes de CBA, Costos más bajos CBA, Combustible, Precio más bajo Combustible, CBA provincias, Informe de productos de consumo masivo, Informe CONCADECO

No incluye número de visitas a establecimientos incluidos en los inventarios.

Fuente: ACODECO

6.1 CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS

En relación a la Canasta Básica de Alimentos (CBA), podemos señalar, que hemos sido constantes en la implementación del nuevo enfoque a la investigación para el análisis de este tema, con la finalidad de brindarle a los consumidores panameños información detallada, haciendo énfasis en mostrar los costos reales, tanto mínimos como máximos, así como los establecimientos que puedan significar la mejor opción en cuanto a precios, para coadyuvar efectivamente en la toma de decisiones al momento de adquirir los productos que conforman la Canasta Básica de Alimentos (CBA).

En este sentido podemos señalar, con toda objetividad, lo siguiente:

De enero a noviembre de 2009, al momento de redactar esta información, el menor costo para adquirir los 50 productos de la Canasta Básica de Alimentos, lo encontramos en el Distrito de San Miguelito, en la cadena de Supermercados Xtra, alternándose los establecimientos ubicados en Pan de Azúcar y Ojo de Agua. Esto puede explicarse por el alto nivel de competencia existente en el sector y por el perfil socioeconómico de su población consumidora. Cabe destacar que el costo de la Canasta Básica de Alimentos se

ha estabilizado durante el transcurso de 2009, regresando a niveles que mostraba entre julio y diciembre de 2008, por lo que siempre recomendamos hacer buen uso de la información recopilada para conseguir costos inferiores al promedio registrado, inclusive en años anteriores. De esta manera la población, sobretodo las administradoras del hogar, pueden hacer el mejor uso de la data oportuna disponible en beneficio de la familia panameña y todos los consumidores en general.

Por otro lado, los precios más altos para el 2009, se ubicaron en el Corregimiento de Bella Vista, en la cadena de supermercados Riba Smith. Es importante indicar que en este tipo de informe no se toman consideraciones de calidad ni el servicio que ofrezca cada establecimiento comercial. La variable principal tomada es el precio de cada producto homogéneo, con similar unidad de medida y presentación.

Precio más Bajo de la Canasta Básica de Alimentos, según encuesta de precios realizada en los principales supermercados de los Distritos de Panamá, San Miguelito, La Chorrera y Arraiján, por mes: Enero a Noviembre de 2009

Mes	2009		
	Sector	Supermercado	Costo Más Bajo
Enero	San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	227.24
Febrero	San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	233.07
Marzo	San Miguelito	Xtra, Ojo de Agua	235.10
Abril	San Miguelito	Xtra, Ojo de Agua	225.25
Mayo	San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	218.64
Junio	Juan Díaz	Xtra, Las Acacias	227.80
Julio	Arraiján	Xtra, Arraiján	225.88
Agosto	Arraiján	Xtra, Arraiján	230.24
Septiembre	San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	226.95
Octubre	San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	219.79
Noviembre	San Miguelito	Xtra, Ojo de Agua	225.73

Fuente: ACODECO.

6.2 LA CANASTA DEL AHORRO

Conscientes del comportamiento de la evolución del costo de los alimentos que conforman la Canasta Básica de Alimentos, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, en coordinación con el Gobierno Nacional, han sostenido una campaña masiva de divulgación, sobre los 15 productos más representativos ó de mayor consumo, para detectar los establecimientos que ofrecen la mejor opción de compra en su momento, así como también para fomentar e incentivar la competencia entre los distintos agentes económicos; de manera que la población tuviese acceso a toda la información oportuna sobre este sensitivo tema.

Productos que la componen:

Leche en Polvo (400 g).	Babilla (libra)	Pan Molde (15 a 18 oz)
Leche Evaporada (170 g)	Pollo Limpio (libra)	Macarrón (425 gr)
Leche Fresca grado "A" (1/4 gl.)	Corvina (libra)	Aceite Vegetal (1/2 gl)
Queso Amarillo (libra)	Poroto (libra)	Salsa de Tomate (170 g)
Huevos Empacados (docena)	Arroz de Primera (5 libras)	Azúcar (libra)

Variación Absoluta y Porcentual del Costo de la Canasta Popular de Alimentos en los diferentes supermercados de los distritos de Panamá, San Miguelito, La Chorrera y Arraiján
Fecha: Cuarta semana noviembre y primera semana de diciembre de 2009

SECTOR	SUPERMERCADO	CADENA	Cuarta Semana Nov 2009	Primera Semana Dic 2009	Variación Absoluta Ira. Sem Dic/4ta. Sem Nov 2009	Variación Porcentual Ira. Sem Dic/4ta. Sem Nov 2009
BELLA VISTA	CASA/CARNE EL CANGREJO	CASA DE LA CARNE	144.67	144.58	-0.10	-0.07%
SAN FRANCISCO	CASA/CARNE VIA PORRAS	CASA DE LA CARNE	142.01	148.07	6.06	4.26%
SAN MIGUELITO	EL FUERTE	EL FUERTE	131.26	131.52	0.27	0.20%
SANTA ANA Y CALIDONIA	EL MACHETAZO CALIDONIA	EL MACHETAZO	135.31	138.71	3.41	2.52%
JUAN DIAZ	EL MACHETAZO METROMALL	EL MACHETAZO	143.37	140.99	-2.38	-1.66%
VISTA ALEGRE Y VACAMONTE	EL MACHETAZO NVO. ARRAIJÁN	EL MACHETAZO	136.70	140.64	3.95	2.89%
TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	EL MACHETAZO PUNTA DEL ESTE	EL MACHETAZO	133.90	137.52	3.62	2.70%
SAN MIGUELITO	EL MACHETAZO SAN MIGUELITO	EL MACHETAZO	134.83	138.38	3.54	2.63%
SANTA ANA Y CALIDONIA	EL MACHETAZO SANTA ANA	EL MACHETAZO	137.90	136.44	-1.46	-1.06%
LA CHORRERA	EL PUEBLO No.1 LADO DE EDEMET	EL PUEBLO	145.35	143.02	-2.33	-1.60%
LA CHORRERA	EL PUEBLO No.2 MERCADO PUBLICO	EL PUEBLO	146.23	142.91	-3.31	-2.26%
PUEBLO NUEVO	REY 12 DE OCTUBRE	EL REY	142.73	142.90	0.17	0.12%
SANTA ANA Y CALIDONIA	REY BOMBERO SANTA ANA	EL REY	144.00	138.70	-5.30	-3.68%
SAN FRANCISCO	REY CALLE 50	EL REY	141.85	143.07	1.22	0.86%
PARQUE LEFEVRE	REY CHANIS	EL REY	145.39	141.80	-3.58	-2.46%
BETHANIA	REY EL DORADO	EL REY	142.96	146.20	3.24	2.26%
LA CHORRERA	REY LA CHORRERA	EL REY	149.21	147.21	-2.00	-1.34%
SAN MIGUELITO	REY MILLA 8	EL REY	148.10	152.76	4.66	3.15%
BELLA VISTA	REY VIA ESPAÑA	EL REY	148.53	149.15	0.61	0.41%
SAN MIGUELITO	REY VILLA LUCRE	EL REY	144.85	141.39	-3.46	-2.39%
VISTA ALEGRE Y VACAMONTE	REY VISTA ALEGRE	EL REY	146.83	146.50	-0.34	-0.23%
VISTA ALEGRE Y VACAMONTE	EL TAJONAZO (NVO. ARRAIJÁN)	EL TAJONAZO	138.65	140.26	1.60	1.16%
VISTA ALEGRE Y VACAMONTE	EL TAJONAZO (VACAMONTE)	EL TAJONAZO	137.86	139.82	1.96	1.42%
PUEBLO NUEVO	GARZÓN PLAZA AGORA	GARZÓN	146.99	143.11	-3.88	-2.64%
LA CHORRERA	LA PROSPERIDAD No. 1	LA PROSPERIDAD	144.83	142.50	-2.33	-1.61%
TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	MR. PRECIO BELÉN	MR. PRECIO	142.66	141.29	-1.36	-0.96%
TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	MR. PRECIO MAÑANTA	MR. PRECIO	144.12	140.06	-4.06	-2.82%
JUAN DIAZ	MR. PRECIO TEREMAR	MR. PRECIO	137.31	137.36	0.05	0.04%
SAN MIGUELITO	MR. PRECIO TORRIJOS CARTER	MR. PRECIO	136.71	134.99	-1.73	-1.26%
BELLA VISTA	RIBA SMITH BELLA VISTA	RIBA SMITH	145.37	144.84	-0.53	-0.37%
BELLA VISTA	RIBA SMITH TRANSISTMICA	RIBA SMITH	146.30	147.29	0.99	0.67%
TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	99 24 DE DICIEMBRE	Super 99	141.09	138.61	-2.48	-1.76%
BETHANIA	99 BETHANIA	Super 99	142.24	141.69	-0.55	-0.39%
PARQUE LEFEVRE	99 CHANIS	Super 99	141.62	144.83	3.20	2.26%
BETHANIA	99 DORADO	Super 99	143.43	142.31	-1.12	-0.78%
LA CHORRERA	99 LA CHORRERA	Super 99	139.99	142.84	2.85	2.04%
SANTA ANA Y CALIDONIA	99 LA CUCHILLA CALIDONIA	Super 99	140.96	138.02	-2.94	-2.09%
SAN MIGUELITO	99 LAS CUMBRES	Super 99	141.70	142.10	0.40	0.28%
SAN MIGUELITO	99 LOS ANDES SAN MIGUELITO	Super 99	141.63	141.07	-0.57	-0.40%
JUAN DIAZ	99 LOS PUEBLOS	Super 99	142.95	142.34	-0.60	-0.42%
JUAN DIAZ	99 PEDREGAL	Super 99	141.17	140.94	-0.24	-0.17%
JUAN DIAZ	99 PLAZA TOCUMEN	Super 99	140.88	140.81	-0.07	-0.05%
PARQUE LEFEVRE	99 PORTOBELO	Super 99	141.00	140.84	-0.16	-0.11%
SAN FRANCISCO	99 SAN FRANCISCO	Super 99	141.19	141.63	0.44	0.31%
SAN MIGUELITO	99 SAN MIGUELITO	Super 99	141.13	140.30	-0.83	-0.59%
BETHANIA	99 TUMBA MUERTO	Super 99	141.19	141.63	0.44	0.31%
SAN FRANCISCO	99 VIA PORRAS	Super 99	143.01	142.43	-0.58	-0.40%
PUEBLO NUEVO	99 VISTA HERMOSA	Super 99	141.73	140.75	-0.98	-0.69%
TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	XTRA 24 DE DICIEMBRE	XTRA	123.69	125.04	1.35	1.09%
VISTA ALEGRE Y VACAMONTE	XTRA ARRAIJÁN	XTRA	127.32	125.87	-1.45	-1.14%
JUAN DIAZ	XTRA JUAN DIAZ	XTRA	128.29	128.22	-0.06	-0.05%
LA CHORRERA	XTRA LA CHORRERA	XTRA	127.56	128.37	0.81	0.63%
JUAN DIAZ	XTRA LAS ACACIAS	XTRA	126.20	127.77	1.57	1.25%
JUAN DIAZ	XTRA LOS PUEBLOS	XTRA	125.84	125.20	-0.64	-0.51%
SAN MIGUELITO	XTRA OJO DE AGUA	XTRA	125.11	124.41	-0.70	-0.56%
SAN MIGUELITO	XTRA PAN DE AZUCAR	XTRA	125.66	125.21	-0.45	-0.36%

Nota: El resaltado indica que este establecimiento bajó los precios en la primera semana de diciembre con respecto a la cuarta semana de noviembre 2009

Fuente: ACODECO

Al comparar la cuarta semana de noviembre pasado y la primera semana de diciembre, observamos disminuciones en el costo de la Canasta del Ahorro en 33 de los 52 establecimientos encuestados, lo que en términos relativos representa el 63.46% del total encuestado, que reflejaron costos menores a la semana anterior. Además, percibimos el incremento de la competencia entre los agentes económicos monitoreados, incluso entre establecimientos de una misma cadena de supermercados. Cabe destacar que aún

mantenemos la dinámica de realizar esta encuesta con la finalidad de tener toda la información recopilada al servicio del consumidor panameño.

La ACODECO ha sido constante en su intensa campaña de divulgación de la información de los supermercados con el precio más bajo por sector o área de la Canasta del Ahorro, a través de medios masivos (prensa escrita, radio y televisión).

LA CANASTA BASICA DEL AHORRO
SEGUNDA SEMANA DE NOVIEMBRE DE 2009

PRECIOS MAS BAJOS PRECIOS MAS ALTOS

COMPARA PRECIOS

Costo de la canasta popular según consumo mensual para una familia de aproximadamente cuatro miembros.

SECTOR	SUPERMERCADO	Costo B/	SECTOR	SUPERMERCADO	Costo B/
SANTA ANA	REY BOMBERO SANTA ANA	146.49	TOCUMEN 24 DE DICIEMBRE	99 24 DE DICIEMBRE	140.98
	EL MACHETAZO SANTA ANA	133.69		EL MACHETAZO PUNTA DEL ESTE	129.55
CALIDONIA	99 LA CUCHILLA CALIDONIA	145.63	MR. PRECIO BELEN	141.21	
	EL MACHETAZO CALIDONIA	135.04	MR. PRECIO MAÑANITA	146.21	
BELLA VISTA	CASA/CARNE EL CANGREJO	149.05	XTRA 24 DE DICIEMBRE	126.45	
	REY VIA ESPAÑA	148.49	99 LAS CUMBRES	142.72	
	RIBA SMITH BELLA VISTA	152.98	99 LOS ANDES SAN MIGUELITO	141.28	
BETHANIA	RIBA SMITH TRANSISTMICA	153.60	99 SAN MIGUELITO	139.37	
	99 BETHANIA	142.09	EL FUERTE	132.59	
	99 DORADO	143.06	EL MACHETAZO SAN MIGUELITO	133.32	
PUEBLO NUEVO	99 TUMBA MUERTO	142.24	MR. PRECIO TORRIJOS CARTER	140.82	
	REY EL DORADO	140.12	REY MILLA 8	145.31	
	99 VISTA HERMOSA	141.60	REY VILLA LUCRE	145.34	
SAN FRANCISCO	GARZÓN PLAZA AGORA	147.45	XTRA OJO DE AGUA	124.13	
	REY 12 DE OCTUBRE	146.42	XTRA PAN DE AZUCAR	124.64	
	99 SAN FRANCISCO	143.65	EL MACHETAZO NVO. ARRAJUÁN	138.82	
PARQUE LEFEVRE	99 VIA PORRAS	142.25	EL TAJONAZO (NVO. ARRAJUÁN)	134.38	
	CASA/CARNE VIA PORRAS	148.49	EL TAJONAZO (VACAMONTE)	137.24	
JUAN DIAZ	REY CALLE 50	148.73	REY VISTA ALEGRE	144.89	
	99 CHANIS	141.86	XTRA ARRAJUÁN	126.85	
	99 PORTOBELO	141.53	99 LA CHORRERA	141.00	
LA CHORRERA	REY CHANIS	153.18	EL PUEBLO No. 1 LADO DE EDEMET	146.25	
	99 LOS PUEBLOS	141.84	EL PUEBLO No. 2 MERCADO PÚBLICO	146.46	
	99 PEDREGAL	140.39	LA PROSPERIDAD No. 1	144.45	
	99 PLAZA TOCUMEN	140.79	REY LA CHORRERA	147.79	
	MR. PRECIO TEREMAR	144.62	XTRA LA CHORRERA	124.95	
	XTRA JUAN DIAZ	129.52			
	XTRA LAS ACACIAS	123.46			
	XTRA LOS PUEBLOS	128.47			

FUENTE: Datos recopilados por la ACODECO - **NOTA:** Los precios pueden variar desde el momento de la recopilación hasta su publicación.

Los invitamos a visitar nuestros módulos en Albrook Mall (horario de 11:00 a.m. a 7:00 p.m.) y Los Puntos (10:00 a.m. a 6:00 p.m.) de martes a sábado.

Entérate de cuáles establecimientos tienen los mejores precios de la Canasta Básica del Ahorro, sintonizando el programa: **CUIDA TU BOLSILLO** Lunes a viernes de 7:00 a 7:30 a.m. por

PRODUCTOS INCLUIDOS EN LA CANASTA POPULAR

Leche en Polvo	Macarón	Pollo limpio
Arroz de Primera	Queso Amarillo	Azúcar
Leche Evaporada	Aceite Vegetal	Corvina
Pan de Molde	Babilla	Huevos empacados
Leche fresca grado A	Salsa de tomate	Porotos

PARA MAYOR INFORMACIÓN: PANAMÁ: 510-1300 / LA CHORRERA: 253-1295 / CHIRIQUÍ: 775-2536 / 24 DICIEMBRE: 295-6913
BOCAS DEL TORO: 758-5396 / COCLE: 997-9423 / COLÓN: 475-0600 / HERRERA: 996-1791 / VERAGUAS: 998-4302

UN FUTURO MEJOR PARA TODOS

Otras de las actividades de importancia que realiza el Departamento de Información de Precios y Verificación son los Inventarios Nacionales de Rubros Agrícolas, ya que suministran los datos necesarios para estimar el abastecimiento adecuado del mercado

nacional de manera oportuna. Entre estos podemos mencionar que se realizaron durante el año 2009 los siguientes: arroz (3), café (1), maíz (1), papa y cebolla (5).



6.3 CEMENTO

El mercado de cemento es un mercado que por sus características al tener una demanda inelástica, resulta ser un mercado importante y estratégico para el desarrollo nacional, no sólo por el desarrollo de la construcción en el ámbito privado, sino también en el social.

El mismo se caracteriza por tener una estructura oligopólica, dado que sólo participan dos empresas en la producción y en un canal de comercialización dominado por los distribuidores y los transformadores.

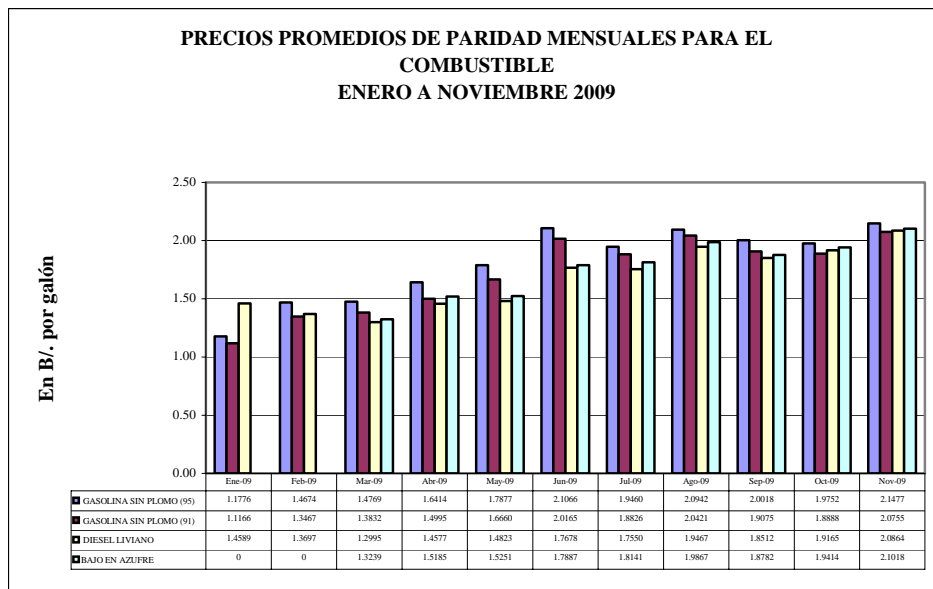
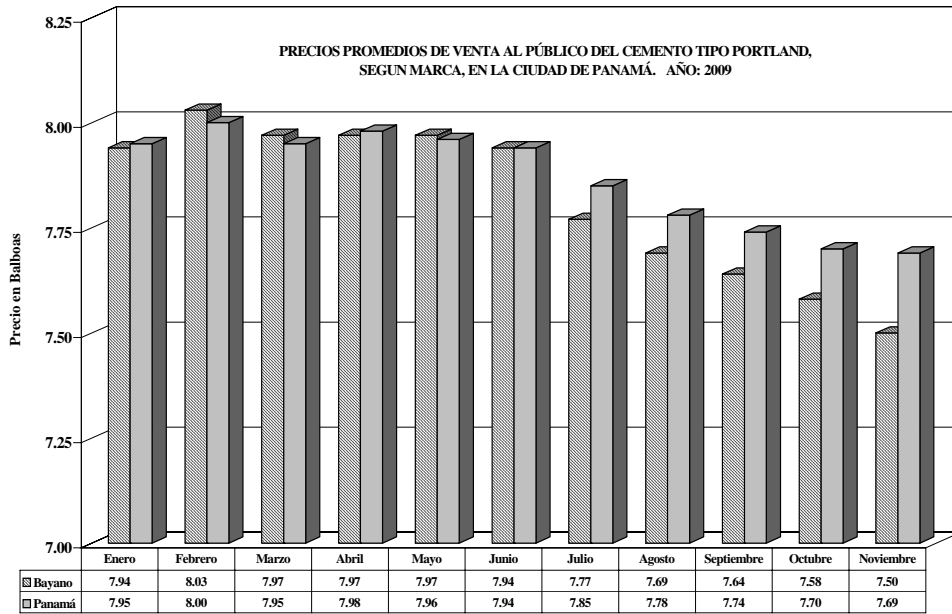
La producción de cemento en Panamá ha sido una actividad que se ha desarrollado de forma paralela con la actividad de la construcción (urbanística, infraestructura, etc.), a lo largo de muchas décadas.

El mercado del cemento atravesó por situaciones que a corto y mediano plazo dieron visos de una mayor expansión, ante las actuales circunstancias coyunturales y estructurales del mercado, salvo situaciones adversas que afecten en lo futuro a la industria de la construcción. El mercado inmobiliario ha dado muestras hasta ahora de una estabilidad financiera y capacidad de recursos para continuar expandiendo los proyectos de inversión. Esto deja un entorno macroeconómico favorable a esta industria.

6.4 COMBUSTIBLE

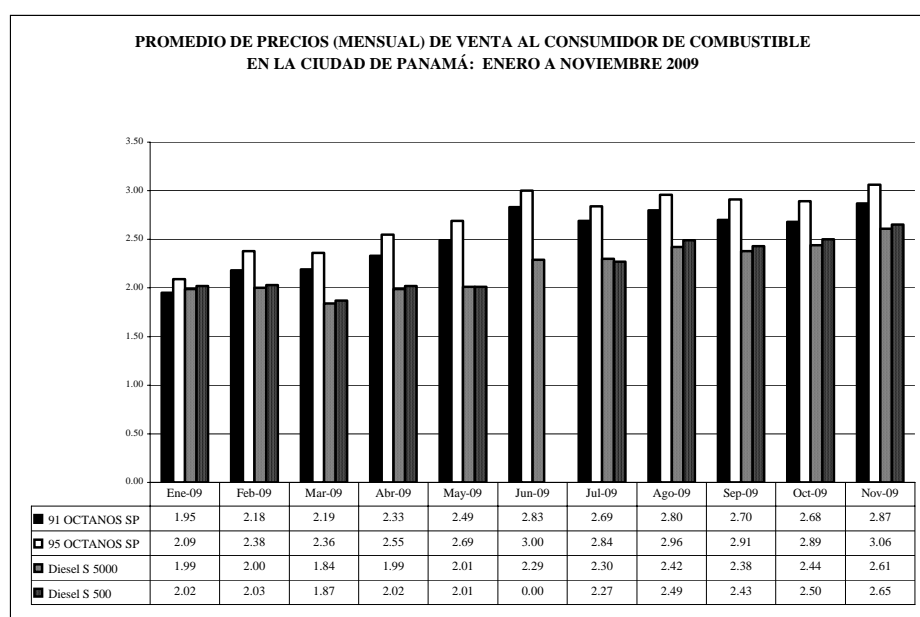
Monitoreos de Combustible

Precio de Paridad



Durante el año 2009, los precios de paridad de los diferentes combustibles: gasolina 91 octanos, gasolina de 95 octanos, el diesel liviano y diesel bajo en azufre, reflejaron un comportamiento inestable. Específicamente en los meses de abril, mayo y junio se reflejaron los incrementos más significativos, pero en el mes de noviembre fue el nivel más alto de incremento en los precios de paridad, en la gasolina de 95 octanos, en B/. 2.1477, mientras en la gasolina de 91 octanos, el precio más alto durante el año se reflejó en B/. 2.0755, para el diesel liviano a B/. 2.0864 y en el diesel bajo en azufre, en B/. 2.1018.

Precios al Consumidor



Los precios al consumidor, para el año 2009, reflejaron un comportamiento similar a los precios de paridad, reflejando en los meses de mayo, junio, y luego los incrementos más considerables, la gasolina de 95 octanos presentó el mayor incremento en el mes de noviembre con precios promedios de B/. 3.06 y la gasolina de 91 octanos en B/. 2.87.

Para mantener informado al consumidor sobre los precios en las diferentes estaciones y rutas, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, mediante el Departamento de Información de Precios y Verificación, realiza monitoreos de precios permanentemente, después del cambio de precio de paridad en las diferentes rutas del área metropolitana, como parte del seguimiento a este mercado en particular. También se hacen publicaciones periódicas en diversos medios para que la población conozca los precios por galón, por debajo del precio tope en la ruta de su preferencia.




LA RUTA DEL AHORRO

✓ PRECIOS MAS BAJOS
9 de Noviembre de 2009

COMPARA PRECIOS

GASOLINA DE 91 OCTANOS
GASOLINERAS CON COSTOS POR DEBAJO DEL PRECIO TOPE DE B/2.93

SECTOR	PRECIO	SECTOR	PRECIO
TRANSISTMICA		VIA ESPAÑA Y JOSÉ A. ARANGO	
ESSO ON THE RUN frente a mi Pueblito	B/. 2.89	DELTA EL CASINO	B/. 2.91
SERVICENTRO NACIONAL Avenida Nacional	B/. 2.89	SHELL LA CRESTA	B/. 2.91
TEXACO ALTAIR/ frente al Hospital Santa Fé	B/. 2.91	SHELL LA SABANA/frente la Pediátrica de la C.S.S.	B/. 2.91
ACCEL RACING frente al Hospital Santa Fe	B/. 2.89	DELTA SAN FERNANDO diagonal a ULACIT	B/. 2.92
TEXACO FRANGIPANY	B/. 2.91	TEXACO BETA Via España y 12 de octubre	B/. 2.91
DELTA ESTADIO frente al J. D. Arosemena	B/. 2.92	DELTA ARANGO Calle 11 Río Abajo	B/. 2.91
TEXACO JUPITER frente al Lung Fung	B/. 2.92	DELTA LYMSA PARQUE LEFEVRE/frente a la Kelvin	B/. 2.89
ESSO ON THE RUN frente a la entrada de Betania	B/. 2.92	TEXACO ATLANTIS Calle 16 Río Abajo	B/. 2.91
DELTA LYMSA MIRAFLORES	B/. 2.90	TEXACO ALPHA 2000/entrada al Hosp. Psiquiátrico	B/. 2.91
DELTA BOLIVAR/ frente a Cemento Panamá	B/. 2.90	ESSO ON THE RUN Frente a Villa Lorena	B/. 2.89
ESSO VIA BOLIVAR frente al cementerio de Pblo. Nvo.	B/. 2.90	DELTA SPLASH frente a Plaza Carolina	B/. 2.89
TEXACO SUPER NOVA Lateral al Machetazo	B/. 2.90	ESTACIÓN OLÍMPICA/Estadio Roberto Durán	B/. 2.85
ESSO ON THE RUN PAN DE AZUCAR	B/. 2.90	ESSO ON THE RUN frente a la Piscina Eileen Coparropa	B/. 2.90
ESSO EVAGRO Los Andes N°1	B/. 2.90	DELTA LYMSA SAN PEDRO/lateral al Tabernáculo de la Fé	B/. 2.90
ESSO ON THE RUN MILLA 8	B/. 2.90	TEXACO POLARIS/ frente a San Pedro	B/. 2.85
DELTA LAS CUMBRES/ entrada de Chivo Chivo	B/. 2.91	ESSO JUAN DIAZ Urbanización Santa Ines	B/. 2.90
ACCEL SAN ANDRES despues de Villa Zaita	B/. 2.90	DELTA LYMSA JUAN DIAZ/ lateral a Los Pueblos	B/. 2.90
ESSO LA HACIENDA/ Las Cumbres	B/. 2.89	SHELL JUAN DIAZ frente al cuartel de Bomberos	B/. 2.91
ACCEL MONSERRAT antes de la entrada de la Cabima	B/. 2.90	ACCEL JUAN DIAZ Frente a la Radial	B/. 2.90
ACCEL TRUCK STOP entrada a Hogares Crea	B/. 2.90	VIA DOMINGO DIAZ Y VIA TOCUMEN	
DELTA SAN VICENTE/ Chilibre	B/. 2.91	ESSO frente a Villa Lucre	B/. 2.90
VIA CINCUENTENARIO Y AVENIDA SANTA ELENA		ESSO ON THE RUN Villa Lucre	B/. 2.90
TEXACO ANTARES AV. SANTA ELENA	B/. 2.89	SHELL LOS CACIQUES frente a Plaza Conquistador	B/. 2.90
ACCEL SANTA ELENA Frente la Jardin de Paz	B/. 2.89	ACCEL EL CRISOL Frente Auto Depot	B/. 2.90
DELTA MORELOS Via Morelos	B/. 2.90	TERPEL INDEPENDIENTE Frente al Club dec Golf	B/. 2.90
ESSO MORELOS PANAMÁ	B/. 2.89	DELTA EXPRESS WAY/antes de Cerro Viento	B/. 2.90
TEXACO PUENTE DEL REY/ entrada a Costa del Este	B/. 2.92	ACCEL PEDREGAL frente al Xtra de las Acacias	B/. 2.90
DELTA CHANIS	B/. 2.89	DELTA LOS ROBLES Lateral a Plaza Tocumen	B/. 2.90
DELTA LOSTICA Y MERCADO Villa Gabriela	B/. 2.91	AVENIDA JUSTO AROSEMENA Y CALLE 50	
DELTA LYMSA/ calle La Pólida	B/. 2.90	DELTA LYMSA JUSTO AROSEMENA	B/. 2.90
ACCEL BEST SERVICE calle La Pólida	B/. 2.89	ESSO JUSTO AROSEMENA	B/. 2.89
VIA RICARDO J. ALFARO		TEXACO GALAXIA avenida Justo Arosemena	B/. 2.89
ESSO ON THE RUN VIA ARGENTINA	B/. 2.89	DELTA URIQUIAY	B/. 2.91
DELTA LYMSA PASO ELEVADO Frente a la Cervceria	B/. 2.91	SHELL PATILLA/calle 50	B/. 2.91
ESTACION TROPICAS Frente a la Cervceria	B/. 2.89	ACCEL PATILLA	B/. 2.91
ACCELL TUMBA MUERTO Villa de las Fuentes	B/. 2.89	SHELL SAN FRANCISCO/antes del Rey	B/. 2.91
ESSO ALISCO Villa de las Fuentes	B/. 2.89	AVENIDA BALBOA Y VIA ISRAEL	
ESSO ON THE RUN EL BOSQUE	B/. 2.90	PANAZONE DELTA AVE. 8 HOTEL INTERNAL	B/. 2.91
VIA BRASIL		TEXACO OMEGA/frente al LJA	B/. 2.91
ACCEL VIA BRASIL Lateral al Price Smart	B/. 2.91		

FUENTE: Datos recopilados por la ACODECO - **NOTA:** Los precios pueden variar desde el momento de la recopilación hasta su publicación.

Los invitamos a visitar nuestros módulos en Albrook Mall (horario de 11:00 a.m. a 7:00 p.m.) y Los Pueblos (10:00 a.m. a 6:00 p.m.) de martes a sábado

Entérate de cuáles estaciones de gasolina tienen los mejores precios, sincronizando el programa: **CUIDA TU BOLSILLO**

Lunes a viernes de 7:00 a 7:30 a.m. por

¡Un Consumidor informado tiene poder!

PARA MAYOR INFORMACIÓN: PANAMÁ: 510-1300 / LA CHORRERA: 253-1295 / CHIRIQUÍ: 775-2536 / 24 DICIEMBRE: 295-6913
 BOCAS DEL TORO: 758-5396 / COCLE: 997-9423 / COLÓN: 475-0600 / HERRERA: 996-1791 / VERAGUAS: 998-4302 / LOS SANTOS: 994-1791



UN FUTURO MEJOR PARA TODOS


6.5 MEDICAMENTOS

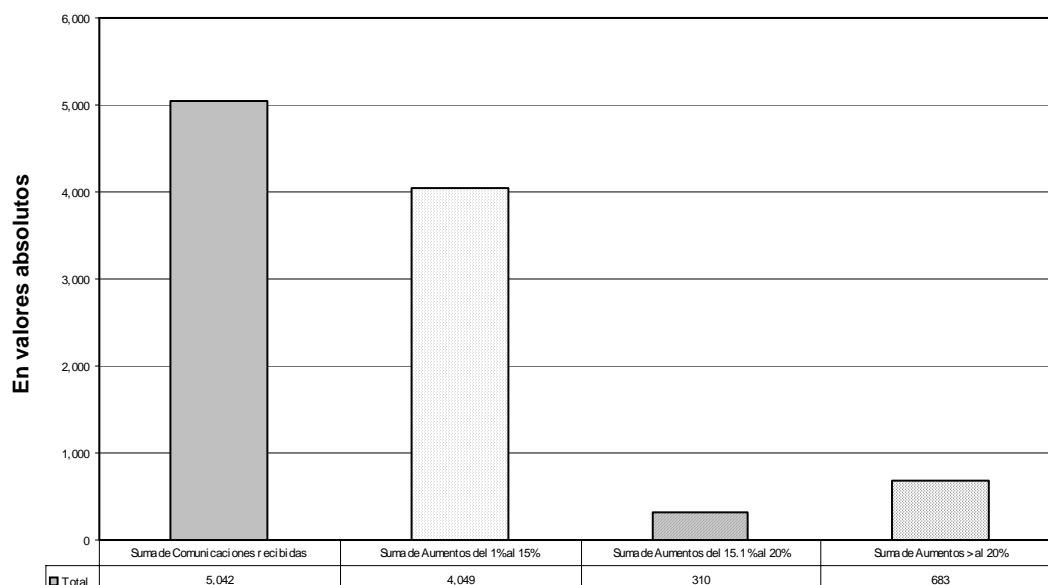
Comunicaciones de Aumentos de Precios de Medicamentos Recibidas:

Presentamos los aumentos de precios de medicamentos comunicados a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, durante el año 2009 y un resumen con estadísticas del comportamiento de todos los aumentos de precios comunicados.

Luego de la finalización de la vigencia de la fijación de los precios de referencia tope de los medicamentos, en julio del 2004, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, le ha dado seguimiento a los precios, mediante las comunicaciones de precios que realizan los distribuidores de medicamentos a la ACODECO. (de julio 2004 a noviembre 2009, un total de 5,042).

Durante el año 2009, se ha comunicado a esta oficina, un total de 904 aumentos en los precios de los medicamentos de la siguiente manera:

COMUNICACIONES DE AUMENTOS DE PRECIOS RECIBIDAS DEL 22 DE JULIO 2004 AL 30 DE NOVIEMBRE 2009



Desde julio de 2004 hasta noviembre del 2009, se han aumentado los precios a 5,042 medicamentos, agrupándose los medicamentos, según categoría de aumento, del 1% al 15%, del 15.1% al 20% y mayores del 20%.

En este sentido, se han podido identificar medicamentos de algunos grupos farmacológicos en los cuales se ha evidenciado un incremento significativo de comunicaciones de aumentos de precios. También se puede contemplar que en la categoría de los aumentos del 1% al 15%, es donde está reflejada la mayor cantidad de comunicaciones de aumento de precios recibidas.

B. ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE QUEJAS

1. ATENCIÓN AL CONSUMIDOR Y CONCILIACIÓN

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 acuerdo definitivo y satisfactorio para ambas partes. Otras tantas son tramitadas en el área de Veracidad de la Publicidad, cuando de por medio se encuentre alguna publicación de oferta o promoción.

1.1 Estructura Organizacional

Para el logro de sus objetivos y el cumplimiento de sus funciones, el departamento ha sido dividido en tres importantes áreas:

- a) Área de Asistencia al Consumidor
- b) Área de Conciliación
- c) Área de Veracidad de la Publicidad

Actualmente contamos con cinco (5) unidades conciliadoras, cinco (5) unidades de asistencia a los consumidores, (2) unidades en la línea de atención gratuita 130 y siete (7) analistas de publicidad.

a) Área de Asistencia al Consumidor

En esta área se reciben a todos los consumidores que se presentan en nuestras oficinas, en busca de una solución o asesoramiento para conflictos no resueltos con Agentes Económicos.

¿Quiénes son los responsables de absorber las consultas tanto personales, como telefónicas y vía correo electrónico?

- **Telefónicamente:** El consumidor muchas veces prefiere denunciar por esta vía las irregularidades de los comercios del país, ya que inclusive anónimamente podrá levantar una denuncia. En el año 2009, hemos inaugurado la línea 130 de atención inmediata (tipo Call Center), que busca atender de una forma mucho más rápida, sencilla y económica, ya que la misma no tiene un costo para el consumidor y se pueden recibir las denuncias a nivel nacional. Por medio de la Línea de Atención, se reciben denuncias en función de descuentos de jubilados (restaurantes, hoteles, transporte, etc), productos vencidos, precios alterados, publicidad engañosa; las cuales son remitidas al departamento encargado de cada falta, para el trámite correspondiente. Igualmente se asesora y orienta en relaciones del consumo.
- **Vía Correo electrónico:** Aquí se atienden las quejas y denuncias de los consumidores y se les exhorta a presentarlas formalmente, si el caso lo amerita.
- **Personalmente:** en el área de Asistencia al Consumidor se han atendido en el año 2009 un total de (7,569) consumidores.

Marco Legal de Recepción de Quejas:

Las quejas y denuncias que presentan los consumidores se ven enmarcadas en tres 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. En este año la Ley ha sido reglamentada.
- Ley N° 6 de 16 de junio de 1987. Por la cual se adopta medidas en beneficio de los ciudadanos Jubilados, Pensionados, de la Tercera edad y Cuarta Edad.
- Ley N° 24 de 22 mayo de 2002. Que regula el servicio de historial de crédito de los consumidores o clientes.
- **Actividades o tareas del área de Asistencia al Consumidor:**
 - a) Atender la línea de acceso gratuito 130. Recibir, tramitar y remitir las quejas 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 personalmente y telefónicamente a consumidores y empresarios para la solución de las controversias.
 - 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, Personas de la Tercera y Cuarta edad (Ley 6), Protección al consumidor (Ley 45), entre otros temas.

b) Área de Conciliación

Es un proceso sin formalidades que procura un arreglo fácil y rápido para las controversias entre empresarios y consumidores, mediante el cual el conciliador, analiza el caso, informando a las partes lo que la Ley 45 dispone al efecto, e intenta averiguar a fin de propiciar un arreglo amigable o satisfactorio. Para tal efecto, el conciliador depende mucho de la disposición y buena voluntad que tengan las partes para solucionar el conflicto por esta vía o no.

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 formalmente la queja presentada 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 donde se exponga el caso, se presenten las pruebas que se estimen necesarias y se dejen 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.

En esta Audiencia de Conciliación las partes podrán solicitar inspecciones oculares, cuyo objetivo será que el funcionario, levante un informe con las observaciones del daño. Igualmente el consumidor y la empresa podrán solicitar un informe técnico, el cual será emitido por un perito idóneo, quien será recomendado por el conciliador encargado del caso y cuyo costo será asumido por ambas partes, equitativamente.

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 un 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 las 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.

Gestión de Quejas en el Departamento de Conciliación

ÁREA DE ASISTENCIA AL CONSUMIDOR <u>ENERO A NOVIEMBRE 2009</u>	
<u>Número de Asistencia y Orientaciones al Consumidor</u>	TOTAL
Personalmente	7,569
Por Vía Telefónica	10,945
Correo Electrónico	252
Verificación de Eventos (circos, conciertos, ferias)	85
Asistencia de la línea 130	375
Denuncias recibidas	640
Audiencia realizada	646
Agentes Económicos visitados	1424
Conciliaciones realizadas en asistencia	106
Cantidad en Balboas de Quejas resueltas en asistencia	B/. 84,344.67
Quejas Recibidas (incluye quejas de regionales tramitadas en la sede central)	659
Cantidad en Balboas de Quejas Recibidas	B/. 34,063,716.97
Quejas resueltas a favor del consumidor (*)	307
Cantidad en Balboas de Quejas resueltas a favor del consumidor. (incluye quejas de regionales tramitadas en la sede central)	B/. 14,990,743.04

(*)Incluyen quejas que fueron recibidas por la Autoridad en 2006 ,2007 y 2008, pero cerradas en el 2009. Se incluyen quejas de las diferentes Regionales, pero que han sido resueltas en la Oficina Central.

Cuadro de Quejas Recibidas en el Departamento de Conciliación, por Motivo

Período: Enero - Noviembre 2009

MOTIVOS	QUEJAS	% QUEJAS	MONTO (B./.)
INCUMPLIMIENTO DE GARANTÍAS	218	33.1	11,225,841.90
INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO	134	20.3	12,709,858.85
DEVOLUCIÓN DE DINERO / ABONO	111	16.8	3,301,357.44
VICIOS OCULTOS	55	8.3	2,717,667.03
ANULACIÓN DE CONTRATOS	39	5.9	889,008.79
ACLARACIÓN DE CONTRATO	26	3.9	1,211,758.49
ANÁLISIS FINANCIERO/ ACLARACIÓN DE CUENTAS	20	3.0	42,651.45
INCUMPLIMIENTO DE SERVICIOS	15	2.3	34,446.55
CLÁUSULAS ABUSIVAS	11	1.7	1,440,051.50
COBRO INDEBIDO	9	1.4	116,127.09
VENTA ENGAÑOSA	5	0.8	35,900.00
ABONOS RETENIDOS	5	0.8	156,163.76
MERCANCÍA DEFECTUOSA	4	0.6	34,015.00
FALTA DE INFORMACIÓN COMERCIAL	4	0.6	126,387.12
CUSTODIA DE BIENES	3	0.5	22,482.00
TOTAL	659	100.0	34,063,716.97

Incluyen quejas recibidas de las diferentes Oficinas Regionales.

Fuente: ACODECO

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

Período: Enero - Noviembre 2009

RESULTADOS*	QUEJAS	% de QUEJAS	MONTO (B/.)
ACUERDO EN AUDIENCIA	100	32.6	4,838,898.37
P/CONSTANCIA DESISTIMIENTO	56	18.2	3,061,948.90
ABANDONO	53	17.3	3,251,906.16
ACUERDO /DEVOLUCIÓN	37	12.1	1,223,596.43
DESISTIMIENTO	24	7.8	1,264,772.13
ACUERDO/REPARACIÓN	20	6.5	1,235,148.55
ACLARACIÓN	12	3.9	95,455.00
ACUERDO/PREVIOS AUDIENCIA	4	1.3	11,157.50
ACUERDO/REEMPLAZO	1	0.3	7,860.00
ENTREGA DEL BIEN	0	0.0	0.00
TOTAL	307	100.0	14,990,743.04

**NOTA: Cuadro de resultados elaborado
03-12-09.**

(*)Incluyen quejas que fueron recibidas por la Autoridad en 2006, 2007 y 2008, pero cerradas en el 2009. Se incluyen quejas de las diferentes Regionales, pero que han sido resueltas en la Oficina Central.

2. DECISIÓN DE QUEJAS

Dentro de la estructura de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, el Departamento de Decisión de Quejas reviste una importancia significativa, por cuanto que allí se tramita el mayor porcentaje de quejas que presentan los consumidores de bienes y servicios, de los distintos proveedores que intervienen en la actividad económica del país, por ser la sede de la Capital y donde se concentra la mayor población. Ello es así además, porque las quejas pueden ir desde Un Centavo hasta Dos Mil Quinientos Balboas (B/.2,500.00), lo que implica por ende, una gran gama de consumidores de distintos

estratos sociales. Como ya es conocido, el Decreto-Ley 9 de 20 de febrero de 2006, que modificó la Ley 29 de 1° de febrero de 1996, dio vida a este Departamento originalmente. A diferencia de la antigua CLICAC, aquí no sólo se atienden temas de garantía sino aspectos como cobro indebido, abonos retenidos, custodia de bienes, daños y perjuicios, incluyéndose con la entrada en vigencia de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, la resolución de contratos de prestación de servicios o suministro de bienes.

Cuadro de las Quejas Recibidas en el Departamento de Decisión de Quejas, por Motivo
Período: Enero - Noviembre 2009

MOTIVOS	QUEJAS	% de QUEJAS	MONTO (B/.)
INCUMPLIMIENTO DE GARANTÍAS	580	50.1	265,877.60
RESOLUCIÓN / CONTRATO	247	21.3	132,792.32
INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO	97	8.4	54,082.12
INCUMPLIMIENTO DE SERVICIOS	78	6.7	44,657.12
ANULACIÓN DE CONTRATOS	33	2.8	14,615.62
VENTA ENGAÑOSA	31	2.7	12,215.26
COBRO INDEBIDO	27	2.3	6,488.33
CUSTODIA DE BIENES	26	2.2	8,372.60
FALTA DE INFORMACIÓN	22	1.9	9,905.16
DAÑOS Y PERJUICIOS	17	1.5	11,300.31
TOTAL	1,158	100.0	560,306.44

Incluyen quejas recibidas de las diferentes Regionales.

Fuente: ACODECO

Este proceso tiene distintas fases, tales como admisión de quejas, traslado de la mismas, citaciones, realización de la audiencia, previa etapa de avenimiento, concluyendo con la resolución de fondo, en ausencia de un acuerdo que ponga fin al proceso.

Cabe resaltar que como bien se establece, existe una fase de avenimiento para lograr una solución negociada o que implique el reconocimiento de los derechos de los consumidores, para que no tenga que iniciarse el proceso propiamente tal. Un porcentaje de las quejas

presentadas por los consumidores se han resuelto por esa vía, lo cual explicaremos más adelante de forma gráfica, para poder apreciarlo mejor.

El Departamento tiene un personal administrativo, que cumple labores de procesamiento de datos y confección de documentos que no impliquen aspectos que requieran de conocimientos jurídicos, pues para este último se cuenta con abogados para el trámite de los procesos sobre las quejas que se reciben.

Cabe señalar que en aras de complementar la labor que realiza nuestra institución, se expide el Decreto Ejecutivo No. 46, de 23 de junio de 2009, promulgado en la gaceta oficial No.26.311, de 25 de junio de 2009, que entró en vigencia a finales del mes de octubre del mismo año.

En ese Decreto se reglamentan y complementan disposiciones sobre Protección al Consumidor, en aspectos tales como: El ámbito de aplicación de la Ley, donde se deja claramente establecido que su regulación comprende o incluyen los contratos sobre bienes inmuebles, ello con relación a lo preceptuado en el artículo 32 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007; amplía su glosario, para darle el significado “restringido” a ciertos conceptos según lo que dispone su artículo 2, numerales del 1 al 12, entre los que resaltan la definición de consumidor, donde se incluye aquél que adquiere bienes de otro consumidor inicial (ejemplo: regalos), pero excluye a éstos de las disposiciones sobre la falta de información, y la del proveedor donde se aclaran los conceptos sobre actividad habitual y ocasional de los mismos a efectos de considerar su condición de proveedor, a diferencia de lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 45, en el cual sólo se delimitan 4 conceptos. Respecto al derecho de información de los consumidores, se establece que la información sobre los productos que adquiera, debe ser oportuna, entendiéndose como tal, aquélla que se da con anterioridad a la decisión de compra.

Se resaltan además en el Decreto, otros aspectos como la información sobre los precios y su forma de pago, las condiciones de los productos, dejando claro que el proveedor debe informar, con precisión si los productos que vende son nuevos, reposeídos o usados, teniendo como base la normativa sobre la presunción de novedad contemplada en el artículo 65 del citado cuerpo legal. En materia de derechos de los consumidores y deberes de los proveedores puntualiza el tema sobre la información a que están obligados los agentes económicos a proporcionar a los consumidores, sobre todo en cuanto a la no existencia de partes al momento de adquirir bienes o contratar servicios. Para la devolución de las sumas pagadas se incluye el término dentro del cual debe el proveedor efectuar la misma (10 días, Art. 17 del Decreto) y otro tópico de importancia es lo atinente al trato discriminatorio que se prohíbe, en cuanto a los bienes y servicios que ofrecen los agentes económicos a consumidores, colocando a cierto grupo de éstos en situación desventajosa y negándose a prestar los servicios o la venta de bienes.

En tema de garantías, el Decreto 46 contempla la garantía legal (Art. 21), sobre todo para recalcar que todo bien que se vende como nuevo debe tener una garantía, aún mínima, lo cual encuentra su base en el artículo 42 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, que instituye la garantía implícita en todo bien nuevo, dejándose consignado que la garantía comienza a correr desde la entrega del bien al consumidor; y en cuanto al término de duración se mantiene la libertad contractual. Se deja además 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.

Sobre el tema de custodia de bienes se implementa dos aspectos importantes: la forma o medio de prueba que debe utilizar el consumidor para acreditar el valor a resarcir y que este precio será ajustado en base al estado que tenía el bien y los años de uso (depreciación).

Para la publicidad se determina el mínimo de dimensión o medida que debe tener la información publicitaria, sobre todo aquélla que puede implicar aspectos que desfavorezcan a los consumidores.

Estos y otros aspectos más en materia de derecho sustantivo, implica un gran avance en materia de protección al consumidor y sirven de base para la solución de los conflictos que se dilucidan ante esta esfera administrativa.

En cuanto al aspecto del proceso propiamente tal, a efectos de solventar las quejas de los consumidores en las respectivas circunscripciones territoriales, se instituye el principio de la delegación de funciones, para las diversas sedes regionales. Además, se determina la potestad para ordenar la corrección de las quejas, con el apercibimiento de archivo del expediente en caso de no subsanar los errores, dentro del término que para tal efecto concede la ley.

Sobre los desacatos se tiene como límite máximo la cuantía que delimita la Competencia para conocer por el proceso de Decisión de Quejas (B/.2,500.00), criterio utilizado en la práctica.

Referente a las pruebas, se concede facultad al que preside la Audiencia para que ordene su práctica y de suspender la audiencia hasta tanto conozca su resultado (Art. 56). Además contempla la figura del abandono, respecto al consumidor, cuando no asiste a dos fechas de audiencia, de forma injustificada.

En conclusión, el Decreto reglamenta aspectos que tienen como base la Ley 45, y otros que están regulados en la Ley 38 de 2000, que ahora aplican como Ley Especial y no con la Norma Supletoria.

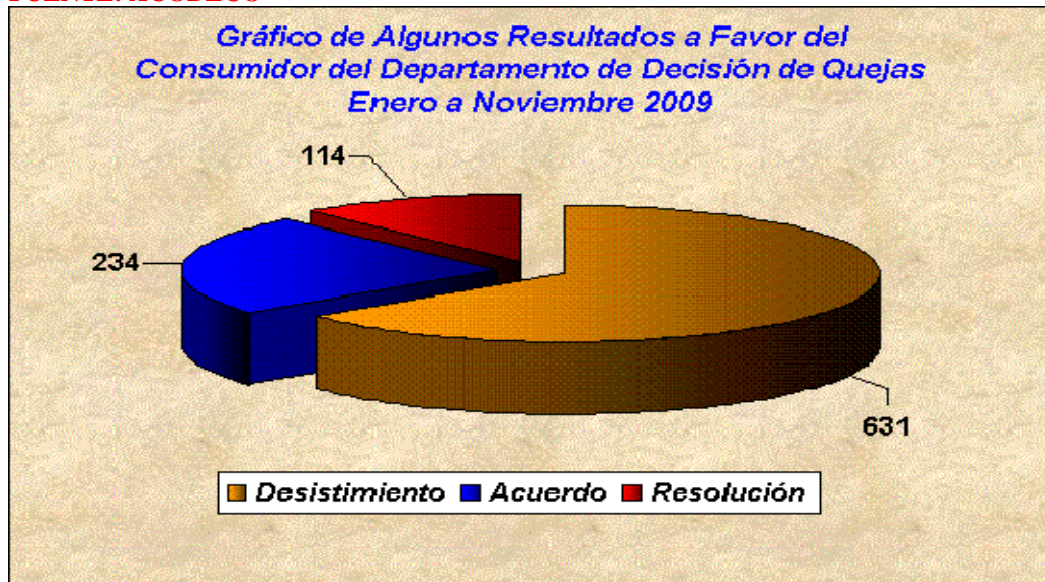
El Departamento de Decisión de Quejas logró entre acuerdos y desistimientos hasta noviembre de 2009, un total de ochocientos sesenta y cinco (865) quejas y ciento catorce (114) quejas por resolución, que se aprecian en el siguiente cuadro comparativo.

Cuadro de Algunos Resultados a Favor del Consumidor del Departamento de Decisión de Quejas

Enero - Noviembre 2009

RESULTADOS	AÑO 2009
Desistimiento	631
Acuerdo	234
Resolución	114

FUENTE: ACODECO



3. DEFENSORÍA DE OFICIO DEL CONSUMIDOR

La creación del Departamento de Defensoría de Oficio del Consumidor, se da para brindar el servicio de asesoramiento y defensa gratuita ante los tribunales a todos los consumidores.

Solo serán a carga de los consumidores algunos gastos necesarios, tales como copias, peritajes y cualquier otro que sea necesario para los fines del proceso.

En este informe presentamos la labor realizada en el Departamento durante el año 2009.

a) Recepción de quejas administrativas:

En los meses de Enero a Diciembre hemos recibimos un total de **306** quejas administrativas para asesorías provenientes del Departamento de Conciliación.

b) Devolución de quejas administrativas:

Durante ese período se devolvieron **244** quejas administrativas. Entre los motivos por los cuales fueron devueltas encontramos: Prescritos (**12**), Abogado Particular (**9**), Otros Trámites Administrativos (**3**), Menor Cuantía (**16**), Acuerdo Extrajudicial (**53**), Acuerdo Judicial (**4**), Fallo a Favor del Consumidor (**18**), Falta de interés por parte del Consumidor (Abandono) (**94**), Proceso Judicial en los Tribunales (**1**), Desistimiento en Defensoría de Oficio (**12**), Informe y Cierre (**20**), Archivados por Motivo de Sentencia (**2**).

c) Quejas administrativas pendientes:

Se evaluaron en el departamento **1394** quejas para asesorías. Las cuales en el mes de noviembre permanecieron 96 quejas administrativas con un 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
- Negociación pendiente
- Son proyectos de demandas potenciales
- Son demandas potenciales

d) Asesorías a los Consumidores:

Se brindó un total de **731** asesorías (telefónicas y presenciales) a consumidores respecto a diferentes temas.

e) Proyectos de Demandas:

Se prepararon (128) proyectos de demandas.

Los temas relacionados con los proyectos de demandas son: Incumplimiento de Contrato, de Servicios, de Garantía, de Vicios Ocultos, de Vicios Ruinógenos, Cláusulas Abusivas, Falta de Información, Custodio de Bienes, Devolución de Dinero, Rescisión de Contrato, Aclaración de Contrato, Publicidad Engañosa, Proceso Ejecutivo, Contrato Viciado, Nulidad de Contrato, Responsabilidad Extracontractual.

La cuantía de los proyectos de demandas durante los meses de Enero a Noviembre fue de **B/. 11,117,876.67**.

(f) Demandas:

Se presentaron en los Juzgados **60** demandas. De éstas **14** fueron Sentencias Favorables a los Consumidores y varios Acuerdos Extrajudiciales y Judiciales en beneficio de los Consumidores.

La cuantía de las demandas durante los meses de Enero a Noviembre fue de **B/. 2,571.109.33**.

(g) Audiencias y Prácticas de Prueba:

Entre los meses de Enero a Noviembre de 2009 se han realizado **(198)** Audiencias y las diferentes diligencias judiciales.

(h) Algunos Fallos (Sentencias) a Favor de los Consumidores:

Entre los fallos emitidos por los tribunales en favor de los consumidores destacamos:

- Berca Smith vs. Desarrollo Espinar, S. A. (Inmobiliaria), por Vicios en la Construcción y Daños Estructurales, Sentencia N°12 de 30 de junio de 2009.
- Elkin Orozco Vera vs. Asia Auto Depot, S. A., por Vicios Ocultos, Sentencia del Tercer Tribunal del 10 de Julio de 2009.
- Georgina Álvarez vs. Bernardo González Fernández e Hijos, (Inmobiliaria), por Incumplimiento de Servicios, Sentencia del Tercer Tribunal del 30 de Julio del 2009.
- Heidi Margarita Collins vs. Calder International Corp. (Inmobiliaria), por Declaración de Cláusulas Abusivas, Sentencia del Tercer Tribunal del 1 de Septiembre de 2009.
- Alina Iveth Cuevas Bocharel vs. Inmobiliaria Valarco, S.A. (Devolución de las Sumas Abonadas), Sentencia N° 16 de 22 de Septiembre de 2008.
- David Harold Pineda / Clorinda Cruz vs. Inmobiliaria Marosi, S. A. (Inmobiliaria), Sentencia del Tercer Tribunal de 27 de Octubre de 2009.
- Luis Carlos Arosemena Ramos vs. Grupo Q Panamá, S.A. (Agencia de Autos), Sentencia del Tercer Tribunal de 18 Noviembre 2009.

(i) Otras Actividades:

Entre las Actividades en las cuales se participó durante los meses de Enero a Noviembre de 2009 tenemos:

Consulta Legales, Programa de Televisión, Seminarios, Charlas, Capacitaciones, Conferencias, Entrevistas con Periodistas (Radio, Televisión y Prensa) y Reuniones (Consumidores y Agentes Económicos).

C. COORDINACIÓN DE REGIONALES:

La Oficina de Coordinación de Regionales, contribuye en la organización y logística para la realización satisfactoria de las actividades de las oficinas Regionales de ACODECO, velando siempre por el cumplimiento de las diversas funciones que éstas realizan.

Este año 2009, hemos participado activamente con las Regionales en:

La coordinación logística para la ejecución óptima de capacitaciones, volanteos, instalación de módulos de orientación, diversos operativos, distribución de material educativo.

Participación en giras de organización administrativa para la reestructuración y reforzamiento del área educativa.

Participación en giras regionales de ACODECO EN TU COMUNIDAD, las cuales tienen como objetivo visitar directamente al consumidor para educarlos sobre sus derechos.

Coordinación logística para la ejecución satisfactoria de actividades tales como verificaciones, monitoreos, notificaciones, citaciones, secuestros, participaciones radiales.

El 29 de junio de 2009, el Licenciado Pedro Meilán, Administrador General, de ACODECO, atendiendo la necesidad de la población y como meta Institucional, inaugura la Regional Panamá Este, brindando sus servicios a las áreas de Tocumen, 24 de Diciembre, Pacora, San Martín y el Distrito de Chepo.



Inauguración de la Regional Panamá Este

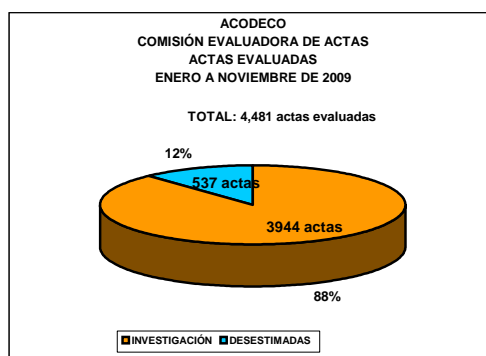
Las actividades generales y propias de cada oficina regional, son previamente revisadas por la Oficina de Coordinación Regional a través de informes mensuales de programación actividades.

El cumplimiento de estas actividades se plasma en informes estadísticos que se distribuyen a los correspondientes departamentos de la Sede, con la finalidad de incorporar los datos a las estadísticas generales de las actividades Institucionales.

Igualmente, hacemos nuestra función de enlace de las gestiones administrativas y legales, entre las Oficinas Regionales y las Direcciones y los Departamento de la Oficina Sede, con asistencia y orientación telefónica así como con la revisión y distribución de la documentación legal y administrativa.

La Comisión Evaluadora de Actas, donde la Coordinación de Regionales funge como Secretaría, evaluó a noviembre de 2009: 4,481 actas con anomalías por incumplimiento a

las normas establecidas en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, dando como resultado que el 88% de estas actas se les iniciará un proceso de investigación administrativa.



OFICINAS REGIONALES DE LA ACODECO

Las Oficinas Regionales de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, de Bocas del Toro, Coclé, Colón, Chiriquí, Herrera, Los Santos, Panamá Este, Panamá Oeste y Veraguas durante el año 2009, continúan su ardua labor de fiscalización al cumplimiento de las Normas de Protección al Consumidor, establecidas en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, la Ley 6 de 16 de junio de 1987 y sus modificaciones, así como otras reglamentaciones de nuestra competencia.

ACODECO Regionales, inicio su participación en el programa institucional “ACODECO EN TU COMUNIDAD”, donde de manera directa se visita a los consumidores a través de una “Toma de Barrio”, organizada comunidad por comunidad a fin de educar a los consumidores sobre sus deberes y derechos y especialmente hacerles partícipes de nuestro objetivos, los cuales redundan en sus propios beneficios.

Esta jornada también tiene entre sus objetivos lograr la captación de personas para que formen parte de “consumidores vigilantes”, donde con previa capacitación para el conocimiento de los objetivos de nuestra Institución, participarán en la vigilancia al cumplimiento de las Normas de Protección al Consumidor, por parte de los agentes económicos.

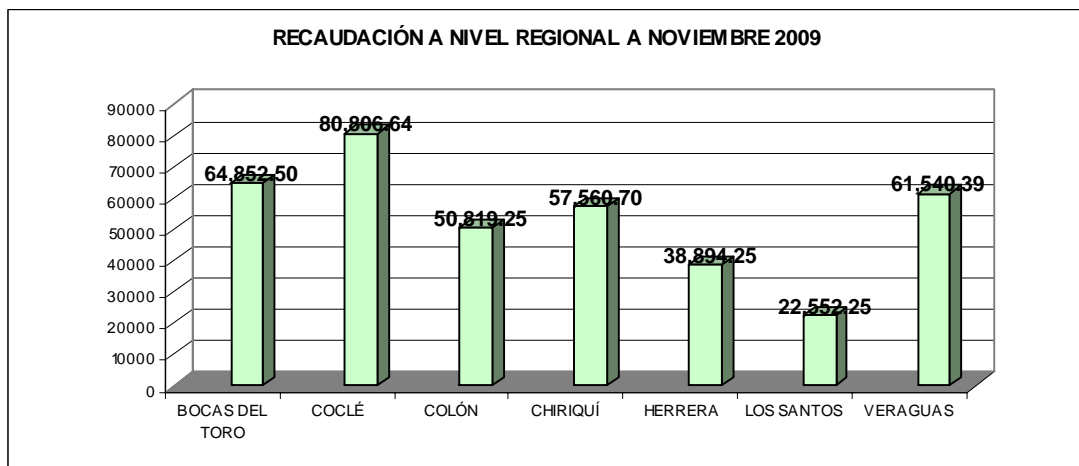
Son diversas las actividades que realizan estas oficinas a través de cada uno de los departamentos que la componen, entre ellas podemos mencionar:

- Las visitas de verificaciones de mercado a los agentes económicos, las cuales se realizan a abarroterías, mini súper, supermercados, kioscos, restaurantes, farmacias, hoteles, clínicas privadas, líneas de buses, oficinas de aerolíneas, etc.; donde se verifica el cumplimiento de lo establecido en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 y Ley 6 de 1987 sus modificaciones y adiciones. Las verificaciones también fueron dirigidas a la inspección de los precios del gas licuado en envases de 25 libras, de

acuerdo a las regulaciones establecidas por el Estado, dependiendo del área de venta.

- Además, este año 2009, se sumaron las visitas a restaurantes, hoteles, cafeterías, lavanderías, donde verificamos el cumplimiento a los Decretos de Gabinete y Resoluciones, referente a la utilización del gas licuado en envase de 25 libras, subsidiado por el Estado.
- Las Oficinas Regionales participaron en los Inventarios Físicos Interinstitucionales de arroz, papa, cebolla, café, maíz y sorgo, los cuales quieren prevenir el desabastecimiento en el País.
- Otra de las actividades relevantes que realizaron las Regionales fue la actuación en operativos diurnos y nocturnos, a fin de velar por la protección al consumidor en eventos especiales. Entre estos podemos mencionar:
 - Operativos en estaciones de combustible para la verificación de los precios topes establecidos en los decretos ejecutivos.
 - Operativos por el inicio del año escolar.
 - Operativo a agentes económicos dedicados a la venta de autos usados.
 - Operativos de navidad.
- En materia de Educación al Consumidor, se realizaron jornadas de capacitación y orientación educativa a escuelas, Universidades, Instituciones Gubernamentales, Empresas Privadas, Asociaciones de Jubilados. Cabe destacar, que el Departamento de Educación de las Regionales inició una jornada de charlas a los miembros de la Policía Nacional, los cuales regularmente contribuyen con nuestra Institución en calidad de testigos, en el evento de renuencia por parte del personal encargado de los Agentes Económicos.
- Fue destacable la participación de ACODECO Regionales en ferias nacionales, así como en las diversas actividades en conmemoración del Día Mundial del Consumidor.
- Este año las Oficinas Regionales participaron en las actividades de Instituto de Mercadeo Agropecuario en las Ferias Compita, las cuales atraen gran cantidad de consumidores.
- Este año, las Oficinas Regionales participaron con el Juzgado Ejecutor de ACODECO en jornadas de cobros y secuestros a agentes económicos en varias provincias del país.
- Hubo constante participación de las oficinas regionales de la ACODECO, a través de emisoras locales, así como la atención a corresponsales de diarios, radio y televisión, donde se realizó el objetivo de la Institución orientando principalmente a preservar los intereses del consumidor (CUIDA TU BOLSILLO).

A noviembre de 2009, la recaudación general por parte de las oficinas regionales fue de trescientos setenta y siete mil veinticinco dólares con 98/100 (B/. 377,025.98); doscientos setenta y un mil seiscientos quince dólares con 25/100 (B/. 271,615.25) corresponde a cobros de multas regulares y ciento cinco mil cuatrocientos diez dólares con 73/100 (B/. 105,410.73) cobradas a través del Juzgado Ejecutor.



Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia
Indicadores de Gestión Oficinas Regionales 2009

ACTIVIDADES	BOCAS DEL TORO	COCLÉ	COLÓN	CHIRIQUÍ	HERRERA	LOS SANTOS	PANAMÁ ESTE	PANAMÁ OESTE	VERAGUAS	TOTAL
EDUCACIÓN										
Capacitaciones y Jornadas Educativas	61	307	137	77	44	57	22	78	113	896
Consultas Educativas	3,725	44	64	434	250	2,234	2827	276	195	10,049
Población Total Beneficiada por los Programas de Educación	27,780	30,722	30,186	20,777	38,656	32,368	18307	3,763	21,661	224220
DE OFICIO										
Visitas a Agentes Económicos	3,725	7,898	2,036	5,767	4,663	2,642	440	271	4,232	31674
Productos Vencidos	14,996	3,692	8,482	6,563	4,396	2,996	0	1,372	11,671	54168
Productos Sin Fecha de Vencimiento	943	1,419	0	350	32	53	0	760	2,807	6364
Producto Sin Precio a la Vista	5,773	23,204	1,480	9,444	973	976	0	10,024	7,484	59358
Verificación Descuento de Jubilados y Pensionados	147	304	186	66	110	166	0	0	202	1181
Verificaciones de Metrología	2,292	783	7,060	183	457	98			948	11,821
Monitoreos de Publicidad	0	0	0	16	11	19			0	46
Verificación de Ventas Especiales	17	47	28	0	0	0			74	166
AFECTACIÓN CONSUMIDOR INVOLUCRADO										
Quejas Recibidas (Cantidad)	90	47	45	232	22	22	59	109	73	699
Quejas Resueltas a favor del Consumidor	59	20	3	110	29	4	9	45	41	320
Monto en B/. de Quejas Resueltas a Favor del Consumidor	251,833.28	59,118.55	8,842.40	125,270.14	1,565.73	920.35	103,109	1,562.51	372,935.48	925,157.85
RECAUDACIÓN										
Monto de Multas Cobradas, (Balboas)	54,455.00	57,610.00	34,685.25	54,915.00	25,695.00	12,830.00			31,425.00	271,615.25
Casos Ejecutados por Juzgado Ejecutor (Número)	41	49	33	10	66	59			172	430
Monto Total de Casos Ejecutados por Juzgado Ejecutor, en B/. (m)	10,397.50	23,196.64	16,134.00	2,645.70	13,199.25	9,722.25			30,115.39	105,410.73
Total Multas Cobradas en La Regional (Balboas)	64,852.50	80,806.64	50,819.25	57,560.70	38,894.25	22,552.25	0.00	0.00	61,540.39	377,025.98

OFICINA REGIONAL DE BOCAS DEL TORO

La Oficina Regional de Bocas del Toro, durante el 2009 ha intensificado sus acciones educativas dirigidas a diferentes sectores de la provincia, específicamente a Instituciones Públicas y Empresas Privadas, grupos comunitarios, donde principalmente se brindó orientación sobre los Deberes y Derechos del Consumidor.

En el proyecto **ACODECO EN TU COMUNIDAD** se inició con la promoción a nivel de los planteles educativos y visitas casa por casa, los cuales se han realizado en las comunidades de Coibita, Luzón y Finca No. 15.

Igualmente, este año se inició con los “Operativos de Educación Matutinos”, los cuales inician a las 5:00 a.m. a fin de educar a los trabajadores de las diferentes Fincas de la empresa Bocas Fruit Company, antes del inicio de sus labores.



Capacitación a comerciantes

Con respecto a las verificaciones realizadas se verificaron 1,040 Agentes Económicos, dando como resultado el decomiso de 14,996 productos vencidos, 943 productos sin fecha de vencimiento; además se han encontrado 5,573 productos sin precio a la vista.

OFICINA REGIONAL DE COCLÉ

Durante el año 2009, la Regional de Coclé, ha desarrollado múltiples actividades en beneficio de los Consumidores coclesanos, destacándose la participación del Departamento de Educación, a través de la realización de diferentes jornadas educativas, las cuales también se dirigieron a colaboradores de Agentes Económicos a fin de actualizarlos en sus deberes en beneficio del consumidor. Entre estos Agentes Económicos podemos mencionar: capacitaciones a los administradores del Grupo CALESA la cual se realizó en conjunto con el Departamento de Metrología de la Sede, a los directivos y socios de la Cooperativa COOPENALJUPEN, R.L. y a colaboradores de El Machetazo Coclesano.

Desde enero a noviembre de este año, el Departamento de Verificación de la Regional de Coclé, ha verificado a 2,221 Agentes Económicos, en los cuales ha detectado 27,802 productos que presentan anomalías a las Normas de Protección al Consumidor, contempladas en la Ley 45.

Este año se hizo la primera transmisión del segmento radial “ACODECO, EDUCA AL CONSUMIDOR COCLESANO” por Estereo Vox el cual tiene como objeto orientar e informar al consumidor sobre deberes y derechos y demás temas de consumo.

El programa de ACODECO EN TU COMUNIDAD, inició con la Toma de Barrio en Perú de Pocrí, y continuó en la Barriada San Juan de Dios de Natá.

OFICINA REGIONAL DE COLÓN

La Oficina Regional de Colón, continúa dirigiendo sus actividades a la atención directa e inmediata a los consumidores tanto con asistencias telefónicas como personales. Se realizaron verificaciones a los Agentes Económicos que dieron como resultado encontrar diversas faltas a la Ley 45; 8,482 productos vencidos y 1,480 productos sin precio a la vista. También se suman 186 visitas a agentes económicos por verificaciones del cumplimiento a las regulaciones de la Ley 6.

En materia de educación, ACODECO Colón mantiene de forma consecutiva, jornadas de capacitación y charlas a escuelas y colegios públicos y privados, empresas privadas y entidades estatales, donde se han visto beneficiadas 30,186 personas a noviembre 2009. La Regional de Colón en su participación en el programa ACODECO EN TU COMUNIDAD, ha visitado las comunidades de Portobelo y María Chiquita.

OFICINA REGIONAL DE CHIRIQUÍ

Con la finalidad de proteger y asegurar al consumidor Chiricano, la ACODECO Regional de Chiriquí realizó diversas actividades en el periodo comprendió de enero a noviembre 2009. Mediante las verificaciones de agentes económicos podemos resaltar la detención y decomiso de 6,563 productos vencidos, 9,444 productos sin precio a la vista, 350 productos sin fecha de vencimiento y 164 productos con fecha de vencimiento no clara.

Este año se realizaron operativos especiales en el sector Río Sereno en el cordón fronterizo con Costa Rica donde se pudo detectar 2,143 productos vencidos. Este operativo fue exitoso gracias a la colaboración de residentes del sector, los cuales nos brindaron información precisa de la ubicación de esta mercancía. De igual forma el operativo realizado en Punta Burica, Distrito de Barú, (área de difícil acceso) en donde luego de recorrer cerca de tres horas por caminos en donde accesan vehículos de doble tracción, se lograron decomisar 1,045 productos vencidos.

Se realizaron jornadas de capacitación a escuelas y colegios públicos y privados, empresas privadas y entidades estatales, logrando que 20,777 personas se vieran beneficiadas con los diversos programas de educación al consumidor. En su participación en ACODECO EN TU COMUNIDAD, visitó casa por casa los residentes de la Barriada san José, en David.

La participación de ACODECO en la Feria Internacional de San José de David fue destacable, donde se brindó orientaciones al público que nos visitó durante los diez días del evento ferial y se distribuyó diversos materiales educativos.

OFICINA REGIONAL DE HERRERA

La Regional de Herrera, continúa dirigiendo sus funciones en cumplimiento de las disposiciones que protegen a los consumidores. Este año, nuevamente ACODECO participó en la Feria Internacional de Azuero, donde se congrega un sinnúmero de visitantes nacionales y extranjeros, además, por vez primera tuvimos participación a través de un stand en la Feria de San Sebastián de Ocú, donde se atendió a gran cantidad de consumidores, a través de nuestras orientaciones y distribución de material educativo.

Se realizó, en conjunto con el personal del Juzgado Ejecutor y de la Coordinación de Regionales, gira que arrojó resultados de recaudación por la suma de B/.6,814.50 en multas a través del cobro coactivo, lo que sumado a lo recaudado en multas normales dio un gran total de B/.9,544.50, solamente en el mes de marzo.

Las verificaciones a estaciones de combustible ha dado como resultado la sanción a 5 estaciones de combustibles sancionadas por el monto de cinco mil dólares con 00/100 (B/.5,000.00), por el incumplimiento a los Decretos Ejecutivos que establecen precios topes en los diferentes tipos de combustibles.

Como resultado de la participación en el programa ACODECO EN TU COMUNIDAD, se han visitado aproximadamente 5,000 viviendas y se han beneficiado alrededor de 10,000 personas, en las comunidades Monagrillo, Parita y Chitré.



ACODECO EN TU COMUNIDAD, Monagrillo

OFICINA REGIONAL DE LOS SANTOS

Este año, la Oficina Regional de Los Santos, ha incrementado su labor hacia la atención directa al consumidor. Ante esta Regional se ha recibido 91 consultas y se han presentado 22 quejas formales.



Consumidores tableños reciben orientaciones

Se continúa con la jornada de capacitaciones tanto a proveedores como consumidores de todos los Distritos de la Provincia de Los Santos, donde se han visto beneficiadas escuelas, Instituciones Públicas y grupos organizados de las comunidades.

Con la intención de divulgar las diferentes actividades, así como el resultado de diversos operativos, hemos participado en 112 programas radiales en diferentes emisoras de la ciudad de Las Tablas. El programa ACODECO EN TU COMUNIDAD inicio en Santo Domingo de Las Tablas; fue la primera comunidad visitada, continuando con las comunidades de San José, La Palma, El Sesteadero, La Laja en el Distrito de Las Tablas; y en el Distrito de Guararé las comunidades de El Jobo, Paseo Tablado y El Espavé. Durante estas jornadas hemos logrado la captación de 49 personas que han pasado a formar parte de consumidores vigilantes.



Volanteo en la Ciudad de Las Tablas

Como resultado de las verificaciones, la totalidad de productos con anomalías fue de 4,121, de los cuales 976 estaban sin precio a la vista; 2,996 productos vencidos y 53 no tenían fecha de vencimiento; 70 con fecha no clara y 26 mercancía deteriorada.

Con relación a las verificaciones de Ley 6, se realizaron 166 verificaciones, de las cuales 161 agentes económicos resultaron sin anomalías.

OFICINA REGIONAL DE PANAMÁ ESTE

En el año 2009, la Regional Panamá Este, realizó trabajos primordiales en el área de educación, brindado, Orientación, Capacitaciones, Jornadas Educativas y Asesorías con el fin de fomentar los derechos y deberes de los consumidores, atendiendo a más 18,539 moradores del área.



Volanteo en el Centro Comercial La Doña para informar a los consumidores sobre sus derechos y deberes.

Las Capacitaciones brindadas por esta Regional, han sido dirigidas a la población estudiantil de primer y segundo nivel, funcionarios de Instituciones Públicas, estudiantes universitarios y asociaciones de jubilados.

En la Regional de Panamá Este, a través del área de Verificación se han detectado 1165 productos vencidos, 675 sin fecha de vencimiento, 5620 sin precio a la vista y 322 productos deteriorados.



Funcionarios de la Regional de Panamá Este realizan verificación por denuncia

A la fecha, se han atendido 8 quejas (por la vía de conciliación) por un total de doscientos cincuenta y ocho mil ochocientos un dólares con 00/100 (B/.258,801.00) y se logró resolver a través del proceso de conciliación, en favor de los consumidores, la reparación de dos viviendas, por un monto total de ciento un mil dólares con 00/100 (B/101,000.00).

PANAMÁ OESTE

La Oficina Regional de Coclé, en este año 2009, continúa con sus actividades de capacitaciones educativas, monitoreos, encuestas. El área de verificación, se actúa principalmente a la atención inmediata de denuncias, así como otras verificaciones oficio.

De las verificaciones realizadas a agentes económicos, se han detectado 14,674 productos con anomalías a la Norma de Protección al Consumidor, donde 1,746 corresponde a productos vencidos, 1,040 productos sin fecha de vencimiento y 11,088 sin precio a la vista.

A través del área de educación se ha realizado un gran trabajo de divulgación a través de charlas y capacitaciones realizadas en colegios, entidades estatales y privadas, donde se distribuyen diversos tipos de material educativo, los cuales han sido dirigidos a 2,138 personas.

ACODECO Panamá Oeste participó de oficio, en conjunto con el Departamento de Metrología de la Sede, en inspección realizada por Ingeniería Municipal de La Chorrera al PROYECTO INMOBILIARIO JUAN PABLO II, toda vez que los residentes se han quejado por las casas en mal estado.

OFICINA REGIONAL DE VERAGUAS

La Regional de Veraguas en el año 2009 continúa con sus actividades en beneficio de los consumidores veraguenses, en donde se destacan las labores de verificación, se han emitido un total de 2,342 actas levantadas en los comercios visitados en toda la provincia con un total de 455 actas con anomalías a la ley 45 y a la ley 6. Además se ha logrado retirar del mercado la cantidad de 11,671 productos vencidos y 2,807 productos sin fecha de vencimiento.

Se ha intensificado la educación al consumidor en lo que respecta a los beneficios que le otorga la ley, especialmente a través del programa ACODECO EN TU COMUNIDAD, donde dentro de una ardua jornada visitamos la comunidad de Montijo, informando los derechos de los consumidores y obligaciones de los agentes económicos.

Se ejecutó el primer secuestro a un establecimiento comercial que canceló la multa el día que se efectuaba el remate de los bienes; así como también diversos secuestros a cuentas bancarias de los Agentes Económicos.

II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

A. PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS

Investigaciones Administrativas

Caso Café “Comportamiento de los Precios del Café en el Mercado Nacional”

Investigación realizada debido a un alza generalizada en los precios del café al público consumidor, según declaración aparecida en los medios de comunicación a finales de 2007, los precios pagados por los beneficios (nombre genérico de las empresas que se dedican al procesamiento del café) a los productores de café, aumentaron; lo que generó un aumento en sus costos de producción, por ende un aumento en los precios a los consumidores.

Al analizar las diferentes presentaciones de café se encontró que sólo una presentaba indicios de una conducta poco casual, pero al estudiarse en más detalle se pudo observar que los aumentos se realizaron en forma diluida en tres meses lo cual pareciera más un comportamiento de líder seguidor que un acuerdo de precios. Adicionalmente al existir una amplia variedad de presentaciones dentro de la misma marca o en otras marcas, se da la posibilidad que los consumidores puedan contrarrestar los aumentos adquiriendo otras presentaciones dentro de la misma marca o entre marcas, además que la presentación que presentaba algún indicio no era la más demandada, por lo tanto se decidió el archivo del informe preliminar por la debilidad de los elementos encontrados, pero se recomendó estar pendientes a futuro del comportamiento de la presentación estudiada por si surgen elementos que pudieran demostrar alguna conducta irregular o contraria a las leyes de competencia.

Caso Digicel – Movistar

En este caso Digicel acusó en los medios de comunicación a Movistar de bloquear la competencia en Panamá, dilatando el proceso de interconexión, entendiéndose esto como la capacidad de enlazar dos Sistemas de Telecomunicaciones.

En la investigación preliminar se pudo conocer la existencia de un cronograma previamente establecido en el cual se definía claramente las fechas para los diferentes procesos relacionados a la interconexión, tomando en cuenta que la acusación de Digicel ante los medios a Movistar, se hace cuando todavía faltaba un tiempo para alcanzar el acuerdo previamente establecido, aunado que el acuerdo de interconexión se hizo efectivo 8 días antes de lo pactado, diluyen las acusaciones de Digicel por la ausencia de incumplimientos.

Es más, el acuerdo de interconexión se logra mucho antes de lo pactado lo cual muestra la buena voluntad de Movistar al adelantar la interconexión cuando legalmente no estaba obligada a hacerlo. Atendiendo a estos elementos se decidió el archivo del informe preliminar por la ausencia de elementos que pudieran ser vistos como contrarios a las normas de competencia.

Práctica Monopolística Cable Onda – Astrovisión

Paralelamente al estar analizando la verificación previa de la transacción (ver la sección de concentraciones económicas) por medio de la cual la sociedad Cable Onda obtendría ciertos activos de la sociedad Astrovisión, se presenta una denuncia por uno de los accionistas de la sociedad Astrovisión por una supuesta práctica violatoria a las leyes de competencia, en la cual Cable Onda estaría realizando prácticas anticompetitivas para lograr la compra de Astrovisión.

Al estar ACODECO verificando las afectaciones que pudiese tener o no esta transacción comercial, en un análisis de verificación previa en virtud de lo que señala el Título V Capítulo I de nuestra Ley, por lo cual se nos imposibilita conocer dos veces sobre una misma causa; aunado al posterior desistimiento de Cable Onda del proceso de verificación previa para la compra de ciertos activos de Astrovisión, se archivó el expediente y se emitió resolución de cierre del mismo por sustracción de materia.

Colusión y Venta atada en Concreto

Una vez se conoce de la existencia de una carta de la Cámara Panameña de la Construcción publicada en los medios de comunicación el 6 de septiembre de 2008, mediante la que se cuestionan a las empresas cementeras del país por el aumento excesivo en los precios de sus productos como lo son el cemento y el concreto durante el período comprendido del año 2006 al 2008, se dispuso la apertura de la Investigación Administrativa por medio de Resolución No. DNLC 023 de 26 de septiembre de 2008 por la posible existencia de Prácticas Monopolísticas tanto de carácter Absolutas como Relativas que tipifica y sanciona el Numeral 1 del Artículo 16 y los Números 4 y 9 del Artículo 16 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007. Es por este motivo que tras obtener una Autorización Judicial, se procedió a la ejecución de diligencias de Inspecciones Judiciales en los principales centros de operaciones de las empresas cementeras. Se encuentra actualmente en etapa de análisis de elementos probatorios recabados.

Otros Casos de Investigación por Prácticas Monopolísticas en etapas preliminares

Durante el 2009 se iniciaron adicionalmente once (11) casos que se mantienen en etapas preliminares. Por razón de la reserva que debe mantenerse en esta etapa de la investigación no se presentan detalles sobre las mismas.

Procesos Judiciales por Prácticas Monopolísticas

- **Códigos Compartidos**

Mediante Sentencia de 18 de julio de 2008, el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil de la Provincia de Panamá resolvió en contra de la pretensión de la CLICAC, ahora Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) de encontrar culpables por Prácticas Monopolísticas a las empresas COPA, AVIANCA y SAM. Al mes de diciembre de 2009 se encuentra en grado de apelación en el Tercer Tribunal Superior de Justicia, desde el día 19 de diciembre de 2008. El expediente se mantiene en etapa de saneamiento.

- **Contra Líneas Aéreas por rebaja de comisiones a Agencias de Viaje**

Agotada la investigación administrativa de rigor 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, la CLICAC, ahora la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), instauró demanda judicial contra cada una de ellas por considerar acreditada la existencia de Prácticas Monopolísticas Absolutas, por haberse concertados, acordado e intercambiado información con el objeto o efecto de 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; conducta de cuya tipificación y sanción se encargan los artículos 5, 7 y el numeral 1 del artículo 11 de la Ley 29 de 1 de febrero de 1996.

El proceso judicial en la actualidad está pendiente de evacuarse la etapa de alegato en el Juzgado Noveno de Circuito del Primer Circuito Judicial de Panamá, Ramo Civil, tras concluirse la fase de práctica de pruebas.

- **Por Exclusividades Ilícitas en el Mercado de Cervezas**

La demanda interpuesta por la Comisión por la presunta violación del Artículo 14 Numeral 4 de la Ley 29 de 1996 (contratos atados con cláusulas de exclusividad), contra el grupo de la CERVECERIA NACIONAL, S.A. quedó radicada originalmente en el Juzgado Octavo de Circuito de lo Civil, siendo acumulado el proceso que por las mismas causas le seguía Cervecería del Barú-Panamá, S.A. en el Juzgado Noveno de Circuito. Las dos empresas transaron. Sin embargo, ACODECO continúa con el proceso. El día 8 de junio de 2009 se presentaron alegatos de conclusión ante el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil, por lo que nos encontramos en espera de la emisión de la sentencia de primera instancia.

- **Por Colusión de Fletes y Fijación Indirecta de Precios de Combustible en Mercado de Comercialización de Combustible**

En el año 2002, la CLICAC demandó a las Empresas Petroleras ACCEL, SHELL, TEXACO, ESSO y DELTA por supuestamente infringir el Artículo 5, Artículo 11 Numeral 1 y el Artículo 14, Numeral 2 de la Ley 29 de 1996. El Proceso se mantiene radicado en el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil de la provincia de Panamá. En el primer supuesto, porque las petroleras se combinaron para concertar y fijar los precios del transporte de combustible que es cobrado a las estaciones de servicio. Mientras que bajo el segundo supuesto, por valerse de la celebración de contratos de exclusividad con las Estaciones de Combustibles, para imponerles condiciones que deben observar al revender el combustible o prestar sus servicios y con el objeto o efecto de desplazar a Agentes Económicos del mercado pertinente; conductas de cuya tipificación y sanción se encargan el Numeral 1 del Artículo 11 y el Numeral 2 del Artículo 14 de la Ley 29 de 1 de febrero de 1996, respectivamente.

En el Proceso Judicial en la actualidad se ha agotado la fase de práctica de pruebas, luego de haberse culminado la fase de pruebas y alegatos en cuyo desarrollo se ocuparon seis meses de manera continua, por una parte debido a implementación del nuevo

procedimiento en materia de práctica de pruebas introducidos por la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, y por la otra a la gran cantidad de pruebas testimoniales y periciales aducidas por las partes del proceso y practicadas tras la aprobación del tribunal de la causa, que han contribuido a un caudal de más de 34,000 fojas útiles de expediente.

En este caso el personal técnico de la ACODECO (economistas, contadores, graduados de mercadeo) efectuó más de 20 peritajes y más de 10 inspecciones judiciales que podemos desglosar de la siguiente forma: 8 Peritajes Económicos, 8 Peritajes Financieros, 3 Peritajes de Contabilidad, 2 Peritajes de Marcas, 2 Peritajes de Mercadeo, un Peritaje de Publicidad y Mercadotecnia, un Peritaje de Competencia y se hicieron un total de (11) Inspecciones Judiciales.

En la actualidad nos encontramos a la espera de la resolución de una solicitud de tasación de honorarios por parte del Tribunal en cuanto a los honorarios facturados por el perito del Tribunal, así como en espera de lo que se decida en incidente de preclusión de término de práctica de pruebas interpuesto por uno de los demandados, al cual la representación judicial de ACODECO se opuso y solicitó la imposición de caución a la contraparte por haber perdido más de dos incidentes dentro del proceso, solicitud ésta última que fue atendida por todas las instancias.

Una vez agotadas estas discusiones, esperaríamos contar con la sentencia de primera instancia de este proceso. por parte del Tribunal de la causa.

- **Contra Agencias Publicitarias**

El día 31 de diciembre de 2008, el Juzgado Octavo de Circuito de lo Civil del Primer Circuito Judicial de la Provincia de Panamá, a cargo de la Juez María Teresa García Santiago, emitió la Sentencia No.109 de Primera Instancia, dentro del Proceso Acumulado de Prácticas Monopolísticas instaurado desde el año 2003 por ACODECO (en ese entonces CLICAC) y la empresa SERVICIO DE MONITOREO Y CONTROL DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA, S.A. contra las dieciséis empresas publicitarias de la localidad, específicamente: BOYD BÁRCENAS, S.A., PUBLICIDAD INTERAMERICANA, S.A., MEGA PUBLICIDAD, S.A., MENDEZ & DIEZ COMUNICACIÓN INTEGRADA, S.A., PUBLICIS FERGO, S.A., PUNTO APARTE PUBLICIDAD, S.A., CAMPAGNANI /BBDO PANAMA, S.A., MCCANN-ERICKSON WORLD GROUP / PANAMA, R.D. NEXOS, J. WALTER THOMPSON SOCIEDAD ANÓNIMA, LEO BURNETT PANAMÁ, S.A., STAR MANAGEMENT HOLDING, INC., PUBLICUATRO, S.A., QUÍMICA-PUBLICIDAD, S.A., GÉNESIS PUBLICIDAD Y MARKETING, S.A., INSIGHT ADVERTISING, S.A. encontrándolas responsables de haber infringido los Artículos 5 y 11 de la Ley 29 de 1996, por haber incurrido en Práctica Monopolística Absoluta. La parte demandada en este proceso anunció pruebas en Segunda Instancia, admitiéndose parcialmente dicha solicitud, al conceder el Tercer Tribunal Superior de Justicia, la inclusión en la alzada del Acuerdo No. PC-1867-05 de 24 de agosto de 2005 emitido por el Pleno de los Comisionados de la CLICAC en el año 2005 dentro de Investigación Administrativa abierta contra grupo de televisoras de la localidad.

Posteriormente, en el mes de noviembre de 2009, se concede término para la sustentación de las correspondientes apelaciones, así como para la oposición por parte de los demandantes. El día 30 de noviembre de 2009 presentamos sendas oposiciones en término ante el Tercer Tribunal Superior de Justicia. A partir de entonces nos encontramos en espera de resolución de segunda instancia dentro de este proceso.

- **En Mercado de Interconexión de Redes Bancarias**

La CLICAC (hoy ACODECO) presentó demanda contra la empresa TELERED S.A. La conducta investigada encaja en el Artículo 14, Numeral 5 de la Ley 29, al tratarse de la investigación del acto unilateral de TELERED, S.A. (negativa de trato) producto de la cual la empresa denunciada se negó a proporcionar el servicio de la red para que Agentes Económicos participaran de la actividad económica de la compra con los dispositivos POS para pagos con tarjetas de débito. A diciembre de 2009, se continúa con la práctica de pruebas, a enero de 2010, consta presentada para su aprobación ante el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil la Transacción convenida entre las partes con concepto favorable de la Procuraduría de la Nación y aprobado por el Consejo de Gabinete.

- **En Mercado Azucarero**

La demanda por Prácticas Monopolísticas Absolutas fue presentada el día 3 de julio de 2007, contra Azucarera La Victoria, Central Azucarera Alanje, Central Azucarero La Estrella, Ansarosa y Azucarera Nacional, por supuesto acuerdo de precio de venta al distribuidor en toda la República de Panamá, durante parte o todo el año 2005. Este proceso fue admitido en el Juzgado Octavo de Circuito Civil de Panamá. Se refiere a la práctica consistente en el acuerdo o convenio concertado por estos ingenios con el objeto de fijar, manipular e imponer el precio de venta del azúcar en sus diferentes presentaciones en todo el mercado panameño.

El Procedimiento Judicial ha culminado con la etapa de Audiencia Preliminar, correspondiendo avanzar próximamente con la etapa de la realización de la audiencia ordinaria con el objeto de presentar y aducir las pruebas que acreditan la Comisión de la Práctica Violatoria de Competencia objeto del litigio. El Proceso Judicial se encuentra suspendido a solicitud de las partes en virtud de una posible transacción de la litis.²

- **Contra Panaderías del Sector del Barú**

El proceso judicial por Prácticas Monopolísticas Absolutas fue admitido por en el Juzgado Séptimo de Circuito Civil en la ciudad de David, Provincia de Chiriquí; el proceso fue incoado por la antigua CLICAC (hoy ACODECO) a raíz de una investigación administrativa cuyo resultados arrojaron que existían indicios suficientes para determinar la posible comisión de Prácticas Monopolísticas Violatorias de la antigua Ley 29 de 1996, por parte de un grupo de Panaderías del Distrito del Barú. La demanda se fundamenta en

² Ver más adelante la sección sobre transacciones.

que los agentes económicos demandados acordaron fijar y manipular el precio de venta del pan e intercambiar información con el objeto de no competir entre si en el mercado, situación que a toda luces es violatoria de la ley de competencia.

Para principios del año 2009, dentro de este proceso se había cumplido la Etapa Procesal de Audiencia Preliminar. Sin embargo, se presentaron varios escritos de Impulso Procesal con el objeto de continuar con el trámite correspondiente y lograr la culminación del proceso en contra de las Panaderías del Barú. El 20 de octubre de 2009, culminó la fase de Audiencia Ordinaria y se otorgó a las partes 5 días hábiles para la presentación de los alegatos de conclusión.

El día 27 de octubre de 2009, ACODECO cumpliendo con el término señalado, presenta los alegatos de conclusión ratificando todas y cada de una las pruebas presentadas y aducidas durante el proceso, a la vez se reitera la solicitud sancionar a las Panaderías del Barú, por la comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas. Por ahora, estamos a la espera de la sentencia que debe emitir el Juzgado Séptimo de Circuito Civil de la Provincia de Chiriquí.

En la actualidad nos encontramos en espera de la correspondiente sentencia de primera instancia.

- **Contra Compañías Aseguradoras en Seguros de Incendio**

Para el año 2009 un grupo de aseguradoras se encontraban demandadas por ACODECO por la presunta comisión de prácticas monopolísticas absolutas consistente en la fijación del precio de tarifas de las pólizas de seguro de incendio. La investigación se fundó en una denuncia interpuesta ante la ACODECO en contra de las empresas aseguradoras, quienes presumiblemente tenían por objeto o efecto fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de venta del seguro de incendio. El proceso se encuentra suspendido en el Juzgado Octavo de Circuito Civil en la ciudad de Panamá, Provincia de Panamá, debido a la gestión de transacción judiciales que se lleva a cabo, la cual requiere la aprobación de la Procuraduría de la Nación y posteriormente del Consejo de Gabinete quien es por ley el ente encargado de aprobar este tipo de acciones judiciales. Cabe destacar que de no concretarse la transacción, se continuará con el trámite judicial hasta la culminación del proceso.

- **Contra Compañías Aseguradoras en Seguros de Autos**

Para el año 2009 un grupo de Aseguradoras se encontraban demandadas por ACODECO por la presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas consistente en la fijación del precio de tarifas de las pólizas de seguro de auto. La investigación se fundó en una denuncia interpuesta ante la ACODECO en contra de las empresas aseguradoras, quienes presumiblemente tenían por objeto o efecto fijar, manipular, concertar, acordar o imponer el precio de venta del seguro de auto. El proceso se encuentra suspendido en el Juzgado Octavo de Circuito Civil en la Ciudad de Panamá, Provincia de Panamá, debido a la gestión de Transacción Judicial que se lleva a cabo, la cual requiere la aprobación de la Procuraduría de la Nación y, posteriormente, del Consejo de Gabinete quien es por ley el ente encargado de

aprobar este tipo de acciones judiciales. Cabe destacar que de no concretarse la transacción, se continuará con el trámite judicial hasta la culminación del proceso.

- **Contra Empresas procesadoras de Leche**

El día 31 de marzo de 2008, se presentó demanda contra INDUSTRIAS LÁCTEAS, S.A. (ESTRELLA AZUL) REFRESCOS NACIONALES, S.A. NESTLÉ PANAMÁ, S.A.; SOCIEDAD DE ALIMENTOS DE PRIMERA, S.A. (BONLAC) por la presunta comisión de prácticas monopolísticas absolutas, en concepto de haberse combinado, acordado o concertado el precio de compra de la leche en sus diferentes graduaciones. Materia prima indispensable para la producción de sus productos terminados derivados de la conducta que se reputa ilícita por ser de conformidad con lo dispuesto en la Ley 29 de 1996, modificada por el Decreto Ley 9 de 2006 (actual Ley 45 de 2007).

El expediente contra las PROCESADORAS DE LECHE se encuentra radicado en el Juzgado Noveno de Circuito Civil de Panamá. La próxima fase del proceso en este expediente judicial es la Audiencia Preliminar.

En este caso los abogados de la empresa Nestlé Panamá, S.A. presentaron un Amparo de Garantías que provocó la salida del expediente del Juzgado Circuital al Primer Tribunal Superior de Justicia, instancia ésta que negó el Amparo, siendo esta resolución recurrida en Apelación ante la Corte Suprema de Justicia. En el mes de marzo de 2009, ACODECO presentó un escrito de tercero interesado en la discusión de Amparo. Al mes de diciembre de 2009, nos encontramos en espera de la decisión de la Corte Suprema de Justicia.

- **Contra Estaciones de Combustible en Santiago de Veraguas**

El día 20 de febrero de 2008 se presentó la Demanda en Santiago contra seis demandados: ERIC EDUARDO ESPINO CAMARENA (Estaciones Erika No. 1 y No.2), ESTACIÓN SHELL EL CRUCE, S.A. (Estación El Cruce); ESTACIÓN SHELL VERAGUENSE, S.A. (Estación Shell Veraguense), COMERCIALES CANTO DEL LLANO, S.A. (Servicentro Canto Del Llano), ESTACIÓN HERMANOS TERREROS BOTACIO, S.A. (Estación Terreros Botacio) y COOPERATIVA DE TRANSPORTE JOAQUINA H. DE TORRIJOS, R.L. (COOTRAJOHT, R.L.) (Estación Coop. Joaquina H. De Torrijos y Estación Coop. Joaquina H. Torrijos Las Delicias) por la supuesta fijación de precio de venta de combustible en la Ciudad de Santiago durante el año 2005. El proceso quedó radicado en el Juzgado Segundo de Circuito de lo Civil de Veraguas. Durante el año 2009 se llevó a cabo la práctica de pruebas en este proceso consistente en varias declaraciones testimoniales rendidas en sede judicial en la Ciudad de Santiago, así como ratificaciones de declaraciones rendidas en sede administrativa dentro del correspondiente proceso judicial, así como la práctica de un peritaje económico a cargo de peritos de ACODECO y peritos del Tribunal. En este caso se realizó un Peritaje Económico y tres Inspecciones Judiciales. En el mes de septiembre se presentó los alegatos de conclusión de este caso, por lo que nos encontramos en espera de la sentencia correspondiente.

En este proceso hubo que presentar una solicitud de tasación de honorarios de peritos, reduciéndose así en un 57% el monto inicialmente facturado por los peritos del Tribunal.

- **Por fijación de Precio de Arroz en Chiriquí**

Luego de concluir una investigación administrativa contra las principales empresas de molinería dentro del mercado nacional del arroz, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), resolvió demandar judicialmente por Prácticas Monopolísticas Absolutas a dos de las empresas investigadas y que se dedican a la compra, molienda, distribución y comercialización del arroz, tanto en la Provincia de Chiriquí como de Bocas Del Toro; pues, se obtuvo indicios que acreditan la existencia de prácticas restrictivas de la competencia por cierto, consistente en concertarse, combinarse o intercambiar información con el objeto o efecto de fijar o manipular los precios por el servicio de transporte de carga, que tipifica y sanciona el Numeral 1 del Artículo 13 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

El proceso judicial cursa en el Juzgado Quinto de Circuito del Circuito Judicial de Chiriquí, Ramo Civil; no obstante, actualmente se encuentra suspendido a solicitud de las partes en virtud de una posible transacción de la litis.

- **Por posible Discriminación en Abastecimiento en Mercado Mayorista de Combustible**

Se inició Investigación Administrativa a las empresas Compañía Chevron Panamá y Refinería Panamá S.A, debido a las múltiples quejas que existen por parte de cierto grupo de transportista y empresas importadoras-distribuidoras de derivados de petrolero a nivel nacional; debido a la persistente demora en las operaciones de carga y despacho de combustible en la terminal de almacenamiento en la antigua refinería Panamá, ahora administrada por la empresa Compañía Chevron de Panamá.

Una vez recabada la información y documentación necesaria se confeccionó un informe preliminar el cual plasma entre otras cosas, la significativa sanción impuesta por la Secretaria General de Energía, que sirvió como punta de lanza para que esta Dirección solicitara la práctica de una diligencia exhibitoria ante los juzgados competentes; con el objeto de obtener elementos probatorios e información que acredite la comisión individual o colectiva de prácticas discriminatorias que pudiesen afectar la libre competencia y competencia económica en el mercado de combustible en Panamá y se demandó solo a Refinería Panamá, S.A.

Mediante Resolución No. DNLC-OGC-026-08 de 22 de diciembre de 2008, se resuelve iniciar de Oficio una Investigación Administrativa por la supuesta comisión de Prácticas Monopolísticas Relativas por parte de algunas empresas encargadas de la distribución y comercialización de combustible (gasolina de 91 y 95 octanos y diesel) en la República de Panamá.

El día 3 de junio de 2009, el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá, mediante Auto No. 545, admite la demanda presentada por la Autoridad y ordena correr traslado a la parte demandada.

Tomando en cuenta que la notificación de la demanda debía hacerse fuera de la ciudad de Panamá, el Juzgado ordena la confección de un Exhorto a fin de comisionar a otras entidades de justicia la notificación correspondiente. En noviembre de este año, se notificó y dio traslado a la parte demandada de la Demanda Interpuesta por la Autoridad para que en debida forma y en tiempo oportuno haga las contestaciones de que a bien tenga. Se está a la espera de la contestación de la demanda para que el juzgado fije la fecha y hora de celebración de la Audiencia Preliminar.

- **De Transporte de Carga de Colón**

Recientemente se promovió Demanda Judicial por Prácticas Monopolísticas Absolutas contra un grupo de Agentes Económicos dedicados a ofrecer el servicio de transporte de carga contenerizada entre los puertos de la Provincia de Colón y Provincia de Panamá, consistente en concertarse, combinarse o intercambiar información con el objeto o efecto de fijar o manipular los precios por el servicio de transporte de carga, que tipifica y sanciona el Numeral 1 del Artículo 13 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

En la actualidad se está a la espera que el Juzgado Noveno de Circuito del Primer Circuito Judicial de Panamá, Ramo Civil, proceda con su admisión a fin de correrle en traslado la demanda a cada uno de los agentes económicos demandados.

Transacciones

- 1) Base legal. El Numeral 15 del Artículo 86 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 sirve de base para la consecución de estos trámites. Dicha norma establece lo siguiente:

“Artículo 86. Funciones de la Autoridad: La Autoridad tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

1. ...

15. Cesar, en cualquier etapa de la investigación que se realice en sede administrativa y aun luego de promovido el proceso judicial ante la autoridad competente, la investigación 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 a los actos investigados incluyendo cláusulas penales que garanticen el cumplimiento del acuerdo.”

- 2) Principios de los Acuerdos de Transacción con ACODECO.

Se definieron los componentes mínimos que deberían considerarse en cualquier proceso negociador para proceder con una transacción en materia de libre competencia, quedando definido así:

- a) Pago inicial al Tesoro Nacional, inclusive en calidad de “Donación”, que revierta de alguna manera los gastos incurridos por el Estado (a través de ACODECO) en la investigación de la conducta que se transa y que ejerza algún efecto disuasor hacia futuro.
 - b) Compromiso de restaurar las condiciones de competencia al asumir decisiones individuales en materia de fijación de precios de mercado, ya sea directa o indirectamente (descuentos, etc.).
 - c) Auditorías de competencia para verificar el cumplimiento del Acuerdo de Transacción.
 - c.1.) Duración: 2-3 años
 - c.2.) Sin previo aviso.
 - d) Cláusula de indemnización por incumplimiento del Acuerdo de Transacción.
 - d.1) Ante el Incumplimiento del Acuerdo de Transacción sería de (B/. 100,000.00) Cien Mil Balboas, la Autoridad puede accionar el caso original ante los tribunales competentes.
- 3) En negociación con las empresas.
- a) Seguros Incendio y Auto: Apadea y Aseguradora Ancón, HSBC Seguros, Assicurazione Generali, Assa Compañía de Seguros e Interoceánica de Seguro, National Union Fire Company of Pittsburg PA, Aseguradora Mundial, Internacional de Seguros.
 - b) Procesadores Lácteos: Nestlé, Sociedad de Alimentos de Primera, S.A., Industrias Lácteas, Refrescos Nacionales.
 - c) Molinos de Arroz: Corporación Gariché e Industrial Arrocera de Chiriquí.
 - d) Industria Azucarera: Azucarera La Victoria, Central Azucarera de Alanje, Corporación Azucarera La Estrella, ANSAROSA, Azucarera Nacional
- 4) Presentadas a consideración del Consejo de Gabinete.
- a) Telered: a Enero de 2010, consta presentada para su aprobación ante el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil la Transacción convenida entre las partes con concepto favorable de la Procuraduría de la Nación y aprobado por el Consejo de Gabinete.

B. CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

Fusión Aerovías del Continente Americano (Avianca) y Grupo Taca

Aerovías del Continente Americano, S.A. (Avianca) y Grupo Taca, anunciaron oficialmente en San Salvador un acuerdo para crear una sola compañía (holding) que se encargará de manejar todas las operaciones de las aerolíneas.

El aumento de gran cantidad de asociaciones, alianzas y acuerdos de cooperación entre líneas aéreas, hace imperiosa la necesidad de estudiar el sector transporte aéreo, por las decisiones judiciales relacionadas a la apertura de los mercados.

La fusión de Avianca y Taca, ofrecerá, una de la redes de rutas aéreas más grande de Latinoamérica, con la finalidad de fortalecer su área estratégica, y desarrollar mayor capacidad de crecimiento. Con esta unión se conformará el grupo de mayor cobertura, abarcando gran número de destinos en América (alrededor de 100), logrando crear la red de servicios de carga y de pasajeros más completa de Latinoamérica.

En la investigación, se concluyó, que no se vislumbran problemas de competencia, ya que revisando las rutas, se encontró que no existe traslape de rutas. En todas las rutas existe por lo menos un segundo operador que ofrece alternativas a los consumidores. Por lo anterior, se recomendó no abrir una investigación.

Investigación por la Concentración Económica de Empresas de Venta de Pinturas American Colors y Pinturas Cóndor.

La página web panameña “Capital Financiero” hizo referencia en abril del presente año, a una concentración económica entre American Colors y Pinturas Cóndor, empresas dedicadas a la comercialización y distribución de pinturas en el mercado. Es por esta razón que la ACODECO determinó elaborar un análisis preliminar a fin de determinar si dicha concentración económica puede ser violatoria a la Ley No.45 de 31 de octubre de 2007.

Encontramos que la empresa American Colors en Panamá representa un 5% del mercado panameño, ubicándose en la sexta posición en ventas. Por su parte, Pinturas Cóndor posee un 8% de las exportaciones de pintura en sus países, entre los cuales podemos mencionar, Cuba, Colombia y Ecuador, sin embargo, no tenía presencia en Panamá, por lo tanto, no se ve afectada la estructura del mercado de pinturas en nuestro país.

Tenemos que el movimiento aproximado de pinturas en el mercado panameño es el siguiente:

Mercado Total de Pinturas en Panamá	American Colors
\$65.0 millones	\$3.3 millones

Finalmente, se determinó que frente a esta fusión vertical, no existe ningún cambio en la estructura del mercado de pinturas en Panamá, por lo que se recomendó la no apertura de una investigación de concentración económica de oficio contra estos agentes económicos.

Concentración Cable Onda – Astrovisión.

El agente económico Cable Onda solicitó una verificación previa para la transacción por medio de la cual obtendría ciertos activos de la sociedad Astrovisión. Una vez iniciado el análisis correspondiente se recibió comunicación de parte de la sociedad Cable Onda del desistimiento de la operación. Una vez revisada la procedencia de la solicitud, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 191 de la Ley 45 de 2007, que establece como normas supletorias las disposiciones contenidas en leyes especiales, siempre que se refieran a materia no regulada en ella, se estimó que no existe motivo alguno para negar la solicitud de desistimiento.

En virtud de lo anterior y en atención a lo dispuesto en el artículo 160 de la Ley 38 de 2000 que entre otras disposiciones, regula el Procedimiento Administrativo General, la Administración acepta de plano el desistimiento, y declaró concluido el proceso; por lo que se suspendió la verificación previa y se ordenó el archivo del expediente.

Adquisición de Acciones de Aseguradora Mundial por parte de MAPFRE

Según noticia publicada en los diarios en España el día 3 de diciembre y en Panamá el día 4 de diciembre, las empresas MAPFRE y Grupo Mundial, llegan a un acuerdo para negociar una alianza para lograr la integración, a través de una sociedad holding.³ En un proceso que denominó “alianza estratégica”, la compañía española MAPFRE anunció ayer oficialmente que acordó iniciar en exclusiva la adquisición del 65% de la panameña Aseguradora Mundial, operación que representaría unos 211 millones de dólares.

Después de conocida la noticia, con la finalidad de descartar alguna concentración, se procede a recabar algunos datos que nos permita tener una idea clara de la situación. De tal manera, que consultando la Superintendencia de Seguros, a través de su página web, www.superseguros.gob.pa, se pudo conocer que MAPFRE América no realiza en Panamá ninguna actividad relacionada con la venta de seguros, lo que nos indica que no tiene participación en el mercado panameño en esta actividad. Por este motivo, se desestima la existencia de una posible concentración y se recomienda la no apertura de una investigación.

Fusión Cable Onda – Telecarrier

El 16 de noviembre de 2009 la ACODECO, recibe nota membretada con los logos de Cable Onda y Telecarrier vía fax, firmada por el gerente general de la empresa Cable Onda, S.A., donde comunica que las empresas CABLE ONDA, S.A. y TELECARRIER, INC., han acordado un proceso de fusión cuyo objetivo es la conformación del único proveedor de servicios de telecomunicaciones en Panamá de capital 100 % panameño.

El 17 de noviembre de 2009 en diarios locales se comunicó que Medcom Holding INC., (tenedora indirecta del 100% de las acciones de Cable Onda S.A.), y Telecarrier Internacional LTD., (tenedora del 100% de las acciones de Telecarrier INC.), acordaron integrar sus negocios de telecomunicaciones. Con esto el 51% del capital de la empresa fusionada será propiedad de Medcom Holding INC., y el 49 % de Telecarrier Internacional LTD.

Cable Onda, S.A. y Telecarrier, INC. ofrecen servicios de Internet y Telefonía Básica Fija. Cable Onda, S.A. también ofrece servicios de Televisión Pagada.

Con fecha de 25 de noviembre de 2009 se aprueba el informe preliminar del caso, el cual concluye que no hay riesgos para la competencia en el mercado de telefonía y en el mercado de Internet. No obstante, antes de aprobar la apertura formal de una investigación

³ Dirección General de Comunicación y Responsabilidad Social de MAPFRE, Madrid, 3 de diciembre de 2009, correo electrónico susanadiaz@mapfre.com

se instruye para que se cursen notas que indaguen sobre el control accionario que los accionistas de Telecarrier INC. puedan tener sobre Televisora Nacional, S.A., a efectos de descartar o no, el control indirecto que pudiera existir en el mercado de televisión abierta, por parte de Medcom Holding, Ltd. que participa en este mercado.

C. CONSULTAS DE VIABILIDAD

Caso hipotético de Contrato de Exclusividad

El día 11 de agosto de 2009, se recibe en la Secretaría General, consulta de viabilidad por parte de la firma Arias, Alemán & Mora consistente sobre las restricciones de los numerales 1y 4 del artículo 16 de la Ley 45, en el supuesto de que una empresa extranjera suscribe un contrato de exclusividad con una agente panameño, persona natural o jurídica, para que venda en Panamá servicios que serán prestado fuera del territorio panameño.

Se solicitó información y documentación para de determinar si el acto calificaba como una posible práctica monopolística violatoria de la Ley 45. Sin embargo, los interesados deciden desistir del trámite de viabilidad y se archiva el expediente como una consulta de carácter genérico que no permite determinar la licitud o no del acto pretendido.

Mercado de bebidas por un Agente Económico para estampar precios en envases

La consulta gira en torno a la legalidad o conveniencia de estampar o imprimir precios en todo el portafolio de productos elaborados y distribuidos por empresas en el territorio nacional. Dando continuidad al trámite correspondiente, se solicitó a las empresas interesadas información y documentación de importancia para evaluar en principio el acto sometido a consulta de viabilidad.

D. INFORMES TÉCNICOS Y SECTORIALES

D.1 Informes Técnicos

Regulación de precios en Panamá como política pública en situaciones excepcionales.

El propósito de esta Nota Técnica es explicar la regulación de precios de acuerdo a lo que la Constitución y la ley establecen en Panamá, cuáles deben ser los casos en que esta medida deba ser preferiblemente adoptada a sabiendas que la fijación de precios en nuestro sistema económico debe estar determinado por la libre oferta y demanda pero que en determinadas circunstancias es necesaria su aplicación. A partir de la adopción del sistema de libre mercado en las diversas economías latinoamericanas (y nuestro país no es la excepción), surgen entonces las instituciones que promueven la competencia a lo interno de las economías nacionales.

En la nota técnica se aborda la regulación de precios de acuerdo a la Ley 45 de 2007, específicamente en lo comprendido entre los artículos 199 al 201 y que particularmente en el artículo 200, establece que “los bienes y servicios sujetos a la regulación de precios, a que se refiere el artículo anterior, serán determinados mediante decreto expedido por el

Órgano Ejecutivo, previa consulta no vinculante a la Autoridad”. En otras palabras, el mecanismo de regulación de precios opera en nuestro país de manera excepcional. Además, la mencionada nota técnica, aborda y desarrolla los criterios que deben tomarse en consideración para justificar la regulación de precios. Entre los cuales se especifican los siguientes: los nutricionales, salud pública, interés general, caso fortuito, grupos socialmente vulnerables y productos subsidiados por parte del Estado.

D.2 Estudios Sectoriales

Uso de plantas transgénicas en Panamá y la dependencia de su suministro por empresas como Monsanto

Las plantas transgénicas, son organismos que a base de métodos científicos, y técnicas especializadas son transformados, introduciéndoles genes de otros seres, teniendo como resultado productos con características resistentes a las adversidades del medio ambiente y con un gran número de atributos para el mejoramiento de su calidad.

Es importante analizar las condiciones sobre las cuales se desenvuelve la relación comercial de nuestro país con la empresa Monsanto, determinar el cultivo en nuestras áreas basándonos en la importación de estos productos y la necesidad de sus suministros, se realizan cumpliendo con las normas de la legislación nacional así como identificar si estas importaciones permiten lograr una buena comercialización entre los productores locales, dirigidas a la búsqueda del fortalecimiento de la calidad de nuestros productos y a mejorar la productividad.

Actualmente, estamos en la etapa de recolección de información e investigación en diferentes fuentes.

Estudio sobre la Canasta Básica de Alimentos (CBA)

El estudio sobre canasta básica de alimentos (CBA) no se ha concluido pero básicamente trata de analizar la CBA (periodo 2006-2008) por tipo de industria y determinar cuales son los productos de mayor incremento en precios dentro de cada industria, el objetivo de esta mecánica es analizar de forma específica los productos de mayor impacto dentro de cada industria y tratar de determinar el por qué los incrementos en sus precios. En el caso de la industria de lácteos por ejemplo se encontró que el queso amarillo y la leche fresca grado “A” fueron los productos que más aumentaron, al analizar el precio de la leche a nivel internacional (el mercado local sólo cubre alrededor del 40%) se encontró un incremento de 25.95% entre 2006 y 2008, en el caso del cuajo (producto indispensable para la elaboración de quesos) se encontró un incremento de 81.88%, estos incrementos importantes permiten de alguna manera entender el por qué de las variaciones de precios en esta industria.

Esta mecánica se aplica para las industrias que componen la CBA buscando qué elementos pudieran haber influido en el alza de los productos. En el caso de las leguminosas se encontró aumentos más significativos a nivel internacional que a nivel nacional. Por ejemplo, las lentejas aumentaron en el exterior en un 215.92% muy superior al aumento en el mercado nacional mayorista de 98.32%, esto en principio demuestra que no es sólo un

problema interno sino que a nivel internacional también hay alzas, además muestra que el mercado panameño de alguna manera ha podido desarrollar incrementos menores a los internacionales a pesar de todo los problemas internos. Otros elementos como la electricidad han aumentado un 14.8%, el combustible (diesel) de mayor utilización en la industria ha aumentado 59.91%; estos insumos representan un porcentaje importante en la producción de muchos de los productos de la CBA lo que de alguna forma permite entender el incremento en los precios.

Estudio sobre el consumo de Energía Eléctrica en la producción de las carnes y productos lácteos de la Canasta Básica de Alimentos.

En este estudio se pretende analizar cual es la incidencia de los costos de la electricidad en la producción de las carnes y productos lácteos de la canasta básica de alimentos. Al conocer cual es el peso que tiene este insumo en la producción de estos productos, se puede tener una idea de cual puede ser el impacto en los precios producto de variaciones en los costos de la electricidad de manera específica, pudiendo de esta forma valorar si efectivamente cambios en los precios de la electricidad influyen de manera significativa en la formación de precios de las carnes y productos lácteos de la canasta básica de alimentos.

Estructura y Funcionamiento del Mercado de la Televisión Pagada en Panamá.

El mercado de la televisión pagada en Panamá, está experimentando su mayor desarrollo en estos momentos respecto a décadas anteriores, existen en principio 16 cable-operadores con licencia (al menos hasta el año pasado), aunque sólo seis están operando, de acuerdo a información suministrada por la ASEP (Autoridad Nacional de los Servicios Públicos).

Los contenidos y los planes varían en cada empresa, ya sea que tenga una señal de cable por fibra óptica, cable coaxial e incluso por señal satelital. Este mercado de igual manera no sólo está constituido por los operadores de cable, sino también por transportadores de señales y los usuarios finales o clientes abonados.

Una vez realizado este análisis sobre el mercado de la televisión pagada en Panamá, a grandes rasgos, es importante señalar que este mercado está constituido por una estructura relativamente concentrada, con dos operadores dominantes, en este caso Cable Onda, S.A. y SKY, con tecnologías distintas (cable y satelital), que tienen la mayor cobertura geográfica en el ámbito nacional. En general, todos los cable-operadores tratan de diferenciar sus paquetes con los distintos canales especializados, como por ejemplo, deportes, noticias, entretenimiento, etc., para captar los distintos gustos y preferencias de los consumidores.

Sector Avícola

En este estudio se describen los principales insumos que coadyuvan a la producción y su incidencia dentro de ella. El número de empresas que a nivel de Panamá participan en el mercado, la participación de mercados de estas empresas y se estiman índices de concentración del mercado. Además se analiza la dispersión de los precios (tanto a nivel de

la industria, así como dentro del conjunto de cadenas de supermercados) ya que es una importante variable dentro de la dinámica de competencia en el mercado.

Estudio de barras de acero

Actualmente se elabora estudio sectorial de barras de acero para reforzar concreto, Dentro de este estudio se abordaran áreas de interés tales como importaciones, ventas precios de lista, comercialización, costos y precios de compra de las barras corrugadas para reforzar concreto. Se pretende con el mencionado estudio que se analicen algunos variables de competencia de importancia en el mercado de este producto que es un insumo importante en la elaboración de diferentes obras civiles en Panamá.

E. LENIENCY

PROGRAMA DE CLEMENCIA EN PANAMÁ

Las prácticas monopolísticas absolutas representan una de las violaciones más nocivas de la ley de competencia, perjudicando a los consumidores y a las economías, causando pérdidas millonarias en el mundo. Es por ello que la ACODECO ha implementado este programa, que ofrece dispensar o disminuir el pago de la multa o sanción, al Agente Económico que participe en una Práctica Monopolística Absoluta y que aporte pruebas de primero a la Autoridad, siempre que no sea el líder del mercado e instigador de la práctica.

Antecedentes del Programa

Este Programa se inició en Estados Unidos mediante la División Antimonopolios del Departamento de Justicia (DOJ), adoptando así la primera Política de Clemencia en 1978 y fue revisado considerablemente con la emisión de la Política de Clemencia Corporativa de 1993 y una Política de Clemencia para individuos en 1994.

Posteriormente, la Comisión Europea adoptó su primer programa de Clemencia en 1996, que ha sido revisado dos veces, primero en 2002 y otra vez en el 2006 cuando se adoptó la actual Comunicación sobre la clemencia.

Luego en América países como Canadá, Brasil, Chile, México, entre otros, introdujeron en su normativa legal Políticas de Clemencia.

Caso Europeo

Este caso ha sido considerado por La Comisión Europea como el más perjudicial debido a que afectó a una gama de vitaminas presentes en una multitud de productos que van desde los cereales, galletas o bebidas, a los productos farmacéuticos y cosméticos.

La Comisión luego de una exhaustiva investigación multó a 8 empresas por un total de 855.22 millones de euros por participar en 8 diferentes carteles o prácticas monopolísticas absolutas secretas de reparto de mercados y fijación de precios de productos vitamínicos.

La empresa Hoffman-Roche, por ser la instigadora y participar en todos las prácticas monopolísticas absolutas, recibió una multa máxima acumulativa de 462 millones de euros.

La empresa Aventis (Rhone-Poulenc) ha tenido inmunidad completa con respecto a su participación en las prácticas monopolísticas absolutas sobre las vitaminas A y E porque fue la primera empresa en cooperar con la Comisión y facilitó pruebas decisivas en lo referente a estos dos productos.

Fue la primera vez que la Comisión exime totalmente del pago de una multa sobre no imposición o reducción de multa.

Marco Legal

El Programa de Clemencia está contemplado en el artículo 104 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, que a la letra dice:

“Artículo 104: La Autoridad podrá, en los casos en que la empresa que sea la primera en aportar elementos de prueba que eventualmente lleven a la Autoridad a accionar ante los tribunales por la presunta realización de prácticas monopolísticas absolutas, dispensar o disminuir el pago de cualquier multa o sanción que, de otro modo, hubiera podido imponérsele, siempre que este agente económico no sea el líder del mercado y no sea instigador de la práctica.”

Asimismo, el Artículo 31 del Decreto Ley No.8-A de 22 de enero de 2009 establece lo siguiente:

“Artículo 31. **Beneficio de reducción de sanciones:** De conformidad con el artículo 104 de la Ley, la Autoridad podrá dispensar o disminuir el pago de cualquiera multa o sanción que de otro modo hubiera podido imponérsele al agente económico que presuntamente hubiese realizado una práctica monopolística absoluta, siempre y cuando se cumplan, acumulativamente, las siguientes condiciones:

1. Que el Agente Económico fuese el primero, entre los agentes económicos involucrados en la conducta, en aportar elementos de prueba que eventualmente llevasen a la Autoridad a accionar ante los tribunales por la presunta realización de prácticas monopolísticas absolutas.
2. Que este agente económico no fuese el líder del mercado y no fuese instigador de la práctica.
3. Que este Agente Económico cooperase en forma plena y continua con la Autoridad en la sustanciación de la investigación que lleve a cabo y, en su caso, en el procedimiento judicial adelantado ante el tribunal competente.
4. Que este Agente Económico realizase las acciones necesarias para terminar su participación en la práctica violatoria de la Ley.

Para efectos de determinar el monto de reducción la Autoridad tomará en consideración los elementos de prueba presentados.

La Autoridad mantendrá con carácter confidencial la identidad del Agente Económico que pretenda acogerse a los beneficios de este artículo.”

La expectativa del Programa de Clemencia se fundamenta en el interés de la Autoridad de motivar a los Agentes Económicos a participar de este programa con la finalidad de erradicar las Prácticas Monopolísticas Absolutas.

F. OTROS INFORMES

Especulación, Acaparamiento y Economías de Mercado

La especulación es el conjunto de operaciones comerciales que tienen por objeto la obtención de un beneficio económico basado en las fluctuaciones de los precios, y en los que no se persigue disfrutar del bien adquirido sino beneficiarse de las fluctuaciones del precio. El acaparamiento los podemos definir como una práctica monopolística tendiente al encarecimiento de un producto mediante el congelamiento o la disminución de la oferta, la cual consiste en retener o comprar bienes en grandes cantidades antes de que lleguen al mercado de consumo, con el fin de venderlos cuando los precios de los mismos resulten superiores a los actuales. Por otro lado la economía de mercado es un orden económico en el que todos los procesos económicos, es decir producción, distribución y consumo, así como los precios y las condiciones de intercambio, se determinan exclusivamente a través de la oferta y la demanda. En el estudio se demuestra la ausencia de especulación y acaparamiento en cebolla, zanahoria y papas, básicamente porque al comparar los precios de estos productos en el mercado minorista (supermercados) se observan variaciones de precios. Estas variaciones de precios son normales en un mercado competitivo, en el cual los precios son determinados por las fuerzas de la oferta y la demanda. Igualmente se encontraron estas variaciones en el mercado mayorista lo único que los precios son menores ya que no incluyen las ganancias de los minoristas. Al final el comportamiento diferenciado es el que permite determinar el buen funcionamiento de un mercado competitivo.

Si el mercado de alguno de estos productos estuviera influenciado por temas de acaparamiento con fines de especulación los precios no estarían tan atomizados, básicamente porque el acaparamiento restringiría de manera artificial la oferta lo que ocasionaría un aumento de precios de manera especulativa acercándolos a un precio uniforme, de manera que no fuera posible observar diferencias de precios como las que efectivamente se encontraron en el estudio.

Recomendaciones sobre la importación de Arroz Pilado en el Mercado Nacional

Entre las recomendaciones están las siguientes: la forma idónea en que estos ahorros en los costos de obtención del grano puedan traspasarse a los consumidores es generando mayor competencia, en vez de asegurar a los mismos agentes económicos que comercialicen un grano con costo menor a un precio igual, si no superior, a los consumidores. Lo anterior es dable de lograrse si, contrario a la práctica habitual, se destina un nuevo contingente arancelario exclusivamente para producto terminado (arroz pilado), permitiendo no sólo que todos los potenciales importadores puedan participar, sino que se asignen suficientes lotes que hagan más probable que agentes económicos que no están integrados verticalmente obtengan la adjudicación de estos lotes y de esta manera generar una mayor

rivalidad en el mercado, especialmente en el eslabón minorista de la cadena de comercialización.

En este sentido, se debe señalar que el reparto (entre materia prima y producto terminado) debe ser reevaluado, tanto en los contingentes ordinarios como extraordinarios, hacia una mayor colaboración e intervención, del producto terminado para incentivar a los agentes económicos importadores a una mayor participación en dichas ruedas de negocios lo que permitiría disciplinar los precios.

El requisito de importación de manera previa, en una bolsa de productos, autorizada para operar en la República, de determinada cantidad de materia prima o bienes de producción nacional, o que hayan registrado en dichas bolsas de productos, compraventas de dicha materia prima o productos hecha fuera de la bolsa es a todas luces restrictivo ya que limita la participación de agentes económicos en los contingentes arancelarios por desabastecimiento, así como impide en una determinada situación de urgencia el abastecimiento de productos de consumo nacional generalizado (por ejemplo como los de la Canasta Básica de Alimentos). Por lo tanto, es menester flexibilizar este requisito ya que puede dar al traste con la solución que se le quiera dar a un futuro desabastecimiento de productos a nivel nacional.

Evaluación del Programa Agro Compita en su Primer Año

El Gobierno Nacional puso en marcha a finales del primer semestre de 2008 (26 de mayo) medidas concretas para apoyar a los consumidores panameños ante un contexto mundial de encarecimiento de los precios. El Programa de Apoyo al Consumidor (PAC) como se le denominó es una iniciativa integral, orientada al panameño común, coordinada con otras medidas de medio y largo plazo. Dentro del PAC se desarrolló el programa Agro Compita que impulsarían la productividad agropecuaria nacional y garantizarían la sostenibilidad de la iniciativa Compita, con una ampliación de las ferias permanentes en beneficio de los consumidores.

De manera general el programa Agro Compita ha tenido un efecto positivo en la población panameña, contribuyendo de manera directa e indirecta en las mejoras de las condiciones de vida de los panameños. Se han observado algunas fallas como la falta de coordinación entre entidades del estado (IMA – BDA) que no han permitido honrar a tiempo los compromisos adquiridos. También se han observado elementos positivos como los seguros agropecuarios, que permitieron que mayor cantidad de producción se asegurara lo que de alguna forma da algo de tranquilidad al productor y le permite asumir mayores riesgos.

Igualmente artículos ampliamente utilizados en las labores agropecuarias como el alambre de púas y las llantas para tractores han mostrado un incremento en las importaciones, lo que se traduce en una mayor utilización de los mismos contribuyendo de manera directa en las condiciones de producción.

Evaluación preliminar del comportamiento de precios del trigo y el pan

En este análisis preliminar se intenta conocer cual ha sido el movimiento de precios del trigo a nivel internacional y nacional, comparando si este comportamiento de precios está en armonía con los precios locales del pan, básicamente porque el trigo es el insumo principal utilizado en la elaboración de este producto.

En el análisis se encontró que los precios del trigo a nivel internacional muestran reducciones en cambio, los precios locales del pan flauta y pan molde (productos de canasta básica de alimentos) muestran aumentos. Hay que tener presente que una reducción de precios del trigo y la harina a nivel internacional no garantiza que el pan reduzca su precio, pero si motiva en conocer que elementos están diluyendo la rebaja del trigo como para no ser reflejada en los precios finales del pan. Esta situación motiva en realizar un estudio más profundo que permita conocer que elementos pudieran estar contribuyendo a diluir la rebaja de los precios del trigo para no ser reflejado en los precios del pan molde y el pan flauta.

Evolución del costo promedio de la Canasta Básica de Alimentos en abarroterías, minisuper y supermercados en los Distritos de Panamá y San Miguelito

Por un lado los precios de los minisuper y abarroterías muestran comportamientos alcistas por otro lado los supermercados muestran comportamientos hacia la baja, esta situación pudiera ser explicada por los hábitos de consumo de la población que encuentra más cómodo adquirir sus productos en los minisuper y abarroterías que en los supermercados, lo cual tiende a elevar los precios por temas de demanda. En cambio los supermercados tratan de atraer mayor demanda con menores precios aparte de la competencia que existe entre ellos.

Mientras la población no tenga claro cómo sus decisiones de consumo de manera individual tiene una importancia cuando se consideran colectivamente, seguiremos observando este tipo de situaciones, en la cual el mercado ofrece alternativas donde adquirir los mismos productos a menores precios pero los consumidores prefieren continuar con sus hábitos de consumo, lo cual es aprovechado por los agentes económicos para mantener los precios altos.

El mercado muestra alternativas, como efectivamente queda demostrado, corresponde a nosotros como consumidores tomar la opción que consideremos mejor.

Análisis de Información aparecida en los medios de Comunicación sobre fijación de precios del Tomate por parte de los Productores y precios bajos pagados a los Productores por algunos productos (tomate, cebolla, apio y coliflor).

En noticia publicada en los medios de comunicación con título **“Productores fijan precio del Tomate”** y en su redacción **“Los productores de Azuero establecieron un precio de 6.50 dólares para el quintal de tomate durante la temporada 2009-2010...”**. En principio al leer el

titular y el inicio de la redacción se pudiera pensar en una posible fijación de precios prohibida por la Ley 45 que dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia, pero al investigar un poco sobre el tema se encuentra otra nota publicada con título **“Nestlé y tomateros en busca de un acuerdo”** igualmente se encuentra otra nota con título **“Productores de tomate y directivos de la empresa Nestlé lograron ponerse de acuerdo respecto al precio del quintal de tomate”**.

Dada la información encontrada se concluyó de manera preliminar que la fijación de precios por parte de los productores de tomate no corresponde a una posición arbitraria o antojadiza sino a un proceso de negociación de precios con la compañía Nestlé; lo cual puede ser visto como un proceso en el cual tanto la oferta como la demanda interactuaron para lograr un precio de equilibrio, situación normal en un ambiente de libre mercado.

Análisis preliminar del Decreto de Gabinete N° 34 del 6 de octubre de 2009 por el cual se modifica el arancel de importación.

En un análisis preliminar del Decreto de Gabinete N° 34 se tiene que el mismo está orientado a la rebaja arancelaria de productos de uso diario por la población, los cuales son **complementos** de la Canasta Básica de Alimentos (CBA). No a productos de CBA.

Las partidas arancelarias de los productos en este Decreto en general no muestran una rebaja significativa que pudiera tener un impacto directo en la formación de los precios de estos productos, pero sí es un elemento que contribuye de alguna forma en hacer la industria panameña más competitiva. Rebajas progresivas en poca cuantía y sobre todo las programadas dan espacio para que la industria haga los ajustes necesarios y pueda ser competitiva ante las importaciones que pudieran surgir.

Los cambios de aranceles significativos pudieran generar efectos positivos para la población en el corto plazo, (importación de productos a menores precios) pero también pudiera tener efectos nefastos en la industria, pudiendo desplazar a las industrias menos competitivas generando externalidades negativas en el corto plazo para la economía. Por lo tanto vemos que el Decreto de Gabinete N° 34 va en la dirección correcta. En principio pareciera que la rebaja de 5 puntos porcentuales en los aranceles de manera individual no contribuirá mayormente en la formación del precio de los productos, pero si consideramos que son productos de uso diario, al sumar las pequeñas variaciones que pudieran tener algunos productos es de esperarse que al final la suma genere un ahorro en lo destinado a la adquisición de estos bienes; pudiendo este ahorro ser utilizado para solventar otras necesidades, contribuyendo de esta forma a la mejora del bienestar de la población.

Comentarios al Proyecto de Ley “por el cual se establece la indexación salarial”

Se elaboraron comentarios puntuales en cuanto al articulado del proyecto de ley “por el cual se establece la indexación salarial”. Estos comentarios giraron entorno a la metodología que sirve de base para establecer el incremento o no de los salarios. Además, se dejó claro la preocupación en cuanto a los beneficiarios de la medida y las sanciones que

se darán con motivo del incumplimiento y se planteó el inconveniente que una comisión de salario mínimo tenga la facultad de determinar cual es la Canasta Básica de Alimentos.

Se planteó la preocupación en cuanto a que la Comisión Nacional de Salario Mínimo, según este anteproyecto ajustará no sólo los salarios del sector privado sino también del sector gubernamental.

III. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA OFICINA DE ASESORÍA LEGAL.

A. REGLAMENTO DEL TÍTULO II DE LA LEY 45 DEL 2007.

El 23 de octubre del 2009 entró en vigencia el Decreto Ejecutivo No. 46 del 23 de junio del 2009, mediante el cual se reglamenta el Título II de la Ley 45 del 2007. Esta normativa, además de ser de gran beneficio para el consumidor, era una aspiración que los consumidores esperaban desde 1996, con la otrora Ley 29.

Esta administración que inicia sus labores en el 2006, no sólo provoca la creación de una nueva Ley que regente la Institución y los Derechos de los Consumidores y del Libre Mercado (Ley 45 del 2007), sino que inmediatamente inicia el desarrollo de los Título I y II, a través de las reglamentaciones correspondientes, logrando la culminación de los mismos el presente año. Es así como se elabora el Reglamento del Título II “De las normas de Protección al Consumidor”, que cumple con el cometido de definir temas pendientes de la Ley, desarrollar los derechos del consumidor, las obligaciones del proveedor, así como otros temas de interés.

Entre los puntos más destacados de dicho reglamento podemos mencionar: Las obligaciones del proveedor en materia de información, las garantías de los bienes y servicios, la publicidad, las ventas a domicilio, los contratos, los procesos de investigación, de conciliación y de decisión de quejas, todo ello con la finalidad de servir mejor al consumidor, desarrollar mejor los derechos que ya están consagrados por ley y establecer procedimientos transparentes para todas las partes.

Entre algunas disposiciones que integran este cuerpo normativo podemos mencionar:

Definición de Consumidor: Destinatario que ha recibido un bien o servicio a título oneroso o adquirió los mismos por parte del consumidor inicial. Estableciéndose una relación de consumo.

Definición de Proveedor: El que desarrolla de manera habitual o aún ocasionalmente, venta y comercialización de bienes y servicios.

Habitual: Aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada.

Ocasional: Actividad comercial de un agente económico, que es distinta a la que habitualmente se desarrolla.

Información de Precios: Debe ser clara, precisa y legible. Se deben indicar los cargos adicionales, precios diferenciados a pagos distintos.

Ventas especiales (obligaciones del proveedor): En las rebajas, liquidación, baratillo, descuento, oferta, promoción, entre otras, se deberá indicar si es total o parcial y los bienes gozarán de garantías.

Información sobre el producto y reclamos: Informar si los productos adquiridos son reconstruidos, repositados o usados; informar sobre los plazos para presentar reclamos.

Información que deben contener las operaciones financieras para el consumo: Descripción del bien o servicio, precio, importe parcial, tasa de interés, total de intereses a pagar, sistema de amortización, cantidad y gastos adicionales.

Información que debe tener la factura o comprobante: Precios y condiciones de pago, plazos y condiciones de entrega, características de la garantía conforme la Ley, nombre y domicilio del fabricante o distribuidor o importador; descripción y especificaciones del bien, fecha de la transacción, nombre, domicilio, vendedor y número de RUC.

Devolución de sumas pagadas: En casos en que proceda la devolución de las sumas pagadas por parte del proveedor, éste deberá devolverla en un plazo no mayor a 10 días. Si el pago se realizó mediante tarjeta, se acreditará la totalidad del precio por el mismo medio, si no resultare posible, el Agente Económico tendrá 10 días para rembolsar el dinero en efectivo.

Garantías de bienes y servicios: Se establece la garantía legal de 3 meses. No obstante se puede pactar una garantía superior o inferior dependiendo de la naturaleza del bien.

Transporte para el servicio de Garantía: Será realizado por el responsable de la garantía desde el lugar donde fue entregado el bien al consumidor al momento de la venta.

Obligaciones del proveedor en la garantía: Informar condiciones, formas de uso, plazos, extensión, riesgos cubiertos. Deberá brindar servicio técnico adecuado, reparar o devolver sumas en caso de no poder hacer frente al reclamo de forma satisfactoria.

Garantía legal de vehículos nuevos: Un (1) año o 30,000 kilómetros, lo que ocurra primero; de vehículos usados será de (6) meses o 15 kilómetros, lo ocurra primero.

Publicidad: La Información debe constar en caracteres tipográficos legibles y comprensibles, no deben ser inferiores a 1,8 milímetros de altura.

Condiciones anunciadas en la publicidad de construcciones nuevas: No podrán variar sin el consentimiento de los promitentes compradores salvo las excepciones que establezca el Código Civil.

Las condiciones y acabados, contenidos o exhibidos en las viviendas modelos pueden variar siempre que se mantenga la calidad y material especificado en el contrato. Los elementos decorativos exhibidos en los inmuebles modelos, no son parte de la oferta.

Rectificación de la publicidad: Cuando se ordene la rectificación de la publicidad, ésta quedará sujeta a las siguientes reglas: El anuncio deberá indicar que la rectificación se efectúa por mandato expreso de La Autoridad; y, el formato, dimensiones, tiempo de duración, forma y oportunidad de difusión, etc. serán aprobados previamente por la Autoridad.

Aclaraciones de la Publicidad: El tamaño de la letra, la locución o el tiempo de la pauta deben ser proporcionales al resto del anuncio. El llamado de atención durará, al menos, la mitad del tiempo que dura la publicidad televisiva.

Con relación a los anuncios de radio, los llamados de atención deberán ser anunciados al final de la publicidad y a la misma velocidad.

La venta a domicilio: Debe indicarse al margen superior derecho de los contratos la frase VENTA A DOMICILIO, habrá derecho a retracto a los 3 días siguientes a la entrega del bien o la firma del contrato. El contrato debe incluir los siguientes datos: nombre, dirección del proveedor incluyendo RUC, su agente o vendedor, domicilio con número de cedula y generales, lugar exacto de entrega.

Contratos de consumo general: Deben ser redactados en idioma español y legibles.

Construcciones nuevas: Debe estipularse la fecha cierta de la entrega del bien inmueble nuevo. Si los retrasos no son por causa del proveedor, el promitente vendedor debe establecer nueva fecha de entrega. Si hay incumplimiento del nuevo plazo fijado, el promitente comprador puede dar por terminado el contrato, con la devolución total de las sumas abonadas y sin ningún tipo de penalización.

Los contratos deben expresar el monto total del precio de venta y forma de pago. Pueden detallar condiciones para la revisión del precio de venta.

Igualmente debe especificarse el término para que el promitente vendedor informe al comprador el ajuste de precio y ambas partes pactaren el término para hacer el pago.

El promitente vendedor debe comunicar al comprador el ajuste con la justificación de los incrementos de precios.

El ajuste es por el aumento de costos de materiales de construcción, la Autoridad establecerá los índices de variación de productos, con representantes del sector privado.

Si no hay índices aplicables, el promitente vendedor podrá incrementar hasta el tope pactado, sujeto a verificación de la Autoridad.

Contratos de Adhesión: Pueden presentarse en formularios pre-establecidos o similares.

Redactado en idioma español, en términos claros y comprensibles para el consumidor. Deberá darse copia a las partes.

Son absolutamente nulas las cláusulas en las que el proveedor:

Interpreta el significado de la cláusula exclusivamente.

Modifique unilateralmente el contrato.

Rescinda el contrato sin justa causa.

Limite al consumidor al ejercicio de acciones judiciales.

Se compense, cuando el consumidor está en mora, el pago de otra cuenta del consumidor.

Limiten la responsabilidad del proveedor por daños causados al consumidor.

Cuando haya espacios en blanco en los instrumentos anteriores deberán completarse previamente a la firma y/o emisión del documento respectivo.

Proceso de Investigación Administrativa:

Verificación: Los funcionarios que hagan las inspecciones portarán un carné de identificación.

Boleta de Citación: De ser el caso se entregará al proveedor una boleta de citación, 3 días antes de la audiencia como mínimo. La inasistencia injustificada puede producir desacato.

Descargos: Puede comparecer a rendir descargos de manera directa o mediante abogado.

Medios Probatorios: El proveedor podrá usar todos los medios probatorios que establece el Código Judicial.

Resolución: 1ra instancia será dictada por la Dirección Nacional de Protección al Consumidor.

Notificación: Personal o por Edicto en Puerta.

Recursos: 2da instancia ante el Administrador General. Se agota la Vía Gubernativa.

Proceso de Conciliación:

Citación: La Autoridad hará saber a la parte interesada la existencia de la queja, con el motivo de la diligencia, lugar, fecha y hora para comparecer con 2 días mínimo de anticipación.

Conciliación: La Autoridad deberá promover la instancia conciliadora, que no puede excederse de 10 días.

Proceso de Decisión de Quejas:

Competencia: La Autoridad puede delegar en funcionarios de su estructura con sedes en otras localidades el trámite de las presuntas infracciones cometidas en los respectivos lugares.

Inicio de la investigación: La presentación de la queja se hará por escrito ante la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, oficinas o dependencias que disponga la Autoridad. Citación. Con la boleta se hará el traslado de la queja con 3 días de anticipación como mínimo a la fecha de la audiencia.

Si la persona requerida no compareciera a (2) citaciones sin excusa previa justificada, la Autoridad podrá declararlo en desacato. Hay multas diarias para el Agente Económico citado y que no comparece.

Medios probatorios: Las pruebas se admitirán sólo si hay hechos controvertidos. Los costos de cada peritaje están a cargo de la parte que lo solicita, si la Autoridad propone el peritaje los costos se compartirán.

Recursos: Según el procedimiento de la Ley 38 el Procedimiento Administrativo General.

Pago de la sanción: La Autoridad establecerá los medios de pago de las multas.

Audiencia: Será oral y las partes podrán hacer sus alegaciones. El funcionario que intervenga deberá intentar la conciliación entre las partes de lo cual se dejará constancia en Acta.

B. CONSEJO ASESOR

En cumplimiento con Reglamento del Consejo Asesor, se llevaron a cabo 3 reuniones formales: el 23 de abril de 2009, con la presencia de la Licenciada María Inés Castillo de Sanmartín, Viceministra de Comercio e Industrias para dicho periodo; el 21 de agosto del 2009, con la presencia del Licenciado Roberto Henríquez Ministro de Comercio e Industrias y Presidente del Consejo Asesor; y el 14 de diciembre de 2009 con la presencia del Licenciado Roberto Henríquez Ministro de Comercio e Industrias y Presidente del Consejo Asesor.

Entre los puntos a destacar en las diversas reuniones y, particularmente, en el primer Consejo Asesor podemos mencionar, la rendición de cuentas que realizó la Autoridad mostrando: “ACODECO en cifras”.

Ante el cambio de autoridades gubernamentales ACODECO convocó un segundo Consejo Asesor con el fin de que conocieran a profundidad nuestra labor; cada uno de los departamentos y materias que examina la Institución diariamente.

Finalmente, se concluyó el año con un último Consejo Asesor en el cual se destacaron los siguientes puntos: Breves estadísticas del año, Presentación de Panamá en Australia para la reunión de ICPEN, -Programa de Televisión -Cuida tu Bolsillo-; Logros de la Reunión de la FIAGG en Colombia, -Foro Internacional de Protección al Consumidor en Panamá-; ACODECO EN TU COMUNIDAD, Operativo de Navidad y Reglamento del 25% para el cobro de las multas por parte de los denunciantes.

Reunión del Consejo Asesor



C. CONVENIOS

Tribunal Electoral – ACODECO

El 9 de noviembre del 2009, ACODECO y el Tribunal Electoral suscribieron un convenio mediante el cual este último se compromete a brindar acceso de forma gratuita a la ACODECO, al servicio de Verificación de Identidad (SVI), con la finalidad de que puedan verificar las cédulas de identidad de los ciudadanos o comerciantes contra los cuales se tiene algún tipo de procesos administrativos, para procurar así la mejor identificación de los mismos, ahorrándonos costos de búsqueda de información. Este Convenio es de mucha utilidad para ACODECO, dentro del marco de sus gestiones investigativas y de cobro de multas.

Universidad de Panamá – ACODECO

El presente año ACODECO y LA UNIVERSIDAD DE PANAMA renovaron el Convenio de Asistencia Legal, mediante el cual la UNIVERSIDAD se compromete a designar un número plural de estudiantes que estén realizando la Práctica Forense, en jornadas y horarios previamente coordinados para realizar trabajos de asistencia, asesoramiento y todo lo inherente a la colaboración con la Defensa de los Derechos del Consumidor.

MEF – ACODECO

El 19 de febrero del 2009 ACODECO y el MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS suscribieron un convenio mediante el cual acordaron que ACODECO orientará, educará, asesorará y fiscalizará el fiel cumplimiento de los estipulado en el Decreto Ejecutivo No. 16 de 7 de marzo del 2008, estableciendo los artículos de exclusivo uso escolar, que se considerarán exentos del impuesto de Transferencia de Bienes Muebles y Servicios (ITBMS), de manera que la totalidad de los agentes económicos dedicados a la venta de textos, útiles, uniformes escolares y artículos o bienes mencionados en este Convenio mantengan a la vista del público consumidor, las listas de los artículos indicados y sus precios, con su respectiva leyenda de que están exentos del pago del impuesto de Transferencia de Bienes Muebles y la Prestación de Servicios (ITBMS) o cinco por ciento (5%) durante todo el periodo escolar.

D. RECOPIACIÓN DE LAS DEMANDAS Y SENTENCIAS DE ACODECO.

A principios del año 2009 Asesoría Legal se propuso la labor de coordinar la recopilación de todas las demandas y sentencias de primera y segunda instancia en las cuales ACODECO haya formado parte. Se ha conformado la compilación por materia y grupos relacionados, lo cual facilita la búsqueda de cualquier documento, igualmente la información se actualiza mensualmente con las nuevas demandas y sentencias que van surgiendo.

Producto de este esfuerzo se recopilaron 32 demandas de la Defensoría de Oficio, 20 demandas por Prácticas Monopolísticas, 58 sentencias relacionadas con protección al consumidor y 5 Sentencias relacionadas con Prácticas Monopolísticas. Este compendio, salvo las excepciones de confidencialidad, está a disposición de la comunidad en general, agentes económicos, consumidores y abogados que requieran información.

E. BILLETES \$100 Y \$50.

Desde hace algún tiempo gran cantidad de locales comerciales han utilizado una irregular práctica de no aceptar billetes cuya denominación sea de \$ 50.00 y \$ 100.00.

De acuerdo a la Ley 45 del 2007 son obligaciones del proveedor *“Apegarse a la ley, a los usos mercantiles y a la equidad en su trato con los consumidores.”* (Art. 36, num.13), en virtud de lo cual ACODECO inició una comunicación y verificación masiva a todos aquellos comercios que no acepten el pago de la compra de algún bien o servicio con billetes de alta denominación.

Esta iniciativa surge, a raíz de una respuesta que el Procurador General de la Administración hiciera a una consulta elevada por este Despacho. De acuerdo a la respuesta recibida por esta Entidad *“... el dólar estadounidense, por ser moneda de curso legal en la República de Panamá, es de aceptación obligatoria en todas sus denominaciones, para el pago de las deudas de dinero que se contraigan en el territorio nacional, de tal suerte que la negativa de algunos comercios a aceptar en pago por los bienes y servicios que ofrecen al público consumidor determinadas denominaciones de billetes de esa moneda, es una práctica violatoria a las normas que le confieren poder cancelatorio a la misma, lo que a su vez, se traduce en una violación a la obligación del proveedor a la que ya antes nos hemos referido, en el sentido de apegarse a la ley en su trato con los consumidores”.*

En virtud de lo anterior, ACODECO emitió un comunicado de prensa mediante el cual informó a todos los comercios del país, que la negativa a aceptar estos billetes, así como establecer letreros mediante los cuales se anuncie que **“NO SE ACEPTAN BILLETES DE \$50.00 Y \$ 100.00”**, se entenderá como una práctica comercial infractora de la Ley.

Detalle de algunas Gestiones realizadas por Asesoría Legal

Detalle	Total
Respuestas escritas a consultas gestionadas por consumidores, y agentes económicos.	87
Consultas Telefónicas	70
Informes de Conducta para la Corte Suprema de Justicia.	9
Denuncias Criminales	11
Contratos	15
Charlas de Inducción recibida por 290 funcionarios.	9
Misiones Oficiales (Seguimiento de expedientes ante los Tribunales de Comercio y Corte Suprema de Justicia).	63

F. SOLICITUDES DE INFORMACIÓN

Solicitud de Información del Sr. Wayne Thomas sobre Trámite de Concentración Económica.

Por medio de nota del 13 de julio de 2009, Shirley & Asociados remite a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, consulta para “Solicitar una certificación, que establezca si la compañía Astrovisión Cable TV, S.A., o Cable Onda, ambas concesionarias para prestar el Servicio Público de Televisión pagada en la República de Panamá han solicitado a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia la aprobación o visto bueno para que Cable Onda adquiera bienes de propiedad de Astrovisión Cable TV, S.A., entre los que se incluye el sistema de fibra óptica que Astrovisión Cable TV, S.A., construyó en la Ciudad de David, Geden y otros artículos especiales para prestar el servicio público de televisión pagada en la ciudad de David.” La Dirección Nacional de Libre Competencia por medio de nota de 28 de julio de 2009 responde el requerimiento de información, señalando que en base al numeral 4 del artículo 14 de la Ley de Transparencia la ACODECO no puede acceder a lo solicitado por Shirley & Asociados por considerar que la información requerida es de acceso restringido para Autoridad. Esta decisión es reconsiderada por la firma Shirley & Asociados el día 5 de agosto de 2009.

Se decide mediante Resolución No. DNLC OGC-006-09 de 8 de septiembre de 2009 del Director Nacional de Libre Competencia, mantiene su decisión en base a la Ley 6 de 2002 no entregar al denunciante y porque esta entidad ha sido formalmente informada por los solicitantes que la operación en la que se basa el trámite de verificación previa por la concentración económica de Cable Onda, S.A. y la empresa Astrovisión, no tendrá lugar.

Solicitud de Información de URBE promoción y desarrollado.

Por medio de nota del 7 de abril de 2009, URBE Promoción y Desarrollo remite a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, consulta para

obtener certificación acerca de si determinadas personas o compañías tuviesen o no alguna demanda por competencia desleal y si en la institución reposa algún expediente por competencia desleal en relación con las personas y sociedades objeto de la consulta. La Dirección Nacional de Libre de Competencia por medio de nota de 29 de abril de 2009 DNLC-OGC-051-09 da respuesta a nota del 7 de abril de 2009, señalando que en base al numeral 4 del artículo 14 de la Ley de Transparencia la ACODECO no puede acceder a lo solicitado y a la vez les informa que los casos relacionados a la demandas por competencia desleal, son ventilados directamente ante los Tribunales de Comercio quienes son los competentes en la materia.

IV. OTRAS ACTIVIDADES DE LA ACODECO

A. ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

1. Secretaría General

La Secretaría General de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, dentro de la estructura administrativa de la ACODECO, surge a partir de la modificación de la Ley 29 de 1° de febrero de 1996, mediante el Decreto-Ley 9 de 20 de febrero de 2006, en virtud de las facultades propias de organización contempladas en la referida normativa, actual Ley 45 del 31 de octubre de 2007, que entra en vigencia el 7 de noviembre de 2007.

Funciones que Desempeña la Secretaría General:

Dentro de las distintas funciones que desempeña la Secretaría General, podemos indicar las siguientes:

- Coordinar y dar seguimiento a los trabajos que se originan en los distintos Departamentos de las Direcciones Nacionales con que cuenta la ACODECO.
- Participar en la confección de informes requeridos por el Administrador, con la colaboración de los Directores Nacionales y Jefes de Departamentos.
- Ser el medio que permita mantener y facilitar las relaciones de tipo interno y externo, necesarias para la correcta marcha de ACODECO.
- Firmar y autenticar aquellos documentos y circulares autorizados por el Administrador y/o relacionados con el manejo administrativo propio de la Institución.
- Propiciar la debida interrelación de las labores y actividades que desarrolla ACODECO en la búsqueda de impulsar la rápida y eficaz recepción, distribución y tramitación de la documentación requerida.
- Promover, coordinar y concretar las actividades de la ACODECO con otras dependencias del Estado.
- Certificar información solicitada, previa la correspondiente confirmación de la unidad administrativa respectiva.
- Recibir y darle el trámite pertinente a la correspondencia interna y externa dirigida al Administrador General de la ACODECO, así como archivar la misma.
- Revisar y refrendar resoluciones de primera instancia proyectadas por el Director Nacional de Protección al Consumidor, así como las que resuelven recurso de apelación ante el Administrador General de la ACODECO.
- Revisar y refrendar resoluciones que provienen de la Dirección Nacional de Libre Competencia.
- Revisión y asignación de número para edicto de resoluciones no notificadas, tanto de primera y segunda instancia que provienen de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor.

Estructura Organizacional

La Secretaría General cuenta con un personal administrativo, encargado de tramitar lo inherente al movimiento ordinario de la documentación e información que ingresa y sale del despacho del Secretario General, así como del Administrador de ACODECO, de igual

manera dispone de un cuerpo de abogados encargados de la revisión de todos y cada uno de los distintos expedientes que se envían para el refrendo de la resolución correspondiente, así como de toda la documentación de orden legal proveniente de las Distintas Direcciones con que cuenta la Institución y de otras Dependencias Estatales.

La Secretaría General, para el año 2009 dentro de sus funciones diarias, atendió de cada renglón correspondiente a las mismas, las cifras totales que se aprecian en el siguiente cuadro estadístico:

Cuadro Estadístico	
Periodo comprendido de Enero 2009 al 3 de Diciembre de 2009	
	Total
Correcciones Resoluciones Primera Instancia del DI	2,925
Correcciones Resoluciones Primera Instancia del DD	71
	Total
Resoluciones enviadas para notificar al DI	8,885
Resoluciones enviadas para notificar al DD	308
	Total
Expedientes autenticados DI	1,566
Expedientes autenticados DD	304
Expedientes autenticados Conciliación	42
Expedientes autenticados Def. de Oficio	73
Expedientes autenticados Dirección de Libre Competencia	21
Expedientes autenticados Juzgado Ejecutor	13
Documentos autenticados DIPREV	9
Documentos Varios	4
	Total
Número de Edicto asignado a expedientes del DI	2,151
Número de Edicto asignado a expedientes del DD	838
	Total
Correspondencia Interna recibida y dirigida al Administrador	676
Correspondencia Externa recibida y dirigida al Administrador	920
Memorandos Confeccionados	4,309
Documentación interna y externa de la Secretaría General	3,275

DI- Departamento de Investigación del Consumidor.

DD- Departamento de Decisión de Quejas.

DIPREV- Departamento de Información de Precios y Verificación.

De igual forma la Secretaría General, en cumplimiento de sus funciones y coadyuvando al logro de los objetivos institucionales, ha participado de manera activa en distintas actividades desarrolladas por diferentes Departamentos, tanto de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, como de la Dirección Nacional de Libre Competencia, tal es el

caso de nuestra participación en los Operativos de Colegios Particulares, Vehículos Usados, de igual forma se ha trabajado armónicamente con el Juzgado Ejecutor en distintas oportunidades. Además de participar activamente en la divulgación de los presupuestos sobre protección al consumidor contemplados en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, a través de los voceros.

Así mismo, se colaboró en la puesta en marcha del programa “ACODECO EN TU COMUNIDAD”, al servir como medio de supervisión de los trámites desarrollados en las Oficinas Regionales de la Institución, ubicadas en las distintas provincias del país. A nivel Interinstitucional se colaboró con diferentes Dependencias Estatales, como el caso del Ministerio de Educación, en su actividad “De Vuelta a Clases”, el Despacho de la Primera Dama en la “Caminata de la Cinta Rosada”.

Por otro lado, se participó en el ámbito internacional en el “Foro Latinoamericano e Iberoamericano de Competencia”, celebrado en Santiago de Chile, así como en el “Foro de Solidaridad con la Protección al Consumidor en Guatemala”, celebrado en esta nación Centroamericana.

B. 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 ejecutoría de la resolución que impuso la multa o la sanción.

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 de 31 del octubre de 2007, Artículo 86, Numeral 17 y Artículo 107.

Logros más significativos del Juzgado Ejecutor en el año 2009:

Se logró recuperar hasta el mes de noviembre, la suma de cuatrocientos ochenta y siete mil cuarenta y cuatro balboas con 00/100 (B/.487,044.00), producto de mil ciento noventa y siete (1,197) expedientes provenientes de las diferentes Oficinas Regionales y Direcciones de la Autoridad.

De los mil ciento noventa y siete (1,197) expedientes que ingresaron hasta el mes de noviembre, podemos mencionar que: cuatrocientos setenta y un (471) expedientes fueron cancelados; quince (15) fueron anulados; esto debido a que en algunas ocasiones iniciada la gestión de cobro, se constató que las multas habían sido canceladas en la Vía Administrativa, setenta y un (71) expedientes se encuentran en arreglo de pago y seiscientos cuarenta (640) se encuentran en trámite de gestión.

A partir del mes de junio se iniciaron los secuestros en el Juzgado Ejecutor, dándose hasta la fecha veinte (20) a nivel nacional, de los cuales once (11) secuestros se efectuaron en la Ciudad de Panamá, de estos seis (6) fueron suspendidos por cancelación inmediata de la multa, cuatro (4) se encuentran en arreglo de pago y en uno (1) se llegó a efectuar por primera vez una Subasta Pública de los bienes secuestrados.

En las Regionales se efectuaron nueve (9) secuestros, detallando lo siguiente: siete (7) agentes económicos cancelaron durante la intervención y dos (2) se encuentran en arreglo de pago.

Se han realizado hasta el mes de noviembre mil ochocientos cincuenta y tres (1,853) diligencias judiciales, notificaciones personales y oficios.

El Juez Ejecutor ha participado en los diferentes Anteproyectos y Proyectos que han presentado las diferentes Comisiones de la Asamblea Nacional, ejemplo de ellos son: el Anteproyecto de Ley No. 62 “Por el cual se tutelan los derechos de los usuarios de las tarjetas de créditos y otras tarjetas de pago electrónico”, el Anteproyecto de Ley No. 63 “Por el cual se dictan normas sobre la importación de vehículos usados”, el Proyecto de Ley No. 477 “Por el cual se regula el régimen de propiedad horizontal” y el Proyecto de Ley No. 447 “Por el cual se regula la participación telefónica en los programas de competencia o concursos en televisión y en otros medios”.

Nuestro personal, adicional a sus funciones cotidianas a colaborado en diversas actividades de las cuales han sido partícipes, con las diferentes Direcciones de la ACODECO, como volanteos, el programa institucional “ACODECO en tu Comunidad”, Lotería Nacional, caminatas, asistencias a programas radiales, eventos de espectáculos, etc.

Durante el año 2009, 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 también la de fomentar una cultura económica, basada en la Institucionalidad, Equidad y Transparencia.

FOTOS DE DOS SECUESTROS Y DE UNA SUBASTA

Panacine



Elektra



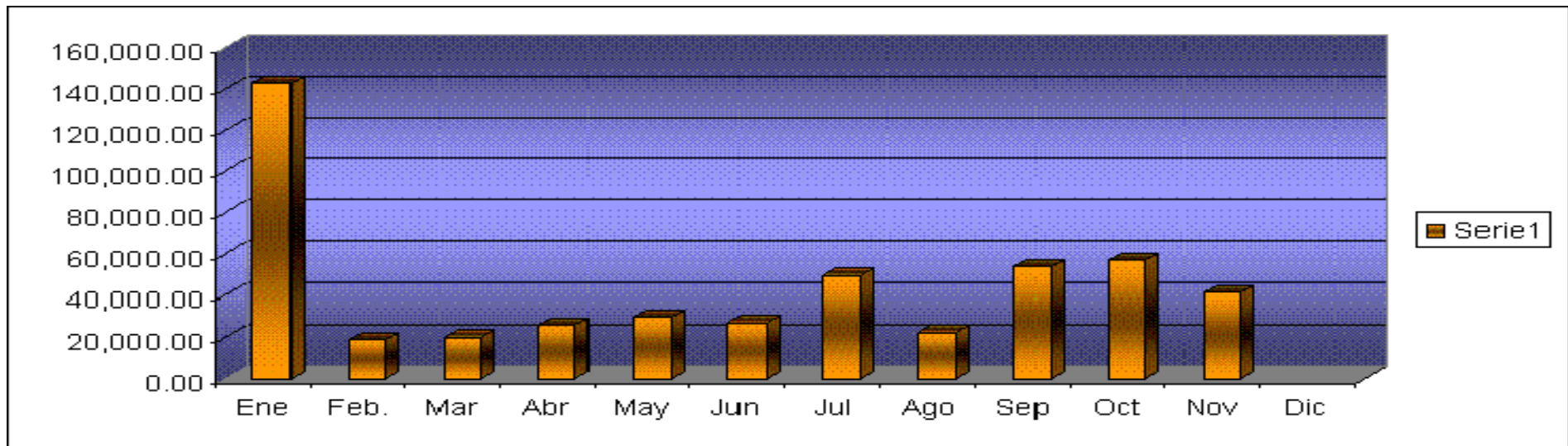
Subasta



**AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA
JUZGADO EJECUTOR
RECAUDACIÓN AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2009**

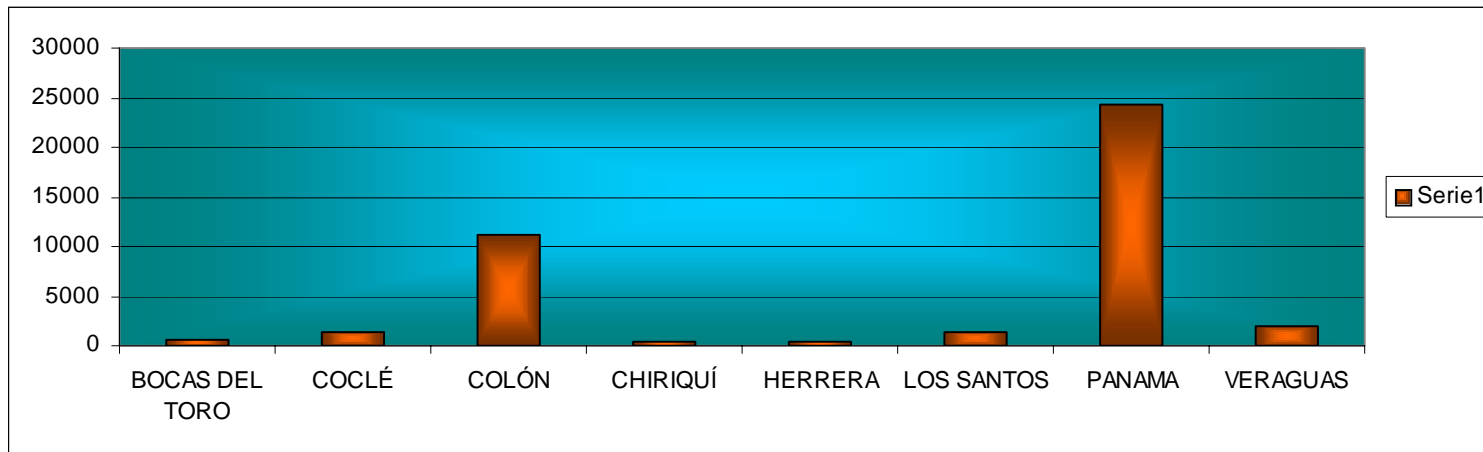
	Ene	Feb.	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Monto Recaudado a la Fecha
2009	142,743.36	18,928.48	19,817.58	25,870.01	29,565.23	26,883.86	49,434.79	22,195.51	53,717.94	56,684.55	41,202.69		B/. 487,044.00
No. de Casos	36	34	48	54	49	42	74	55	59	145	71		667

GRAFICA DE RECUPERACION AL 30 DE NOVIEMBRE DEL 2009



**AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA
 JUZGADO EJECUTOR
 CUADRO Y GRÁFICA
 RECUPERACIÓN POR PROVINCIAS HASTA EL 30 DE NOVIEMBRE 2009**

PROVINCIAS	MULTAS	GASTOS DE COBRANZA	TOTAL RECUPERADO
BOCAS DEL TORO	530.33	0.00	530.33
COCLÉ	1,288.33	52.50	1,340.83
COLÓN	10,075.00	1,007.50	11,082.50
CHIRIQUÍ	305.00	2.50	307.50
HERRERA	261.75	40.00	301.75
LOS SANTOS	1,250.00	63.50	1,313.50
PANAMA	22,686.53	1,640.50	24,327.03
VERAGUAS	1,826.25	173.00	1,999.25
TOTAL	38,223.19	2,979.50	41,202.69



C. UNIDAD 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 procedimiento automático 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, la calidad y oportunidad de la información para la toma de decisiones.

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

Asesorar a las unidades administrativas y técnicas y a sus funcionarios sobre aspectos económicos y técnicos 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 informáticos.

Durante el año 2009, se realizaron inversiones en tecnología de informática, comunicaciones y otros en la ACODECO, por un monto de **B/. 274,000.00**, desglosado de la siguiente forma:

A Nivel de la Oficina Central

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

Se realizaron inversiones de más de **B/. 186,047.00**, en la modernización y reemplazo de servidores que administran la red de la ACODECO.

Inversiones en equipos informáticos, programas en todas las oficinas administrativas y técnica de la ACODECO, por un monto de **B/. 88,500.00**

- Computadoras (21)
- PC portátiles (2)
- Baterías de Seguridad (UPS) (45)
- Un Programa de Diseño Gráfico
- Licencias de Windows Server (2)
- Escáner grande (3)
- Impresoras Láser a Colores (6)
- Impresoras Láser en Blanco y Negro (16)

- Impresoras de Inyección de Tintas (1)
- Teléfono (20)
- Faxes (6)
- Cámaras fotográficas digitales (2)

Ampliación y configuración de nuevas líneas telefónicas (extensiones de teléfono).

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

- Administraciones Regionales
- Departamento de Conciliación
- Departamento de Decisión de Quejas
- Departamento de Defensora de Oficio
- Departamento de Verificación
- Departamento de Investigación del Consumidor
- Diprev
- Unidad de Verificación

A Nivel Nacional.

Mantenimiento de los equipos informáticos en las nueve administraciones regionales de la ACODECO.

Equipamiento y modernización de las administraciones regionales con nuevos equipos informáticos.

Diseño y organización de la nueva página de la ACODECO. www.acodeco.gob.pa

República de Panamá
Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia

Atención al Cliente
(507) 510-1300

Buscar

Línea Gratuita 130

Inicio | Conócenos | Nuestra Labor | Legislación y Normativa | Publicación y Estudios | Estadísticas | Fallos y Sanciones | Asoc. Consumidores | Mapa del Sitio

14-09-09

- Valor de Quejas Resueltas
- Verificaciones de Productos
- Verificaciones de Metrología
- Encuesta de Precios
- Denuncias y Quejas
- Foros
- Link de Interés
- ✉ Correo Interno

Haga click para conocer dónde estamos ubicados

Suscríbete

Enviar

ACODECO en tu Comunidad

Noticias

- ▶ JUBILADOS TIENEN DERECHO A DESCUENTOS EN TARIFAS DE HOTELES
- ▶ BISTEC DE CINTA ES LA CARNE MÁS BARATA EN LOS SUPERMERCADOS
- ▶ ACODECO DETECTÓ MÁS DE 8 MIL PRODUCTOS CON ANOMALÍAS

Combustible

- ▶ Precio de Combustible en Centroamérica 13 al 19 Septiembre 2009
- ▶ Precio de Paridad del 24 de Septiembre al 07 de Octubre 2009
- ▶ Precio Tope del 26 de Septiembre al 09 de Octubre de 2009
- ▶ Combustible en Estados Unidos
- ▶ Tendencia de Precio de Paridad 24 Septiembre al 7 Octubre 2009

Informes Destacados

Tips

- ▶ Pague sus mensualidades a tiempo para evitar recargos por morosidad.
- ▶ Al comprar ropa siga las instrucciones de lavado de acuerdo a lo que indica
- ▶ No compre lo primero que vea
- ▶ Compare precios, calidad, cantidad y lea la etiqueta
- ▶ Al comprar sus productos considere la calidad y la cantidad de los mismos
- ▶ Escuche sobre buenas prácticas de consumo PRACTIQUELAS

Cuida tu Bolsillo ! En Vivo

Participe llamando
507-1667 y 507-1668
De Lunes a Viernes de
7:00 am a 7:30 am
cuidatubolsillo@sertv.gob.pa

Video

Publicaciones

Vigilante

Transparencia

Calcule su Presupuesto

Web Anterior

2009 Copyright - Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de La Competencia - DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD

D. INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN

Durante el período 2009, la Oficina Institucional de Relaciones Públicas reforzó la divulgación de las diversas acciones que desarrolla la institución de forma dinámica, llevando los medios al escenario de la acción.

El programa insignia de educación al consumidor, CUIDA TU BOLSILLO, primer programa interactivo de la televisión panameña, bajo la coordinación de la OIRP, cumplió su primer año con 230 transmisiones sin interrupciones. Cruzó el continente y se expuso en un taller de la Red Internacional de Agencias de Protección al Consumidor (ICPEN por sus siglas en inglés), en Australia. El video documental de 30 minutos, expone la dinámica que utiliza Cuida Tu Bolsillo, realizado por personal de ACODECO y gracias a la colaboración técnica de SERTV.

El programa se retransmite a través de Nacional FM y Crisol STEREO. En la misma línea, a través de ECO TV, Pulso Económico transmitió cápsulas con información importante para los televidentes en cuanto a la efectividad de las acciones de ACODECO.

Para el año 2009, se realizaron cuatro spots publicitarios transmitidos por ECO TV, y que en el mes de diciembre serán transmitidos por Telemetro Reporta, RPC y Tele 7. Además, todos los jueves, Telemetro Reporta edición medio día, transmite el segmento "DEFIENDE TU DERECHO".

Por la dinámica informativa que exige ACODECO, más de treinta voceros se han capacitado para participar en programas de diferentes estilos, tanto noticiosos, como revistas informativas y televisión. Los voceros de ACODECO han tenido participación en 1,240 programas radiales y televisivos, sin contar Cuida Tu Bolsillo. En la mayoría de las participaciones mediáticas se contó con la intervención del administrador de la ACODECO, Lic. Pedro Meilán.

En otro orden, se realizaron conferencias de prensa, con temas de interés nacional como el Día Internacional del Consumidor, cuyo lema fue: "No a la comercialización de alimentos poco saludables dirigidos a niñas y niños"; "Resultados de los operativos realizados por ACODECO"; "Inauguración del módulo de atención al consumidor en Albrook Mall"; y "Operativo de Navidad: nuestro trabajo en ACODECO es Cuidarte en Navidad".

Se destacan entre las actividades más relevantes, el foro "No a la Comercialización de Alimentos Poco Saludables Dirigido a Niños y Niñas", que se desarrolló en la ciudad capital, en el marco del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, el 15 de marzo. Esta jornada tuvo como propósito informar a los consumidores sobre la importancia de conocer sus derechos y responsabilidades. También, se colaboró con la Jornada sabatina "Volvamos a las Aulas" del Ministerio de Educación, que se desarrolló en todo el territorio nacional.

La Oficina Institucional de Relaciones Públicas, ha editado y distribuido 24 ediciones del boletín interno informativo HOLA ACODECO, que resalta las actividades principales de los miembros de la familia ACODECO, sus logros, experiencias e información que nos

permite estrechar lazos a través de la información que semanalmente nos envían los colaboradores.

En lo referente a cobertura periodística de actividades, se participó en 45 seminarios y charlas sobre diversos temas de interés institucional; 23 operativos en los que se logró la cobertura "in sitio" de los medios de comunicación social, generando noticias al instante. Ejemplo de ello han sido los operativos de secuestros de bienes, unidades móviles en los operativos de Verificación de Precio Tope del Combustible, Cuaresma, Regreso a Clases, Verificación de Cilindros de Gas, lanzamiento del Operativo de Navidad en el Mercado San Felipe Neri, y en otros eventos de carácter institucional.

Como uno de los principales logros en materia de divulgación, hay que destacar la publicación semanal de la página "LA RUTA DEL AHORRO" y "LA CANASTA BÁSICA DEL AHORRO", en los diarios La Crítica, Día a Día, El Panamá América, El Siglo, La Estrella de Panamá, Mi Diario y La Prensa. Desde enero hasta diciembre, se publicaron 146 páginas.

Preparación de murales informativos, para conocimiento interno y externo de las múltiples acciones que desarrolla la ACODECO.

COBERTURA DE MEDIOS EN ACTIVIDADES DE ACODECO





E. OFICINA INSTITUCIONAL DE RECURSOS HUMANOS

Capacitación

Una de las actividades de mayor importancia en el período 2009, a la cual se le dedicó tiempo y recursos, lo representa la capacitación. Sobre este aspecto es importante señalar que 350 servidores públicos de la ACODECO han sido capacitados, en temas vinculados a la naturaleza de la institución y a los aspectos administrativos, de los funcionarios capacitados. Sobre el particular se puede decir, que parte de estos colaboradores se han capacitado en el exterior, a través de Seminarios, Congresos y Pasantías y el resto se ha hecho en la localidad.

El siguiente cuadro recoge la cantidad de servidores públicos capacitados según el área de trabajo y el número de horas de capacitación:

SEGÚN ÁREA LABORAL Y HORAS DE CAPACITACIÓN		
Áreas	No. S/Públicos	Horas de capacitación
Administrativa	158	1,949
Libre Competencia	22	755
Protección al Consumidor	170	2,010
Total	350	4,714

Administración de Recursos Humanos

En el área técnica de Recursos Humanos, nos encontramos en la fase final de la revisión y actualización del Manual de Organización y Funciones de la ACODECO, documento éste que se utiliza como instrumento técnico-administrativo cuyo propósito es el de describir la estructura general de la institución, conteniendo las funciones y responsabilidades asignadas a cada unidad administrativa.

Se participó en gira a nivel nacional, para la reestructuración de la nueva estructura organizativa de cada una de las oficinas regionales.

Igualmente, en coordinación con la Oficina de Relaciones Públicas, se trabaja en la emisión del Boletín quincenal “Hola ACODECO”, y es parte de la coordinación del programa “ACODECO en Tu Comunidad”, realizando giras con las otras oficinas coordinadoras a nivel nacional.

La Oficina Institucional de Recursos Humanos como coordinadora del Grupo de Maniobra de Recursos Humanos, ha realizado las siguientes actividades:

- Organización de la reunión de seguimiento al Marco Estratégico de la ACODECO, en el mes de julio.
- Elaboración y entrega del Manual de Inducción de la ACODECO, a los funcionarios de la institución.

- Jornadas de Capacitación (Inducción y Código de Ética del Servidor Público).
- Asesoramiento a los Directores, Regionales y Jefes/as de los diferentes departamentos y unidades administrativas en el tema de evaluación del personal.

Bienestar del Empleado

En el área de Bienestar del Empleado se realizaron actividades encaminadas a lograr sus objetivos, tales como:

Campaña de la cinta rosada y celeste

Realización de charlas informativas sobre el Cáncer de Mamas y Próstata

Áreas	Charla 1	Charla 2	Charla 3
Administración	13 funcionarios	14 funcionarios	16 funcionarios
Libre Competencia	4 funcionarios	1 funcionario	4 funcionarios
Protección al Consumidor	10 funcionarios	11 funcionarios	14 funcionarios
Total	27 funcionarios	26 funcionarios	34 funcionarios

PARTICIPACIÓN DE ACODECO EN CAMINATA DE CIERRE DE LA CAMPAÑA DE CINTA ROSADA Y CELESTE



Participación de funcionarios de la ACODECO, en caminata de cierre de Campaña de la Cinta Rosada y Celeste, donde se repartieron boletines informativos relacionados al tema. Se contó con la participación de 40 colaboradores de la institución.

HOMENAJE A LAS SECRETARIAS, JEFAS Y JEFES EN SU DÍA.

Actividad del día de las Secretarías y del Jefe/a. Se contó con la participación de 70 funcionarios/as.



AGASAJO A LAS MADRES EN SU DÍA

Realización de la Actividad del Día de la Madre para las funcionarias de la Institución, donde participaron 126 colaboradoras.



FIESTA DE NAVIDAD DE LA INSTITUCIÓN



Orientación y Seguimiento de Casos Sociales:

- Se prestaron los servicios de toma de presión arterial, temperatura así como el del botiquín de medicamentos de urgencia.
- Se realizaron 27 entrevistas, sobre problemas sociales a funcionarios/as de la ACODECO.
- Elaboración de Informes Sociales a funcionarios de la ACODECO (2 funcionarios).
- Se refirieron para atención médica, a 2 funcionarios de la institución.

Varios

Por considerarlo de importancia presentamos a continuación, la distribución de los funcionarios de la ACODECO, según el estatus y la ubicación geográfica:

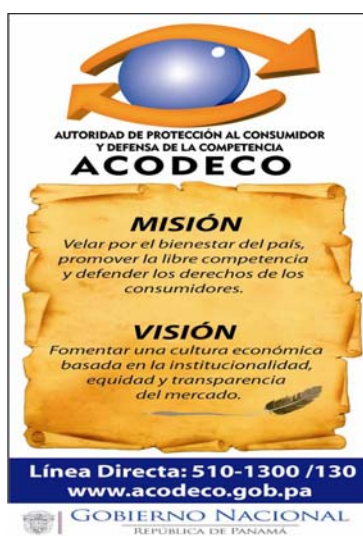
Funcionarios de Nombramientos permanente	Sede Central (PMA)	255
Funcionarios de Nombramiento Transitorio	Sede Central (PMA)	102
Funcionarios de Nombramiento Interino	Sede Central (PMA)	02
Funcionarios de Nombramientos Permanente	Oficinas Regionales	96
Funcionarios de Nombramientos Interinos	Oficinas Regionales	16
TOTAL		471

Para finalizar se puede anotar que la planilla de la ACODECO ha tenido un incremento del 47% en relación a la planilla del 2006, como se puede observar en el siguiente cuadro:

Periodo	Permanente	Transitorio	Total
2006	238	12	250
2008	361	109	470
2009	353	118	471

F. DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA

La Dirección Administrativa es la encargada de velar por el buen manejo de las finanzas y bienes de la Institución, y que las actividades que se llevan a cabo para estos fines se desarrollen dentro de un clima de transparencia y controles adecuados, en apego a la Ley.



Material elaborado por la Administración en apoyo a fortalecer la imagen Institucional de ACODECO

Este año, la Dirección presentó a la Oficina de Recursos Humanos, su propuesta para la modificación de la Estructura Interna de la DAF, en la cual se formalizan los Departamentos de Archivo y Bienes Patrimoniales, y se inserta la unidad de Almacén en el Departamento que pasará de ser Compras, a Compras y Proveeduría.



Entrega de silla de Ruedas a la Sra. Esmeralda Ramos, del Depto. de Archivos, para su pequeño hijo. Gestión DAF.

Entre los proyectos que realizó la DAF se encuentra la elaboración, oficialización y aplicación de Manuales de Procedimientos, con el apoyo de la Contraloría General de la República; la reasignación del Salón de Reuniones, y el remozamiento de todas las oficinas a nivel nacional.

1. DEPARTAMENTO DE ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

Para el año de 2009, 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, dio soporte logístico de mensajería y correspondencias, escaneo y custodia de archivos.

En este sentido, podemos mencionar que desde el pasado mes de abril, se inició la digitalización de expedientes provenientes de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, dentro de los cuales se incluyen expedientes con status de cerrados, desestimados, cancelados, etc. Dichos expedientes a su vez se clasifican de acuerdo al área en que los generó, es decir, verificación (precios a la vista, productos vencidos, etc.), veracidad en la publicidad, metrología (contenido neto, materiales de construcción, reglas graduadas, etc.) y quejas presentadas por consumidores.

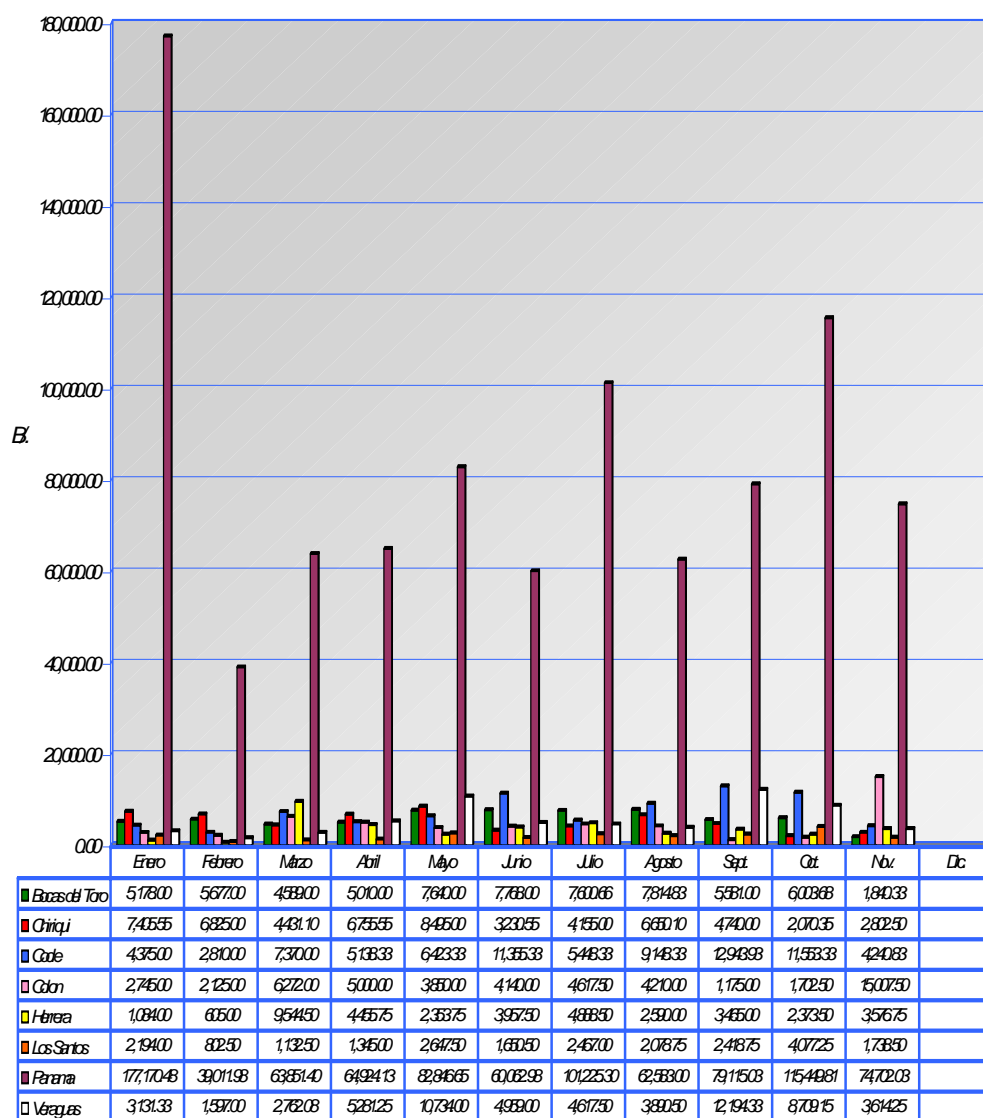
Para este año, con el fin de mejorar el servicio que se ofrece, se reforzó personal de mensajería interna con nuevas unidades.

En cuanto a la parte de Archivos, se depuró gran cantidad de documentos provenientes del antiguo depósito (local 18). Por otro lado, en cumplimiento de la Ley 13 del 23 de enero de 1957, se presentó propuesta de tabla de vida documental, para el establecimiento de un programa de manejo de documentación y de archivos, los cuales incluyen la organización, guarda, catalogación, uso y disposición de los documentos que a esta institución pertenezcan.

2. DEPARTAMENTO DE TESORERÍA



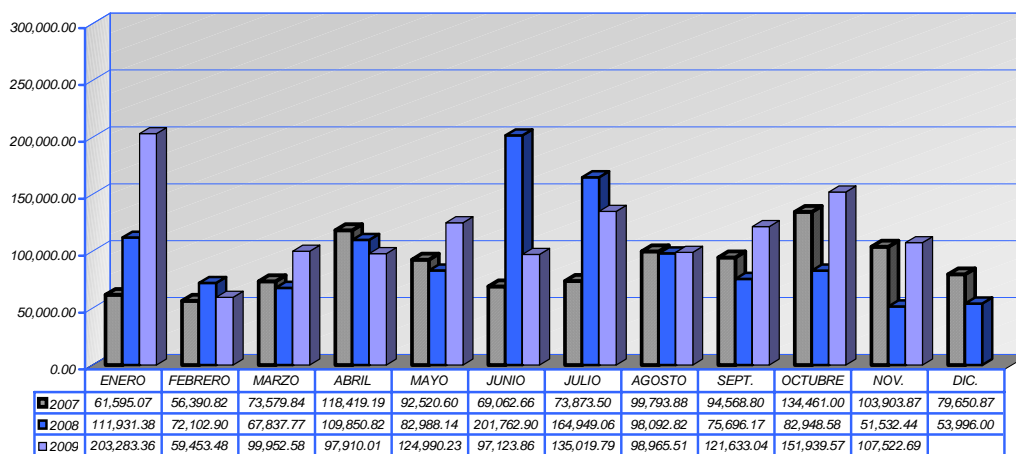
AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA RECAUDACIÓN DE MULTAS POR FROMOIDA (ENERO A NOVIEMBRE 2019) EN BALBOAS (B.)



En este cuadro podemos observar que después de la Provincia de Panamá, la Regional de Coclé refleja un segundo lugar en recaudación seguida por la Regional de Bocas del Toro.



COMPARATIVO DE RECAUDACIÓN DE MULTAS 2007-2009
En Balboas (B/.)



En esta gráfica encontramos un comparativo de los años 2007, 2008 y 2009, podemos observar que en el mes de enero de 2009 hay una alta recaudación, esto se debe a la gestión de cobro por parte del Juzgado Ejecutor en casos de competencia.

ENERO - NOVIEMBRE 2009

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Bocas del Toro	5,178.00	5,677.00	4,589.00	5,010.00	7,640.00	7,768.00	7,600.66	7,814.83	5,581.00	6,003.68	1,840.33		64,702.50
Chiriqui	7,405.55	6,825.00	4,431.10	6,755.55	8,495.00	3,230.55	4,155.00	6,650.10	4,740.00	2,070.35	2,802.50		57,560.70
Cocle	4,375.00	2,810.00	7,370.00	5,138.33	6,423.33	11,355.33	5,448.33	9,148.33	12,943.93	11,553.33	4,240.83		80,806.74
Colon	2,745.00	2,125.00	6,272.00	5,000.00	3,850.00	4,140.00	4,617.50	4,210.00	1,175.00	1,702.50	15,007.50		50,844.50
Herrera	1,084.00	605.00	9,544.50	4,455.75	2,353.75	3,957.50	4,888.50	2,590.00	3,465.00	2,373.50	3,576.75		38,894.25
Los Santos	2,194.00	802.50	1,132.50	1,345.00	2,647.50	1,650.50	2,467.00	2,078.75	2,418.75	4,077.25	1,738.50		22,552.25
Panama	177,170.48	39,011.98	63,851.40	64,924.13	82,846.65	60,062.98	101,225.30	62,583.00	79,115.03	115,449.81	74,702.03		920,942.79
Veraguas	3,131.33	1,597.00	2,762.08	5,281.25	10,734.00	4,959.00	4,617.50	3,890.50	12,194.33	8,709.15	3,614.25		61,490.39
Total	203,283.36	59,453.48	99,952.58	97,910.01	124,990.23	97,123.86	135,019.79	98,965.51	121,633.04	151,939.57	107,522.69	0.00	1,297,794.12

ENERO - DICIEMBRE 2008
En Balboas (B/.)

Provincia	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Bocas del Toro	2,850.00	770.00	1,420.00	22,980.50	15,476.00	8,831.50	4,747.50	4,205.00	5,155.00	6,267.50	1,617.00	5,606.00	79,926.00
Chiriqui	7,550.00	3,051.60	3,570.00	7,695.00	8,675.00	13,255.00	9,620.00	10,470.00	7,060.00	6,050.00	2,685.55	1,255.55	80,937.70
Cocle	2,350.00	4,520.00	2,660.00	4,570.00	2,560.00	2,560.00	5,800.00	1,350.00	5,460.00	1,675.00	2,150.00	4,885.00	42,610.00
Colon	5,468.00	5,110.00	3,226.00	5,743.00	5,131.00	3,919.50	1,859.00	4,165.00	3,660.50	9,595.00	2,645.00	2,675.00	53,197.00
Herrera	3,549.17	2,265.67	1,814.16	3,107.50	2,008.00	1,746.50	2,232.00	1,457.50	2,193.00	1,014.00	3,256.50	956.00	25,600.00
Los Santos	1,067.51	276.00	643.50	425.00	3,804.00	1,331.50	1,562.75	1,178.75	3,231.75	2,851.50	1,297.75	2,216.00	19,886.01
Panama	85,194.00	49,927.25	50,332.86	57,363.28	38,587.48	164,361.48	134,094.90	72,468.71	44,668.30	44,642.28	35,034.48	33,438.75	810,113.77
Veraguas	3,902.70	6,232.38	4,171.25	8,036.54	4,706.66	5,757.42	5,032.91	2,797.86	4,267.62	10,853.30	2,846.16	2,963.70	61,568.50
Total	111,931.38	72,152.90	67,837.77	109,920.82	83,018.14	201,762.90	164,949.06	98,092.82	75,696.17	82,948.58	51,532.44	53,996.00	1,173,838.98

ENERO - DICIEMBRE 2007
En Balboas (B./.)

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Total
Bocas del Toro	750.00	325.00	3,550.00	1,875.50	3,918.50	677.50	4,102.50	3,772.50	1,795.00	6,215.00	3,820.00	1,730.00	32,531.2
Chiriqui	5,230.00	5,200.00	1,850.00	17,690.00	10,560.00	3,425.00	11,050.00	8,275.00	18,195.00	8,685.00	7,030.00	11,510.00	108,700.0
Cocle	1,200.00	750.00	2,150.00	2,505.00	2,075.00	500.00	3,540.00	10,051.25	4,445.00	2,106.25	4,941.25	3,871.25	38,135.0
Colon	6,645.00	1,075.00	4,335.00	4,225.00	3,400.00	1,675.00	6,125.00	8,705.00	6,767.00	8,295.00	4,055.00	3,160.00	58,462.0
Herrera	3,375.00	3,275.00	2,175.00	2,890.00	2,350.00	420.00	100.00	4,180.00	3,019.50	5,486.25	7,210.00	1,423.75	35,904.2
Los Santos	2,130.00	250.00	2,610.00	2,445.00	1,000.00	1,305.00	555.00	2,070.25	290.25	1,411.50	1,373.00	115.50	15,555.2
Panama	33,848.41	36,179.16	45,833.18	76,075.03	58,374.44	48,012.50	45,200.00	57,176.88	55,217.05	92,822.00	70,143.25	54,392.00	673,273.2
Veraguas	8,416.66	9,036.66	11,056.66	10,691.66	10,842.66	13,047.66	3,201.00	5,563.00	4,740.00	9,440.00	5,330.87	3,448.37	94,815.2
Total	61,595.07	56,090.82	73,559.84	118,397.19	92,520.60	69,062.66	73,873.50	99,793.88	94,468.80	134,461.00	103,903.37	79,650.87	1,057,377.4

3. DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES

En el mes de marzo personal del Departamento de Servicios Generales comienza la ampliación en las oficinas de la regional de Coclé, buscando así mejorar la calidad y el desempeño del recurso humano de esta regional.

En el mes de Abril, efectuamos la construcción de un depósito en las oficinas de la regional de Veraguas, exclusivamente para guardar los productos vencidos que son decomisados por la ACODECO.

En el mes de Julio, inauguramos las oficinas de ACODECO en la sucursal de la 24 de Diciembre, siendo remodelado completamente por el personal de nuestro Departamento el local arrendado en ese sector del país.

En el mes de Septiembre, inauguramos el nuevo salón de conferencias de la ACODECO, en la Sede Nacional de la Ciudad Capital.

Otras labores desarrolladas durante el periodo 2009: la remodelación de la oficina de Secretaría General, pintura en las diferentes oficinas de ACODECO, mudanza y remodelación del Departamento de Servicios Generales, Tesorería y la Dirección Administrativa.

Durante el periodo 2009 el Departamento de Servicios Generales trabajó en la implementación de cambiar los tubos fluorescentes de 40 watts, dentro de las instalaciones de ACODECO Sede Central, a pantallas electrónicas de 32 watts, igualmente cambiar las unidades de a/a de ventana a unidades tipo split, todo esto con el propósito de crear una política de ahorro energético en nuestra institución.



Muestra de la calcomanía para colocar al lado de los interruptores. Campaña de ahorro energético de ACODECO.

4. UNIDAD DE SEGURIDAD

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos del Departamento, se reforzó con nuevas unidades y se les dotó de nuevas herramientas y equipos tales como: lámparas para iluminación, radios troncales, armas de fuego y equipamiento de uniformes nuevos. Esto permitirá una labor efectiva para brindar protección y seguridad tanto a los funcionarios y bienes, como al público que ingresa a las Instalaciones de ACODECO.

5. DEPARTAMENTO DE PRESUPUESTO

Presupuesto de Funcionamiento e Inversiones 2008-2009

(en Balboas)

TOTAL	Presupuesto 2008		Presupuesto 2009		
	Ley	Modificado	Solicitud	Recomendado	Modificado
TOTAL	5,594,100	6,418,430	7,771,284	6,618,900	7,161,406
Funcionamiento	5,269,100	6,101,853	7,555,684	6,403,300	6,945,806
Servicios Personales	4,126,300	4,270,190	4,866,534	4,854,900	4,724,489
Servicios No Personales	866,975	1,101,905	1,382,185	1,062,600	1,313,553
Materiales y Suministros	176,425	379,540	693,756	272,900	458,831
Maquinaria y Equipo	68,400	279,308	491,559	130,400	376,063
Transferencia Corrientes	31,000	70,910	121,650	82,500	72,870
Inversión	325,000	316,577	215,600	215,600	215,600

Presupuesto Ley y Ejecución Presupuestaria 2005-2009

AÑO	Presupuesto Ley	Presupuesto Modificado	Presupuesto Ejecutado	% de Ejecución
2005	3,787,100	3,787,100	3,401,809	89.2%
2006	3,915,900	5,410,900	4,768,441	88.1%
2007	5,174,200	5,213,830	5,015,868	96.2%
2008	5,594,100	6,418,430	6,101,241	95.0%
2009	6,618,900	7,161,406	6,700,559	93.6%

Presupuesto de funcionamiento e inversión:

Dentro del Presupuesto General del Estado para la vigencia fiscal de 2009, se le otorgó a la ACODECO, seis millones cuatrocientos tres mil trescientos balboas (B/.6,403.300.00), cuyo destino y uso fue para los gastos de funcionamiento y doscientos quince mil seiscientos balboas (B/.215,600.00), para el presupuesto de inversión.

En el ejercicio de ejecución presupuestaria durante toda la vigencia fiscal de 2009, se le otorgó, quinientos cuarenta y dos mil quinientos seis balboas (B/.542,506.00), como parte de traslados interinstitucionales solicitados, siendo así que el Presupuesto de Funcionamiento se modificó a seis millones novecientos cuarenta y cinco mil ochocientos seis balboas (B/.6,945,806.00).

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 adquirieron nuevos locales que se habilitaron y adecuaron, para trasladar diferentes oficinas a nivel nacional. Dentro de la sede central se incrementaron los locales de manera tal para dar una mejor atención a la población consumidora en general, a parte de darle a nuestro funcionario un mejor ambiente de trabajo y con ello una mayor eficiencia, efectividad y productividad.
- b. Se logró adecuar el sistema informático con equipos adicionales y herramientas con tecnología de punta, buscando con ello una mejor calidad en la atención del cliente (consumidor).
- c. Adecuamos y remodelamos el local que es utilizado como salón de reuniones y conferencias.

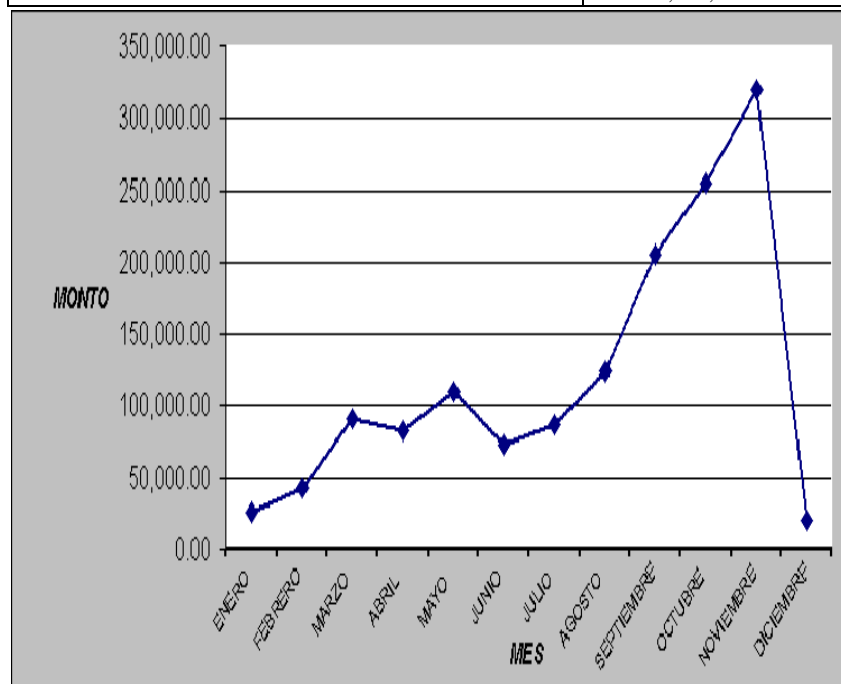
- d. Continuamos con el programa de acondicionamiento de nuestras oficinas administrativas a nivel central.
- e. Se incrementó la flota vehicular que estuvo disponible siempre para su uso en más de 95% de los requerimientos de las distintas unidades administrativas de ejecución. Se adquirieron 4 pick up, un bus de 16 pasajeros y un camión de 6 ruedas con vagón de 14 pies.
- f. Se le dio un significativo respaldo a todas las actividades de divulgaciones, mediante el uso óptimo del equipo de reproducción.
- g. Se divulgó a través de los medios de comunicaciones, las distintas actividades que se realizaron, como los: boletines informativos, canasta básica alimenticia y precios de combustibles.

En conclusión la Institución ejecutó su presupuesto en un 93.6%, considerado bueno en función de la vigencia fiscal.

6. DEPARTAMENTO DE COMPRAS

En cumplimiento con 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 ejecutó del presupuesto mil trescientos treinta y cinco (1,335) compras entre bienes y/o servicios de enero al 2 de diciembre de 2009.

AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA	
COMPORTAMIENTO DE LAS COMPRAS REALIZADAS DE ENERO AL 2 DE DICIEMBRE 2009	
BIENES Y SERVICIOS	
MES	MONTO B/.
ENERO	26,272.63
FEBRERO	43,131.38
MARZO	90,887.18
ABRIL	82,220.07
MAYO	110,770.63
JUNIO	73,292.34
JULIO	87,096.12
AGOSTO	123,551.21
SEPTIEMBRE	205,489.45
OCTUBRE	254,914.83
NOVIEMBRE	319,133.26
DICIEMBRE	20,861.49
TOTAL	1,437,620.59

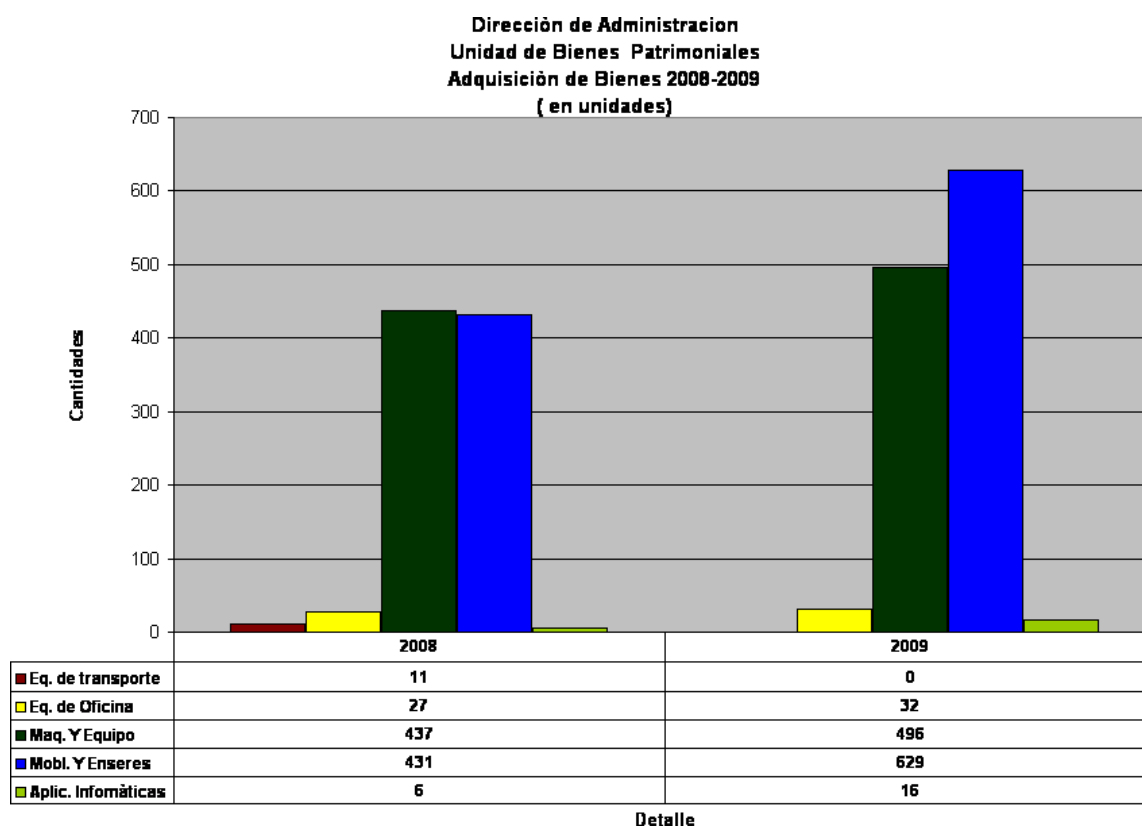


7. DEPARTAMENTO DE BIENES PATRIMONIALES

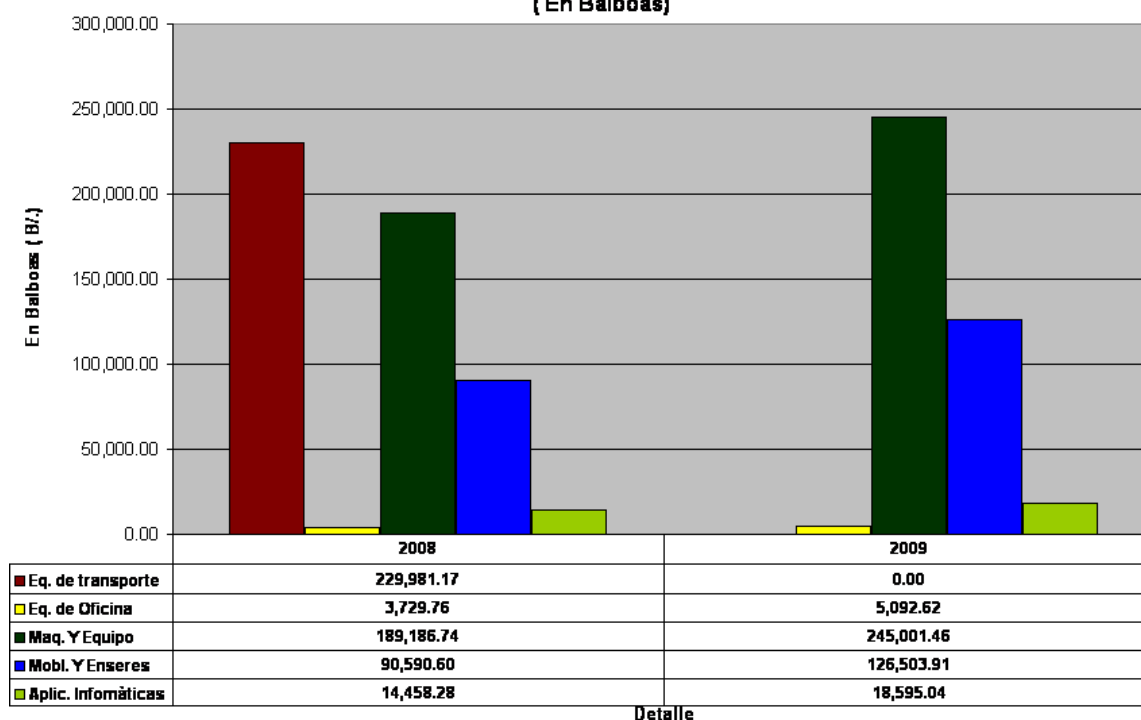
Para la prestación de un buen servicio a los consumidores se ha hecho una gran inversión de bienes, distribuidos principalmente en las Oficinas Regionales. El monto total de los bienes adquiridos alcanzan un valor de trescientos noventa y cinco mil ciento noventa y tres balboas con tres centavos. (B/ 395.193.03).

Es por ello que en equipos de computadoras y de oficina la inversión ha sido por un monto de doscientos cincuenta mil noventa y cuatro balboas con ocho centavos (B/250,094.08); lo que ha representado un 63.3 % del presupuesto asignado. Con respecto al mobiliario y enseres para brindar un servicio expedito al consumidor en cuanto a su atención y dar una respuesta inmediata.

Para brindar un mejor servicio a la Institución, se han adquirido unos (16) programas, esto con el interés de ampliar el servicio lo que permite aumentar la capacidad del servicio en un 20.6%.



**Dirección de Administración
Unidad de Bienes Patrimoniales
Adquisición de Bienes 2008-2009
(En Balboas)**



**DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE BIENES PATRIMONIALES
INGRESOS DE ACTIVOS FIJOS POR CUENTAS
AÑOS 2008 - 2009
EN BALBOAS**

Cuentas	Descripción Cuentas	Años		Cambio Porcentual
		2008	2009	
0233	Eq. de transporte	229,981.17	0.00	-100%
0234	Eq. de Oficina	3,729.76	5,092.62	36.5%
0235	Maq. y Equipo	189,186.74	245,001.46	29.5%
0236	Mobl. y Enseres	90,590.60	126,503.91	39.6%
0245	Aplic. Infomáticas	14,458.28	18,595.04	28.6%
Totales		527,946.55	395,193.03	-25.1%

8. DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD



El Departamento de Contabilidad fue el encargado de recibir al estudiante Jan Batista, de la Escuela Profesional Isabel Herrera Obaldía, durante el mes de noviembre.

Nuestra Entidad busca en llegar cada vez a más consumidores dentro del Territorio Nacional, con el fin de poder alcanzar lo que su lema institucional expresa, en cuanto a que, “Un consumidor informado tiene poder”. Por tanto, se ha buscado desarrollar planes estratégicos, aunado a una Administración efectiva de sus recursos financieros y de bienes, que han permitido alcanzar las metas propuestas.

Asimismo, se ha fortalecido el presupuesto institucional permitiéndonos fortalecer nuestra unidades administrativas con equipos tecnológicos y terrestre, tanto para nuestra Sede Central como para las Oficinas Regionales, los cuales esperan obtenerlos para el mes de diciembre de 2009. Para el mes de noviembre, nuestros Estados Financieros reflejan lo siguiente:

	Nov. 2008 (en miles de balboas)	Nov. 2009 (en miles de balboas)
Activos corrientes	2,050	2,340
Activos fijos	1,337	1,274
Otros activos	41	55
Total de activos	3,428	3,669

V. LOGROS ESPECIALES

A. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS CUALES PARTICIPÓ LA ACODECO DURANTE EL AÑO 2009.

Marzo

Programa de la VII Edición de la Escuela Iberoamericana de Defensa de la Competencia. Organizado por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) de España. Madrid, España. 9 al 13 de marzo. Participaron tres funcionarios.

Sector Aeronáutico en Centroamérica.

Organizado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). San José, Costa Rica. 17 y 18 de marzo. Participaron tres funcionarios.

Jornada sobre Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Derecho de la Competencia

Organizado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España y la Oficina Española de Patentes y marcas. Participó un funcionario. Cartagena de Indias, Colombia. 16 al 19 de marzo.

Reunión de Regulación Económica de Medicamentos.

Organizado por la Organización Mundial de Salud. Brasilia, Brasil. 17 al 19 de marzo. Participó un funcionario.

Abril

Seminario Taller "Técnicas Básicas de Conciliación y Mediación" (16 horas).

Ciudad de Panamá, 15 al 18 de abril.

Dirigido a funcionarios principalmente del área de Asistencia al Consumidor, Conciliación, Decisión de Quejas, Defensoría de Oficio.

Expositora María Inés Suárez, nacionalidad Argentina.

Mayo

Foro Centroamericano de Competencia.

Organizado por la Comisión de Defensa de la Competencia de Honduras.

Roatán, Honduras. 12 al 15 de mayo. Participaron dos funcionarios.

Seminario Taller " Aspectos teóricos y Aplicación de la Normativa de Protección al Consumidor" (24 horas).

Ciudad de Panamá, 4 al 13 de mayo.

Dirigido a funcionarios de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, Asociaciones de Consumidores, a Jueces y funcionarios de los Juzgados de Comercio.

Expositor: José Luis Laquidara, Director del Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo MEECHÓN, República de Argentina.

Junio

Carteles, Clemencia y Régimen Sancionador.

Organizado por la Comisión Nacional de Competencia de España.

Cartagena de Indias, Colombia. 30 de junio al 3 de julio. Participaron tres funcionarios.

Septiembre

Foro Latinoamericano de Competencia y VII Foro Iberoamericano de Competencia. Organizado por el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia (TDC) de Chile y la OECD. Santiago, Chile. 10 al 12 de septiembre. Participaron dos funcionarios.

Reunión de Titulares del Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO).

Organizado por CONCADECO. San José, Costa Rica. 22 al 25 de septiembre. Participaron dos funcionarios.

Octubre

Reunión de Titulares del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC).

Organizado por FIAGC. Bogotá, Colombia. 15 al 16 de octubre. Participaron dos funcionarios.

Foro de protección al consumidor en Guatemala.

Organizado por la Dirección de Atención y Asistencia al Consumidor de Guatemala.

Ciudad de Guatemala, Guatemala. 21 y 22 de octubre. Participó un funcionario.

Pasantía en la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) de México.

Organizada por PROFECO, México, D.F. 26 al 30 de octubre. Participaron dos funcionarios.

Noviembre

Conferencia anual de ICPEN y taller de trabajo de Autoridades de protección al consumidor.

Organizada por ICPEN. Sydney, Australia. 9 al 13 de noviembre. Participaron dos funcionarios. Se hizo exposición de Programa de televisión "Cuida tu bolsillo" y se presentó video con los principales aspectos relacionados con dicho programa. La delegación de Panamá fue felicitada por todos los países por la exposición, nuestra legislación y el logro de tener un programa diario en la televisión.

Pasantía en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) de Perú.

Organizada por INDECOPI. Lima, Perú. 16 al 20 de noviembre. Participaron tres funcionarios.

Seminario de Informática Forense:

Organizado por la ACODECO y dictado por el Equipo de Investigación de Incidentes y Delitos Informáticos (EIIDI) de Ecuador. 24 al 27 de Noviembre. Participó personal de la Dirección Nacional de Libre Competencia, de la Dirección de Protección al Consumidor, del Departamento de Informática, del Juzgado Ejecutor.

Seminario de Regulación de Precios de las Telecomunicaciones:

Organizado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de España y la Fundación CEDDET. Dictado de forma virtual. Participaron dos funcionarios.

B. TELECONFERENCIAS INTERNACIONALES EN LAS QUE PARTICIPÓ LA ACODECO EN EL 2009.

Diálogo Informal Panamericano:

Todos los meses se participó en una teleconferencia organizada por el Federal Trade Commission (FTC) de Estados Unidos de América para discutir temas de protección al consumidor con países de América.

Red Internacional de Competencia:

Cada tres meses se participó en la Red Internacional de Competencia (International Competition Network – ICN en inglés) con países de todo el mundo para discutir temas de política de competencia.

Red Internacional de Protección al Consumidor:

Cada tres meses se participó en la Red Internacional de Protección al consumidor (International Consumer Protection and Enforcement Network – ICPEN en inglés) con países de todo el mundo para discutir temas de protección al consumidor.



PLAN DE CONTENIDO

Carta de Presentación	
Introducción	
I. Actividades en Materia de Protección al Consumidor	12
A. Actividades de Oficio	13
1. Educación	13
1.1 Consultas Educativas	13
1.2 Programas de Capacitación	13
1.3 Jornadas Educativas	13
1.4 Distribución de Materiales Educativos	14
1.5 Participación en los Medios de Educación	14
2. Departamento de Verificación	14
3. Verificación de Metrología	17
3.1 Verificación de Combustible	17
3.2 Verificación de Escáner	20
3.3 Verificación de Materiales de Construcción	21
3.4 Verificación de Balanzas	23
3.5 Verificación de Contenido Neto de Productos Preempacados	25
3.6 Verificación de Grasas y Aceites Reutilizables	25
3.7 Análisis de Calidad de Legumbres secas	26
3.8 Verificación de Agroquímicos	32
3.9 Análisis Físico-Químicos	33
4. Investigación al Consumidor	38
5. Veracidad de la Publicidad	39
6. Monitoreo de Precios	42
6.1 Canasta Básica de Alimentos.	43
6.2 La Canasta del Ahorro	44
6.3 Cemento	47
6.4 Combustible	48
6.5 Medicamentos	50
B. Actividades de Atención y Quejas	51
1. Atención al Consumidor y Conciliación	51
1.1 Estructura Organizacional	52
a). Asistencia al Consumidor	52
b). Área de Conciliación	53
2. Decisión y Quejas	57
Defensoría de Oficio del Consumidor	61

a). Recepción de quejas administrativas	62
b). Devolución de quejas administrativas	62
c). Quejas administrativas pendientes	62
d). Asesorías a los consumidores	62
e). Proyectos de Demandas	62
f). Demandas	63
g). Audiencias y Prácticas de Prueba	63
h). Algunos Fallos (Sentencias) a Favor de los Consumidores	63
i). Otras Actividades	63
C. Coordinación de Regionales	64
1. Bocas del Toro	69
2. Coclé	69
3. Colón	70
4. Chiriquí	70
5. Herrera	71
6. Los Santos	72
7. Panamá Este	73
8. Panamá Oeste	74
9. Veraguas	75
II. Actividades en Materia de Defensa de la Competencia	76
A. Prácticas Monopolísticas.	77
B. Concentraciones Económicas	86
C. Consultas de Viabilidad	89
D. Estudios Técnicos y Sectoriales	89
D.1 Informes Técnicos	89
D.2 Estudios Sectoriales	90
E. Liniency	92
F. Otros Informes	94
III. Labores Desarrolladas por la oficina de Asesoría Legal	99
A. Reglamento del Título II de la Ley 45 del 2007	100
B. Consejo Asesor	104
C. Convenios	105
D. Recopilación de las Demandas y Sentencias de ACODECO	106
E. Billetes de \$100 y \$50	106
F. Solicitudes de Información	107

IV. Otras Actividades de la ACODECO	109
A. Actividades Administrativas	110
1. Secretaría General	
B. Juzgado Ejecutor	112
C. Unidad Informática	117
D. Información y Divulgación	120
E. Oficina Institucional de Recursos Humanos	123
F. Dirección Administrativa	127
1. Departamento de Archivo y Correspondencia	128
2. Departamento de Tesorería	129
3. Departamento de Servicios Generales	131
4. Unidad de Seguridad	132
5. Departamento de Presupuesto	132
6. Departamento de Compras	134
7. Departamento de Bienes Patrimoniales	136
8. Departamento de Contabilidad	138
V. Logros Especiales	139
A. Actividades Internacionales en las cuales participó ACODECO durante el año 2009	140
B. Teleconferencias Internacionales en las que participó La ACODECO en el 2009	142
Plan de Contenido	143