

**AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR
Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

ACODECO

MEMORIA

2012

Panamá, 3 de enero de 2013

Honorable Diputado
PRESIDENTE
SERGIO R. GÁLVEZ E.
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 periodo noviembre 2011 a octubre 2012.

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

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

Atentamente;

PEDRO M. MEILÁN N.
Administrador General



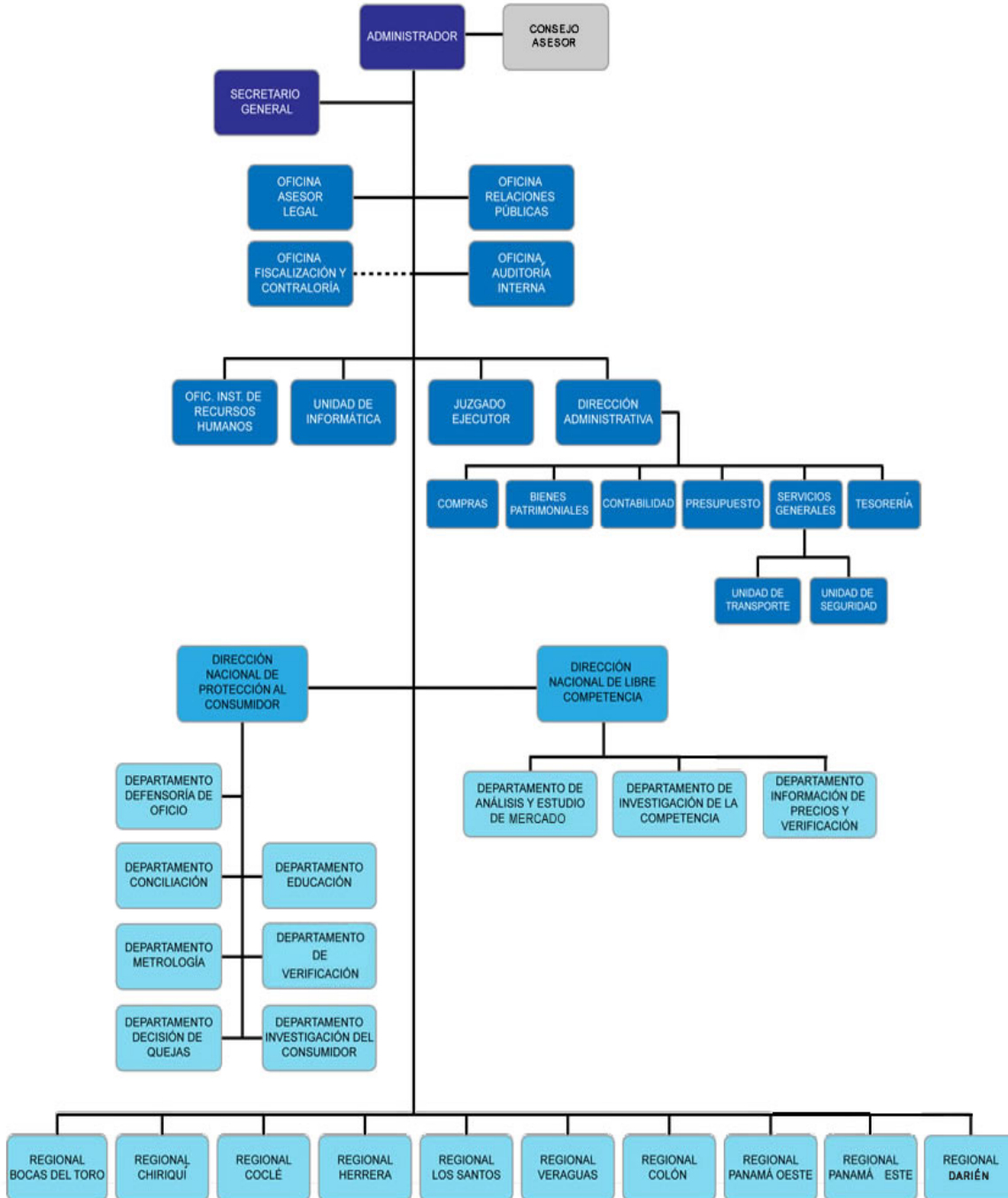
Significado del logo

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

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

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

Organigrama



Niveles Estructurales

Nivel Político Directivo

Pedro M. Meilán N.
Administrador General

Nivel Coordinador

María Adan
Secretario General

Nivel Ejecutor

Oscar García Cardoze
Director Nacional de Libre Competencia

Elías Elías Cabrera
Director Nacional de Protección al Consumidor

Nivel de Apoyo

Margarita S. de Ramos
Directora Administrativa

Yoseline Patterson
Jefa de Recursos Humanos

Hildegarde Herrera
Jefa de Relaciones Públicas

Roberto Will Guerrero
Juez Ejecutor

Eduardo Gutiérrez
Jefe de Informática

Nivel Asesor

Dayra Vial
Asesora Legal

Nivel de Fiscalización

Israel L. Ortiz
Jefe de Auditoría de la Contraloría

Yadira Almario
Jefa de Auditoría Interna

Coordinación de las Regionales

José Carrizo
Coordinador de Regionales

Administradores Regionales

Aurelia Morales
Bocas del Toro

Zulema Hutchinson
Colón

Alberto Fernández
Coclé

Alexis Ortega
Chiriquí

Roy Sandoval
Herrera

Aoriana Cedeño
Los Santos

Rolando Murgas
Veraguas

Arlene Castillo
Panamá Oeste, Encargada

Irene Vásquez
Panamá Este

Yariela De León
Darién



Excelentísimo Señor Ricardo Martinelli Berrocal
Presidente de la República



Pedro M. Meilán N.
Administrador General

I. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

A. DIRECCIÓN NACIONAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

1. DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN

Educar y orientar a las personas, es el objetivo principal de ACODECO, y en esa forma equilibrar las relaciones de mercado entre los proveedores y consumidores. Para ello, el Departamento de Educación ha creado programas educativos que ofrece a la población mediante una orientación continua durante todo el año. Así los consumidores lograrán ejercer mejor sus derechos, a través de herramientas educativas que les ofrece ACODECO, y poder tomar una mejor decisión al momento de realizar sus compras.

1.1 Consultas Educativas:

Todas las consultas que hacen los consumidores a los colaboradores del Departamento de Educación son importantes, ya en esa forma nos dan a conocer cuales son sus necesidades.

Durante el período comprendido entre **noviembre 2011 a octubre 2012**, se atendió un total de **921** consultas educativas en las ferias, jumbo ferias y jornadas educativas. En estas actividades se atienden a estudiantes de todos los niveles del sistema educativo panameño. También atendemos a la población civil, quienes se acercan a nuestros Módulos en busca de alguna orientación relacionado con los temas de consumo, tales como Derechos de los Consumidores, Garantías, Quejas y Denuncias, y en algún momento orientación sobre la Canasta Básica, Consumo Responsable, Consumo Saludable, o sobre como ejercer sus derechos, amparándose en las legislaciones que tratan sobre la protección al consumidor (Ley 45, Ley 6, Ley 24 y Ley 81).

1.2 Programa de Capacitación:

Estos programas se ofrecen tanto a los proveedores como a los consumidores, y, es tal la importancia que ha adquirido, que las distintas agrupaciones, asociaciones de personas de tercera edad, empresas privadas, etc., las solicitan con el propósito de conocer sobre los derechos que les confiere la Ley, y así poder exigirlos en un momento dado.



Durante este período las capacitaciones también han continuado en las aulas escolares y universitarias, tanto públicas como privadas, lo que les permite conocer de primera mano la realidad económica del país, y a la vez, conocer los beneficios de ser un consumidor responsable. Con este programa se beneficiaron **4,157** personas.

El programa de **ACODECO TOUR**, complementa el conocimiento de los consumidores, ya que la institución les da orientación a través de un recorrido por los diferentes departamentos donde se les explica la labor que realiza cada uno de ellos. Se han realizado durante este período **28** programas con la asistencia de **633** personas.



1.3 Jornadas Educativas:

A través de estas jornadas se logra tener un vínculo directo con los consumidores, ya que los mismos se acercan a presentar sus inquietudes y a la vez, darles una solución inmediata a sus problemas.

Se realizaron **218** jornadas educativas, en diferentes puntos de la urbe capitalina.



1.4 Distribución de Material Educativo y Promocional:

Cada vez es mayor la demanda de conocimiento en materia de consumo, y por ende, la divulgación de los temas se ha ido ampliando, no sólo con los que se les dan a conocer a diario, sino con los temas que surgen día a día, y los cuales ACODECO tiene la responsabilidad de orientar a los consumidores tales como: Pan por Peso, y el Sistema Internacional de Medidas.

Se distribuyó un total de **876,851** materiales educativos y promocionales a nivel nacional.

1.5 Participación en los Medios de Comunicación:

Los consumidores también se ven beneficiados a través de los programas radiales y televisivos, ya que los voceros institucionales llevan cada día un tema diferente e importante para informarles a los consumidores sobre los temas de actualidad relacionados al consumo.

El programa Cuida Tu Bolsillo, tiene sintonía nacional, y tiene un horario de 5:00 a 5:30 p.m. de lunes a viernes por SERTV. Los programas Guía del Consumidor por FM Nacional y Estéreo Universidad, siguen teniendo participación de las personas que permanecen en sus hogares durante las horas de transmisión, ya que dan sus opiniones, hacen preguntas sobre los temas o dudas que tengan al respecto. Hemos tenido en los medios **393** participaciones.

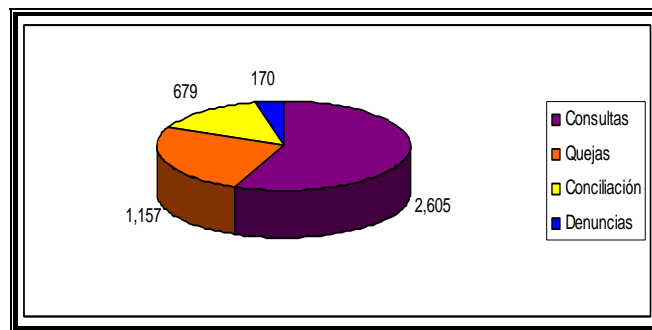


1.6 Módulos de Atención al Consumidor:

Los Módulos se encuentran ubicados en tres lugares de bastante movimiento comercial, a saber: Albrook Mall, Los Pueblos y La Peatonal.

Durante este período se ha registrado la siguiente información:

GRÁFICA DE ATENCIONES A NIVEL DE MÓDULOS PERMANENTES



De las quejas y denuncias recibidas en donde se ha llegado a un proceso de conciliación con los agentes económicos, se ha logrado devolución de dinero en efectivo en beneficio para los consumidores por un monto de **B/.52,210.08** en total de los tres módulos de atención permanente.

Además de las actividades y áreas permanentes que posee el Departamento sobre la marcha se han adquirido y creado nuevos proyectos que hemos desarrollado en beneficio de consumidores internos y externos como lo son: La creación de la Sección de Diseño Gráfico, conformada formalmente por las funcionarias Ixora Martínez, Zafir Evers y Yajaira Pinzón. En dicha sección de apoyo institucional, se encarga de la realización de toda la comunicación visual de la institución, la misma elabora diferentes artes como lo son folletos institucionales de diversos temas, banners, material educativo para capacitaciones, material POP para foros

nacionales e internacionales como son los foros de Protección al Consumidor: 15 de Marzo Día Mundial de los Derechos del Consumidor, FIAGC, CONCADECO, Foros de Competencia: 1ro. de Febrero Día Nacional de Competencia, ICN Workshop Cartel materiales para ferias a nivel nacional (ATLAPA, Azuero, Chiriquí, entre otras) de las oficinas regionales, confección de volantes, se confecciona el arte final para la Revista Institucional VIGILANTE.



2. DEPARTAMENTO DE VERIFICACIÓN

Durante el período **noviembre 2011 a octubre 2012**, el Departamento de Verificación efectuó 4,818 visitas a nivel de la Provincia de Panamá, destacando en ellas verificaciones a Agentes Económicos dedicados a la venta de bienes y servicios de: Joyerías y relojerías, imprentas y copiadoras, internet, hoteles y pensiones, funerarias, financieras, ferreterías, farmacias, eventos artísticos, estaciones de gasolina, estacionamientos, electrónicas, equipos médicos, colegios y escuelas, cines, celulares, bancos, bares, cantinas y bodegas, ventas de mascotas almacenes, alquileres de autos, kioscos, tiendas, abarroterías, fruterías, etc. También verificamos el cumplimiento del acuerdo con la Lotería Nacional de Beneficencia sobre la venta de chances y billetes casados o con one two, además el uso correcto del tanque de gas de 25 libras y el cumplimiento de la Ley 6ª., mejor conocida como la ley de jubilados.

De estas 4,818 verificaciones, 1,060 se realizaron para atender denuncias recibidas ya sea vía telefónica, por internet, periódicos, etc.

En este período, la totalidad de productos con anomalías fue de 142,602 de los cuales 111,565 no tenían los precios a la vista, 23,425 productos vencidos, 5,968 no tenían fecha de vencimiento y 1,644 anomalías entre productos deteriorados, doble precio, fecha no clara y falta de información.

El Equipo de Verificación se hizo notar en las diversas áreas comerciales transmitiendo confianza en los consumidores cuando notaron nuestra presencia en operativos especiales como:

1. Alquiler de estacionamientos.
2. Venta de chances casados o con one two.
3. Operativos para atender alertas internacionales.
4. Cumplimiento del precio tope del tanque de gas de 25 libras.
5. Uso correcto del tanque de gas licuado de 25 libras.
6. Operativos a hoteles, restaurantes, clínicas, laboratorios, cines, etc. para verificar el cumplimiento de la Ley 6ta (descuento a jubilados) y Ley 45 (precios a la vista).
7. Operativo a kioscos y cafeterías de los centros educativos y universidades.
8. Operativo al Mercado de Mariscos y en las ferias libres periódicamente.
9. Operativo en conjunto con la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimento (AUPSA) y el Departamento de Protección de Alimento del Ministerio de Salud (DEPA) en diferentes comercios para verificar el cumplimiento de las leyes sobre inocuidad de los alimentos.
10. Operativo para verificar la aceptación de los billetes de B/. 50.00 y B/.100.00.
11. Operativos nocturnos en bares, restaurantes y discotecas.
12. Pagos con tarjetas de crédito.
13. Cobro indebido de propinas.
14. Operativo de fin de año.

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

Aunque la verificación es sólo una de las tantas funciones de la Autoridad de Protección al Consumidor, en ellas se destaca un considerable esfuerzo por ser precisamente la venta de productos vencidos los que pueden afectar la salud de la población. Adicionalmente el Departamento de Verificación realiza la importante labor de asegurarse de que todos los bienes y servicios que se ofrezcan tengan sus precios a la vista y así los consumidores puedan escoger el que más le convenga.

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

Hemos atendido con mucha responsabilidad las denuncias hechas al Servicio de Atención Ciudadana, línea 311, dentro del tiempo promedio estipulado.

El Departamento de Verificación es vigilante del cumplimiento de la ley 6 de junio de 1987 mejor conocida como la Ley de Jubilados, en el periodo noviembre 2011 a octubre 2012, levantó 1,027 actas de verificación de las cuales 215 resultaron con anomalías y 812 sin anomalías.

Operativo Verificación del Decreto No. 20 de 10/06/2009, de tanques de gas de 25 lbs. y Operativos de Verificación Mercado del Marisco



Verificaciones diarias

Operativos diarios de Verificación



CUADRO DE VISITAS REALIZADAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO 2012

AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA A LA COMPETENCIA													
VISITAS REALIZADAS X TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Nov 2011	Dic 2011	Ene 2012	Feb 2012	Mar 2012	Abr 2012	May 2012	Jun 2012	Jul 2012	Ago 2012	Sept 2012	Oct 2012	Total
Ab.Tiendas, Kioscos, Bcos, Frutería	14	27	13	23	65	22	11	24	21	16	17	4	257
Almacenes	17	201	32	42	6	24	51	77	45	5	52	33	585
Animales	2	5	0	0	0	3	2	1	3	0	1	1	18
Auto Repuestos	4	3	1	0	0	2	0	13	15	7	3	2	50
Alquiler de Autos	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8	0	9
Agencia de Autos	0	0	0	1	1	0	0	3	1	0	1	0	7
Agencia de Viajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	4
Almacén de Bicicletas	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Bares, Disco, Cantinas y Bodegas	1	1	2	9	0	0	1	1	2	1	0	2	20
Bancos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bienes y Raíces	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Casas de Empeños	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Casinos	2	0	0	1	0	0	1	1	0	2	0	0	7
Carnicerías	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Celulares	7	56	10	11	3	2	9	3	2	1	16	1	121
Centro de Estéticas	0	3	2	0	0	4	2	1	4	0	1	1	18
Cines	0	1	0	2	2	1	0	0	0	1	2	1	10
Clinicas y Hospitales	3	6	14	12	5	2	7	16	9	10	9	3	96
Colegios y Escuelas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Computadoras	2	8	2	1	0	3	6	2	1	0	1	0	26
Constructoras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Contenido Neto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Courrier	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cooperativas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Importadoras	10	38	14	0	2	10	5	11	6	1	8	4	109
Equipo Medico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Electrodomestico/Equipos Electrónicos	0	8	0	0	0	0	0	6	0	0	1	0	15
Electrónicas	4	17	1	2	0	4	2	6	4	2	3	2	47
Envío de dinero	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Estacionamiento	3	1	1	0	3	1	1	0	1	2	2	3	18
Estudios de Fotografías	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	5
Estaciones de Gasolina	3	0	0	1	0	0	1	2	1	2	3	2	15
Esotérica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Eventos Artísticos	0	0	2	0	0	1	0	0	1	0	0	0	4
Farmacias	3	4	0	2	3	3	1	4	1	4	2	1	28
Ferreterías	3	1	0	0	0	4	4	2	5	4	1	2	26
Financiera	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Funerarias	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Hoteles y Pensiones	2	1	0	12	3	2	6	2	0	1	1	0	30
Internet	0	14	4	7	3	1	1	3	9	5	0	0	47
Joyería y Relojería	0	35	7	13	3	1	3	7	0	0	8	4	81
Imprenta y Copiadoras	0	0	1	0	0	0	5	1	3	1	1	0	12
Investigaciones Especiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Juegos de Azar	5	1	8	4	3	5	5	4	6	3	0	0	44
Lavanderías y Lavamáticos	34	23	15	25	110	17	10	20	39	19	14	14	340
Librería	0	1	1	0	0	0	2	1	2	0	2	2	11
Materiales de Construcción	2	4	1	0	0	0	1	1	2	0	0	0	11
Mercados Públicos	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	1	7
Mini Súper	51	37	23	47	26	35	36	46	45	45	27	32	450
Mueblerías	0	14	2	4	0	0	6	3	2	0	2	0	33
Motores (No Autos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ópticas	0	7	2	1	0	2	4	1	3	0	3	2	25
Otros	1	5	4	2	1	2	2	4	6	0	0	0	27
Panaderías	9	11	7	9	55	10	3	9	15	14	1	6	149
Perfumerías	2	16	0	1	0	0	0	3	0	0	4	1	27
Pintura	1	1	0	0	0	1	2	2	4	0	1	0	12
Restaurantes / Fondas	54	239	130	94	163	88	101	162	152	77	111	48	1,419
Repuestos y Rep. (Taller no Autos)	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	4
Salón de Belleza	13	31	8	14	14	15	13	12	33	10	12	5	180
Sedería y Sastrería	1	8	0	2	0	1	2	2	2	3	4	0	25
Servicios Eléctricos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Seguros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Supermercados	15	81	17	8	14	19	13	20	8	19	19	19	252
Telefonía	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
Transporte (Fletes y Similares)	1	2	1	2	0	0	0	4	1	1	1	0	13
Taller de Reparaciones de Autos	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	3
Tv por Cable	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Universidad	21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21
Útiles de Oficina	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Ventas de Autos Usados	0	0	0	0	0	0	0	20	1	1	0	0	22
Venta de Colchones	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Veterinarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Videos	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	6
Videos Juegos	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Zapatería	1	16	2	4	0	1	0	3	3	0	11	7	48
TOTAL:	292	939	333	357	486	287	322	509	464	260	359	210	4,818

3. DEPARTAMENTO DE METROLOGÍA

La Metrología es definida como la ciencia que se ocupa de las medidas, es tan antigua como la propia humanidad y se ha desarrollado en función de las necesidades de la sociedad en cada época. Se trata de una ciencia situada horizontalmente en la base del conocimiento, que juega un papel primordial en campos tales como la investigación y el desarrollo, la fabricación industrial, la medicina, las telecomunicaciones, el comercio, etc. El progreso de la ciencia siempre ha estado íntimamente ligado a los avances en la capacidad de medición. La metrología, a menudo ignorada por la opinión pública, es una creación de la sociedad industrializada y afecta a casi todos los aspectos de la vida.

En la actualidad, las áreas tradicionales de la industria han evolucionado hacia una mayor complejidad, requiriendo tolerancias de fabricación más exigentes y rangos de medida más amplios con menores incertidumbres; por otro lado, han surgido nuevas áreas tecnológicas, tales como la nanotecnología y la biotecnología, al tiempo que áreas que no son nuevas en sí mismas, como la química, la medicina y la seguridad alimentaria requieren importantes aportaciones de la metrología. Sin embargo, para que se produzca un efectivo progreso en dichas áreas se requiere un mayor esfuerzo en investigación y desarrollo de patrones y métodos de medida trazables al Sistema Internacional de Unidades, SI.

Desarrollar y mejorar las capacidades de medida disponibles en un país, es esencial para potenciar y apoyar los procesos de innovación tecnológica y desarrollo industrial como elementos diferenciadores de las economías emergentes. Proyectos Específicos de Innovación más desarrollo permiten disponer de patrones y métodos de medida que favorecen la ruptura de algunas de las actuales barreras tecnológicas existentes en materia de reproducibilidad y aceptación de resultados en cualquiera de las aplicaciones industriales, como es el caso de la nanotecnología, donde las tolerancias e incertidumbres demandadas son del orden de mil veces menores a las actualmente existentes en la fabricación de precisión. Así, aunque en muchos procesos de nano-fabricación se emplean microscopios electrónicos o interferómetros láser de alta resolución, se observa gran dispersión en las características de las fabricaciones, fruto de la falta de exactitud y reproducibilidad de los sistemas de medida y posicionado, y de la dificultad de contar con patrones de calibración adecuados a la nanoescala.

Los avances en metrología son básicos para la innovación, y potencian todas las áreas de la ciencia. La industria necesita contar con claros fundamentos metrológicos que sustenten sus decisiones tecnológicas y sus políticas de innovación. En la metrología se entrelazan la tradición y el cambio; los sistemas de medición reflejan las tradiciones de los pueblos pero al mismo tiempo estamos permanentemente buscando nuevos patrones y formas de medir como parte de nuestro progreso y evolución.

Es por medio de diferentes aparatos e instrumentos de medición que se realizan pruebas y ensayos que permiten determinar la conformidad con las normas existentes de un producto o servicio; en cierta medida, esto permite asegurar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen a los consumidores.

Las mediciones correctas tienen una importancia fundamental para los gobiernos, para las empresas y para la población en general, ayudando a ordenar y facilitar las transacciones comerciales. A menudo las cantidades y las características de un producto son resultado de un contrato entre el cliente (consumidor) y el proveedor (fabricante); las mediciones facilitan este proceso y por ende inciden en la calidad de vida de la población, protegiendo al consumidor, ayudando a preservar el medio ambiente y contribuyendo a usar racionalmente los recursos naturales.

Las actividades relacionadas con la Metrología dentro de un país son responsabilidad de una o varias instituciones autónomas o gubernamentales y, según sus funciones, se caracteriza como Metrología Científica, Legal ó Industrial, dependiendo de su aplicación.

La primera está encargada de la investigación que conduce a la elaboración de patrones sobre bases científicas y promueve su reconocimiento y la equivalencia de éstos a nivel internacional. Las otras dos están relacionadas con la diseminación a nivel nacional de los patrones en el comercio y en la industria. La que se relaciona con las transacciones comerciales se denomina Metrología Legal y busca garantizar, a todo nivel, que el cliente que compra algo reciba la cantidad efectivamente pactada. La otra rama se denomina Metrología Industrial y se relaciona con la industria manufacturera; persigue promover en la industria manufacturera y de servicios la competitividad a través de la permanente mejora de las mediciones que inciden en la calidad.

Actualmente, con la dinamización del comercio a nivel mundial, la Metrología adquiere mayor importancia y se hace más énfasis en la relación que existe entre ella y la calidad, entre las mediciones y el control de la calidad, la calibración, la acreditación de laboratorios, la trazabilidad y la certificación. La Metrología es el núcleo central básico que permite el ordenamiento de estas funciones y su operación coherente las ordena con el objetivo final de mejorar y garantizar la calidad de productos y servicios.

La Metrología a nivel de país juega un papel único y se relaciona con el Gobierno, con las Empresas y con la Población, relación conocida como el modelo G.E.P.

A nivel de Gobierno, este modelo es esencial para entender el papel de una infraestructura que se requiere instalar y que sirve de apoyo en la elaboración de políticas y regulaciones para la elaboración y fabricación de productos y la prestación de servicios, tanto de origen nacional como de proveniencia extranjera.

Así mismo, el Gobierno debe tomar conciencia de que la capacidad de mediciones indica el nivel de desarrollo tecnológico del país en determinados campos, ya sea para la fabricación de productos o la prestación de servicios en diferentes áreas (manufactura, salud, educación, etc.), lo cual incide directamente en la capacidad de competitividad de las empresas. A nivel internacional compiten las empresas, no los gobiernos, y uno de los pilares de la competitividad internacional es la calidad, por lo que conviene insistir y destacar que la metrología es una condición necesaria (aunque no suficiente) para lograr la calidad.

A nivel de Empresa, la competitividad se mide entre otras cosas por la capacidad de innovar. La innovación se puede dar en procesos productivos o administrativos, en productos, en servicios, etc. Es básica para la búsqueda permanente de la calidad a través de la mejora continua de las actividades. El proceso de mejora continua es un procedimiento en el cual se usan parámetros de medición que nos permiten comparar lo que veníamos realizando con lo nuevo que se implementó, o sea que la medición forma parte integrante del proceso de innovación. En un medio de mejora continua lo único permanente es el cambio. Con la mejora continua de las actividades generalmente se busca que las empresas ganen mercados y puedan ampliar sus facilidades de producción lo cual, a su vez, abre la oportunidad de crecer y ampliar la oferta de nuevos empleos.

Desde el punto de vista de la Población, la Metrología es fundamental para apoyar el control de los productos que se fabrican y su impacto sobre el bienestar de la población. La población permanentemente consume productos nacionales y extranjeros y es la Metrología la llamada a ayudar a determinar que esos productos de consumo respondan a normas o especificaciones sobre salud, seguridad y ambiente. Su relación con la población tiene un doble efecto: no solamente ayuda a la creación de nuevos empleos a través de impulsar el desarrollo de las empresas, sino también ayuda a la protección de ésta al velar por el contenido, la calidad y la seguridad de los productos que se consumen y su impacto en el medio ambiente.

En virtud de lo expuesto, nuestra institución cumpliendo con su principal misión, de velar por el bienestar de los consumidores, durante el 2011 y 2012 desarrolló una serie de actividades entre las que podemos mencionar: Implementación del Sistema Internacional de Unidades, verificación de estaciones de combustibles, escáner, balanzas, materiales de construcción, contenido neto de productos preempacados, de cilindros de gas, aceites y grasas reutilizables, venta de pan por peso, análisis fisicoquímicos, entre otros.

3.1 Implementación de la ley 52 del 11 de Diciembre de 2007 en Panamá

Surgimiento

El Sistema Internacional de Unidades (SI), surge del Sistema Métrico MKS (metro, kilogramo y segundo) y de tres sistemas derivados de este. El de la Electrotecnia MKSA (metro, Kilogramo, segundo y ampere); de la Termotecnia MKSG (metro, kilogramo, segundo y grado kelvin); de la Luminotecnia MSC (metro, segundo y candela). Estos sistemas se usaban aisladamente y tenían como elemento común el metro el kilogramo y el segundo. Surge así la idea de organizar sobre la base de estos sistemas. Un sistema único de unidades, universal y coherente que abarcase todas las ramas de la ciencia y la técnica. Como resultado de las consultas hechas a miles de científicos, técnicos y pedagogos de todos los países, se produce el establecimiento del Sistema Internacional de Unidades (SI), para ser adoptado por todos los países signatarios de la conversión del metro.

Las Conferencias Generales de Pesas y Medidas que tuvieron a cargo esta ardua labor, hicieron presente la necesidad de su pronta aplicación en todos los campos de la ciencia, la técnica y la educación. Como consecuencia de esta decisión, los científicos y pedagogos del

mundo iniciaron una campaña por la implantación estatal de este sistema como único y universal.

Este método consiste en que como base del sistema se eligen algunas unidades de medida básicas; consideradas independientes entre sí, de las cuales se derivan las unidades de medida de las magnitudes físicas. Existe otro grupo de unidades de medida derivadas que se determinan de acuerdo con las fórmulas físicas que relacionan entre sí a las magnitudes físicas. Las unidades de medida básicas SI son: el metro (m), el kilogramo (kg), el segundo(s), el ampere (A), el Kelvin (K), la candela (cd), y el mole (mol).

Esta Ley regula las actividades metrológicas en la República de Panamá y modifica el numeral 3 del artículo 97 y deroga el Capítulo V del Título II de la Ley 23 de 1997.

El objeto de esta Ley es establecer los principios y las disposiciones generales para la organización y el régimen jurídico de las actividades metrológicas en la República de Panamá, con el fin de satisfacer las necesidades del desarrollo de la producción, así como establecer la equidad en las transacciones comerciales y la confiabilidad en las mediciones en el campo de la salud, la industria, el comercio y en los resultados de los ensayos vinculados con la seguridad pública y el medio ambiente, para garantizar una mejor calidad de vida de la población.

Mediante esta Ley se establece como sistema nacional de unidades el Sistema Internacional de Unidades de Medidas, para expresar las distintas magnitudes de medidas en el territorio nacional.

De acuerdo con esta Ley las escuelas de enseñanzas básica, media e intermedia, públicas y particulares, deberán incluir en sus programas de estudio la enseñanza del Sistema Internacional de Unidades de Medida.

La Ley 52 de 2007 busca garantizar una mejor calidad de vida de la población a través de la equidad y confiabilidad de las mediciones en el comercio, industria, salud, ciencia, seguridad pública y el medio ambiente, por esto se ha definido que las unidades básicas del Sistema Internacional de Unidades que se utilizarán en nuestro país son las siguientes:

Unidades básicas del Sistema Internacional de Unidades (SI)		
Magnitud	Unidad	Símbolo
Longitud	Metro	m
Masa	Kilogramo	Kg
Tiempo	Segundo	S
Corriente eléctrica	Ampere	A
Temperatura termodinámica	Kelvin	K
Cantidad de sustancia	Mole	Mol
Intensidad luminosa	Candela	cd

Conversión de unidades más comunes				
Sistema Inglés		Sistema Internacional (SI)		F.C.
Unidad	Símbolo	Unidad	Símbolo	Multiplicar por:
Pulgada	in	Milímetro	mm	25.4
Yarda	yd	Metro	m	0.9144
Milla	mi	Kilómetro	km	1.609344
Onza	oz	Gramo	g	28.34952
Libra	lb	Kilogramo	kg	0.45359237
Galón (US)	gal	Litro	L	3.785412
F.C.: Factor de conversión del Sistema Inglés al SI				

¿Cómo se prepara el Consejo Nacional de Metrología para la implementación del Sistema Internacional de Unidades de Medidas?

Cómo parte de la implementación del Sistema Internacional de Unidades de Medidas, el Consejo Nacional de Metrología ha estado organizando una serie de reuniones con los diferentes Agentes Económicos que tienen un rol importante en la puesta en marcha de este sistema, lo cual lo ha llevado a realizar reuniones con las Petroleras, los ferreteros, las agencias de ventas de autos, los comerciantes chinos, las universidades, los gremios de Asociación de Comerciantes de Víveres de Panamá (ACOVIPA), los súper mercados, etc., con el único fin de poner de conocimiento que la fecha tope es el 20 de diciembre para poner en marcha el sistema, por tal motivo las empresas están en el proceso de adecuación del sistema en cada uno de los puntos de ventas ya que se comenzará a vender en litros en vez de galones en la magnitud de volumen, en kilogramos en vez de libras en la magnitud de masa y en metro en vez de yardas, pies y pulgadas en la magnitud de longitud. Como un ejemplo de los cambios, le presentamos la siguiente tabla para cuando se vaya de compras al súper mercado:

<u>MAGNITUD DE MASA</u>		
La ley 52 de diciembre de 2007 establece que en el territorio nacional se debe utilizar el Sistema Internacional de Unidades (SI), en el cual: 1 kg= 2,204623lb y 1 lb= 0,45359237 kg		
Si usted compraba esta cantidad en libras	Su equivalente en kilogramos (kg) es:	Su equivalente en gramos (g) es:
¼ lb ó 0.25 lb	0.113 kg	113 g
½ lb ó 0,50 lb	0,226 kg	226 g
1,00 lb	0,454 kg	454 g
1 ½ lb ó 1,50 lb	0,680 kg	680 g
2,00 lb	0,907 kg	907 g
El consumidor siempre tendrá la potestad de comprar la cantidad de producto que desee, según sus posibilidades de compra.		

3.2 Verificación de Estaciones de Combustible

Objetivos:

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

1. 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 es de 3 pulgadas.

2. 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.

3. 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.

4. 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 dice lo siguiente: “En cada surtidor debe especificar el tipo de combustible: gasolina (indicación numérica del octanaje), diesel (normal o mejorado), Kerosén o cualquier otro combustible que se ofrece a la venta. Esta denominación debe estar claramente identificada en los surtidores. De igual forma la estación de combustible está en la obligación de anunciar al consumidor de manera clara y veraz los diferentes precios

especiales con los que comercializa sus productos, bien sea por ventas al crédito, combustibles exonerados, transporte público, etc.

5. Información de Calibración

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

Resultados

Durante este período se verificaron un total de 167 estaciones de combustibles.

En las 216 estaciones se verificaron un total 2,854 surtidores de los cuales 42 resultaron fuera de tolerancia o sea el 1.61 %. Con relación a los tanques se verificaron 527, resultando el 100%, dentro de la tolerancia establecida.

Estadística de Resultados de las Últimas Verificaciones de Combustible Realizadas Estadística de Surtidores y Tanques de Almacenamiento de Combustible Verificados por Empresa Petrolera

TOTALES	2854	2812	42	552
DELTA	1531	1501	30	280
ESSO	177	176	1	34
TEXACO	403	398	5	82
TROPIGAS	40	39	1	6
AB	34	34	0	9
TERPEL	311	311	0	58
ACCEL	81	79	2	20
INDEPENDIENTE	127	124	3	47
PUMA	150	150	0	16

Estadística de Resultados de las Últimas Verificaciones de Combustible Realizadas

PARÁMETRO/AÑO	2010	2011	2012
Cantidad de Estaciones	303	85	216
Cantidad de Surtidores	3039	922	2854
Surtidores de Malos	33	6	42
Cantidad de Tanques	1029	271	552
Tanques Malos	2	1	0

3.3 Verificación de Escáner

Objetivos:

- El Principal objetivo de esta labor fue la de verificar el cumplimiento de lo establecido en la Ley 45 del 31 de Octubre de 2007 el cual nos indica que la información al consumidor debe ser clara y veraz.

- Garantizar a los consumidores que los productos comercializados en los establecimientos verificados cumplan con los precios anunciados ya sea en los productos o en los anaqueles, los cuales deben coincidir con los establecidos en el sistema de cobros por escáner.
- Conocer el comportamiento y reincidencia, si existe, de los comercios considerando asimismo el interés de los mismos en el cumplimiento de la Ley.
- Orientar a los consumidores, respecto a cuales son los aspecto que deben exigir al momento de realizar una compra en establecimientos que utilicen el sistema de escáner como mecanismo de cobro.

Fundamento Legal

Ley 45 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 código de barra.

Resultados

Comparativo de Cumplimiento

COMERCIOS VERIFICADOS	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO			
	CUMPLE		NO CUMPLE	
	Cantidad	%	Cantidad	%
208	51	24.52	157	75.48

Estadística de Resultados de las Últimas Verificaciones de Escáner Realizadas

AÑO	2009	2010	2011	2012
COMERCIOS VERIFICADOS	74	43	86	208

3.4 Verificación de Materiales de Construcción

Objetivos:

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 lo siguiente:**
 - Volumen del saco de piedra y arena.
 - Precio del saco.
 - Cantidad de sacos por yarda cúbica.

b. Veracidad de la información:

- Verificar que la información comercial anunciada sea clara y veraz.

c. 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 Metrológico), nivelando el producto.
- Se miden cuatro (4) puntos a cada saco, para determinar la altura faltante, la cual al final sumarán doce (12) alturas faltantes.
- Se 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	%
155	5	3.23	150	96.77

Motivo de Incumplimiento

Establecimientos	Sin Información	%	No Cumple con lo Declarado	%
147	70	47.62	77	52.38

Cumplimiento con la Información Declarada

Establecimientos	Cumplen	%	No Cumplen	%
155	4	2.58	151	97.42

Estadísticas de Establecimientos Verificados

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

3.5 Verificación de Balanzas

Objetivos:

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

Marco Legal

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, como entidad rectora de la metrología legal en Panamá, hará cumplir en todo el país el 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 los acreditan como representantes de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia 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 e (error máximo tolerado).¹ Las clases de exactitud para las balanzas y su simbología es como sigue:

<i>Exactitud especial</i>	I
<i>Exactitud alta</i>	II
<i>Exactitud media</i>	III
<i>Exactitud corriente</i>	III

Resultados de Verificación de Balanzas

Establecimientos Comerciales Verificados	440
Cantidad de Balanzas Verificadas	522
Cantidad de Balanzas sin anomalías	465
Cantidad de Balanzas con anomalías	57
Porcentaje de Balanzas sin anomalías	89.08%
Porcentaje de Balanzas con anomalías	10.92%

Año	Balanzas Verificadas
2008	998
2009	1 169
2010	900
2011	1 150
2012	522

¹ Artículo 3.5.2 DGNTI-COPANIT 37-2002

3.6 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.

Resultado de la Verificación 2012

COMERCIOS VISITADOS	LOTE TOTAL	LOTE			
		ACEPTADO	%	RECHAZADO	%
417	245 011	204 090	83.30	40 921	16.70

DETALLE	A Ñ O S									
	2008		2009		2010		2011		2012	
Lote Total	281 466		157 572		67 389		130 523		245 011	
Lotes Aceptados	238 934	84.89%	87 914	55.79%	54 887	81.45%	109 832	84.15%	204 090	83.30%
Lotes Rechazados	42 532	15.11%	69 658	44.21%	12 502	18.55%	20 691	15.85%	40 921	16.70%

3.7 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 obtenidos 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	%
593	978	961	98.26	17	1.74

Año	Total de Freidoras Verificadas
2006	419
2007	1,311
2008	1,180
2009	966
2010	756
2011	1,085
2012	978

3.8 Verificación de la Venta de Pan por Peso

Objetivos:

Velar porque todos los Agentes Económicos involucrados cumplan con el Reglamento Técnico DGNTI-COPANIT 18-388-00. Panificación y Confitería. Pan requisitos modificado por la Resolución No. 001 de 18 de febrero de 2011.

Durante este periodo se han verificado 155 establecimientos dedicados a la comercialización de pan por peso, de los cuales 60 no cumplen con las siguientes faltas: No tienen lista de precios, no tienen balanzas a la vista, no pesan el pan y no declaran información del pan empacado.

Agentes Económicos Verificados	155		
Agentes Económicos que Cumplen	Porcentaje de Cumplimiento	95	61.29
Agentes Económicos que No Cumplen	Porcentajes de Incumplimiento	60	38.71

4. DEPARTAMENTO DE DEFENSORÍA DE OFICIO

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, Defensor de Ausente peritajes y cualquier otro que sea necesario para los fines del proceso. En este informe presentamos la labor realizada en el Departamento desde el mes de noviembre de 2011 a Octubre 2012.

4.1 Recepción de Quejas Administrativas:

En los meses de Noviembre 2011 a Octubre 2012 hemos recibido un total de 277 quejas administrativas para asesorías provenientes del Departamento de Conciliación.

Cuadro de Quejas Remitidas por Conciliación al Departamento de Defensoría de Oficio			
Período: Noviembre 2011 a Octubre 2012			
MOTIVOS	No. de Quejas	% de Quejas	Valor (B/.)
INCUMPLIMIENTO DE GARANTÍA	107	38.6	3,419,411.79
INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO	56	20.0	3,519,724.65
ACLARACIÓN DE CONTRATO	31	11.1	3,078,469.02
VICIOS OCULTOS	25	9.0	1,515,405.53
DEVOLUCIÓN DE ABONO-DINERO	18	6.5	503,760.40
FALTA DE INFORMACIÓN COMERCIAL	14	5.0	403,252.27
INCUMPLIMIENTO DE SERVICIOS	10	3.6	97,181.53
CLÁUSULAS ABUSIVAS	6	2.1	12,591.00
RESOLUCIÓN DE CONTRATO	2	0.7	42,625.00
COBRO INDEBIDO	2	0.8	12,500.00
DAÑOS Y PERJUICIOS	1	0.4	6,000.00
MERCANCIA DEFECTUOSA	1	0.4	10,580.00
VENTA ENGAÑOSA	2	0.7	43,000.00
ANULACIÓN DE CONTRATOS	2	0.7	23,119.30
TOTALES	277	100.0	12,687,620.49

4.2 Devolución de Quejas Administrativas:

Durante ese período se devolvieron 339 quejas administrativas. Entre los motivos por los cuales fueron devueltas encontramos; Acuerdo Extrajudicial (31), Sentencia a Favor (36), Sentencia en Contra (11) Acuerdo Judicial (21), Desistimiento (5), Abandono (175) (No Procede (60).

4.3 Quejas Administrativas Pendientes:

Se evaluaron en el departamento 277 quejas para análisis. Las cuales en el mes de Octubre permanecieron 225 quejas administrativas con estatus de pendiente debido a;

1. Están en etapa de análisis.
2. En espera de presentación de pruebas.
3. Informe pendiente.
4. El Consumidor no se ha comunicado.
5. Desistimiento pendiente.
6. Negociaciones pendientes.

- 7. Son proyectos de Demandas potenciales.
- 8. Son demandas potenciales.

4.4 Asesorías a los Consumidores:

Se brindó un total de 2,200 asesorías (telefónicas y presenciales) a consumidores respecto a diferentes temas.

4.5 Proyectos de Demandas:

Se prepararon (143) proyectos de Demandas.

Los temas relacionados con los proyectos de demandas Incumplimiento de Contrato, Incumplimiento de Servicios, Incumplimiento de Garantía, Vicios Ocultos, Cláusulas Abusivas, Falta de Información, Custodio de Bienes, Devolución de Dinero, Aclaración de Contrato, Publicidad Engañosa, Anulación de Contrato, .la cuantía de los Proyectos de Demandas durante los meses de Noviembre 2011 a Octubre 2012 fue de B/.6,545,299.04.

4.6 Demandas:

Se presentaron en los Juzgados 97 Demandas. De éstas 27 fueron Sentenciadas Favorables a los Consumidores y varios Acuerdos Extrajudiciales y Judiciales en beneficio de los Consumidores.

La cuantía de las Demandas durante los meses de Noviembre 2011 a Octubre 2012 fue de B/ 4,300.550.83.

Cuadro de Expedientes de Demandas Presentadas en los Tribunales por el Departamento de Defensoría de Oficio			
Período: Noviembre 2011 a Octubre 2012			
MESES	DEMANDAS PRESENTADAS	CANTIDAD DE DEMANDAS (%)	MONTO (B/.)
Noviembre	5	5.2	152,055.00
Diciembre	2	2.0	23,105.50
Enero	8	8.2	623,064.79
Febrero	8	8.3	315,989.40
Marzo	6	6.7	246,869.00
Abril	9	9.2	340,120.01
Mayo	16	16.5	692,029.99
Junio	10	10.3	433,535.00
Julio	6	6.7	245,919.74
Agosto	8	8.2	147,255.25
Septiembre	11	11.3	699,837.15
Octubre	8	8.3	380,770.00
TOTAL	97	100.0	4,300,550.830

4.7 Audiencias y Prácticas de Pruebas:

Entre los meses de Noviembre 2011 a Octubre de 2012 se han realizado (354).
Vocerías (Televisión, Radio (Seminarios, Charlas, Conferencias).

5. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN AL CONSUMIDOR

En el Departamento de Investigación al Consumidor se maneja una gran cantidad de expedientes de diferentes temas, ya que compilamos la labor de otros departamentos que son quienes nos buscan la prueba fehaciente para iniciar nuestro proceso administrativo, como lo son el Departamento de Metrología: dentro del cual vemos los expediente de Contenido Neto, Scanner, Balanzas, Ley 71 de 2001 (tara y otros requisitos exigidos por esta norma), la venta del pan por peso, combustible, contenido de vitamina c, arroz pilado, grasas, legumbres secas. Todas estas investigaciones fundamentadas en Reglamentos Técnicos, que son quienes exigen ciertos requisitos para que el producto esté expuesto al consumidor.

Del Departamento de Verificación, tenemos temas como, productos sin precios a la vista, deteriorados, vencidos, sin fecha de vencimientos; la no entrega de recibo o tiquete de caja, medicamentos vencidos, estos temas fundamentados en la Ley 45. Además temas como uso del tanque de gas de veinticinco libras en establecimientos comerciales, y el precio tope de los mismos, (éstos fundamentados en Decretos de Gabinetes, los cuales señalan que nos corresponde la respectiva verificación de los mismos) y por su puesto las verificaciones de Ley 6, que incluye, que el agente económico otorgue el descuento, que mantenga el letrero visible donde conste el descuento, y que otorgue el descuento con el porcentaje correcto a los jubilados, pensionados y personas de la tercera edad.

Del Departamento de Publicidad tenemos temas como fecha de duración de la promoción, rectificación de la pauta publicitaria, cumplimiento de lo indicado en el artículo 62 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, relacionado a veracidad de la publicidad, también tenemos temas como ofertas especiales, entre otros.

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

**EXPEDIENTES RECIBIDOS EN EL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN
AL CONSUMIDOR**

Periodo: Noviembre 2011 - Octubre 2012

<i>Tipo de Leyes</i>	<i>Canto. de Expedientes</i>
VERIFICACIÓN LEY 45	8,109
METROLOGÍA*	1,702
VERIFICACIÓN LEY 6ta	397
VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD	62
VERIFICACIÓN LEY 29	15
VERIFICACIÓN LEY 81	8
LEYES ESPECIALES	5
VERIFICACIÓN LEY 24	2
OPERATIVOS DE COLEGIOS	1
TOTAL	10,301

**En metrología incluyen balanzas, peso del pan, escáner, contenido neto, vitamina C, combustible, legumbres secas, arroz pilado, materiales de construcción, grasa y combustible.*

EXPEDIENTES SANCIONADOS EN PRIMERA INSTANCIA

Periodo: Noviembre 2011 - Octubre 2012

<i>Tipo de Leyes</i>	<i>Canto. de Expedientes</i>	<i>Valor de las Multas (B/)</i>
VERIFICACIÓN LEY 45	1,802	477,543.00
METROLOGÍA*	433	101,665.00
VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD	72	21,600.00
VERIFICACIÓN LEY 6ta	130	14,300.00
LEYES ESPECIALES	7	3,300.00
VERIFICACIÓN LEY 29	6	660.00
VERIFICACIÓN LEY 81	4	1,000.00
DENUNCIAS 25%	1	100.00
OPERATIVOS DE COLEGIOS	1	50.00
TOTALES	2,456	620,218.00

**En metrología incluyen balanzas, peso del pan, escáner, contenido neto, vitamina C, combustible, legumbres secas, arroz pilado, materiales de construcción, grasa y combustible.*

EXPEDIENTES SANCIONADOS EN SEGUNDA INSTANCIA

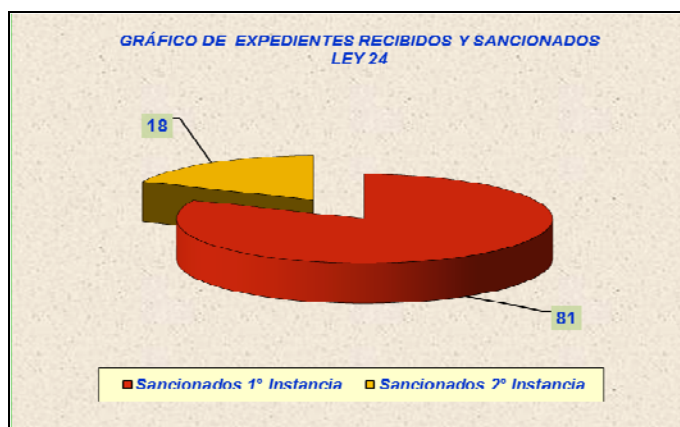
Periodo: Noviembre 2011 - Octubre 2011

<i>Tipos de Leyes</i>	<i>Canto. de Expedientes</i>	<i>Valor de las Multas (B/)</i>
VERIFICACIÓN LEY 45	817	270,400.00
METROLOGÍA*	160	56,075.00
VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD	51	42,900.00
VERIFICACIÓN LEY 6ta	42	6,350.00
VERIFICACIÓN LEY 29	20	5,010.00
INVSTIGACIÓN ADMINISTRATIVA	1	0.00
LEYES ESPECIALES	1	150.00
DENUNCIAS 25%	1	75.00
TOTALES	1,093	380,960.00

**En metrología incluyen balanzas, peso del pan, escáner, contenido neto, vitamina C, arroz pilado, materiales de construcción, legumbres secas, grasa y combustible.*

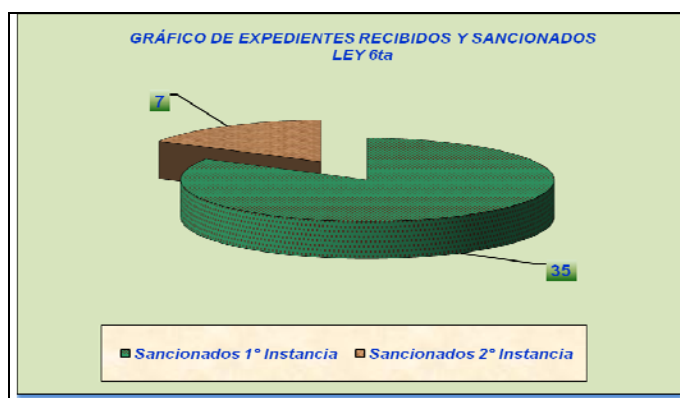
**EXPEDIENTES RECIBIDOS Y SANCIONADOS
LEY 24 HISTORIAL DE CRÉDITO
Período: Noviembre de 2011 a Octubre de 2012**

<i>Detalles</i>	<i>No. de Expedientes</i>	<i>Valor de las Multas (B/.)</i>
Recibidas	512	...
Sancionados 1° Instancia	139	154,000.00
Sancionados 2° Instancia	18	18,000.00



**EXPEDIENTES RECIBIDOS Y SANCIONADOS
LEY 6ta JUBILADOS
Período: Noviembre de 2011 a Octubre de 2012**

<i>Detalles</i>	<i>No. de Expedientes</i>	<i>Valor de las Multas (B/.)</i>
Recibidas	120	...
Sancionados 1° Instancia	35	7,075.00
Sancionados 2° Instancia	7	850.00



6. DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA AL CONSUMIDOR Y CONCILIACIÓN

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

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

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

6.1 Estructura Organizacional:

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

- a) Área de Asistencia al Consumidor
- b) Área de Conciliación
- c) Área de Veracidad de la Publicidad
- d) Área del Call Center

Al día de hoy contamos con tres (3) unidades conciliadoras, seis (6) unidades de asistencia a los consumidores, siete (7) unidades en la Cal Center y siete (7) analistas de la publicidad, dos (2) unidades en la recepción, dos (2) unidades en la Central Telefónica, y cinco (5) unidades administrativas. En ellos recae la ejecución de las tareas que se derivan de las funciones jerárquicas y operativas.

a) Área de Asistencia al Consumidor:

En esta área se reciben a todos los consumidores que se presentan en nuestras oficinas, en busca de asesoramiento o una solución para su conflicto con los agentes económicos.

Son los responsables de recibir las consultas tanto personales, como telefónicas y vía correo electrónico.

- **Telefónicamente:** El consumidor muchas veces prefiere denunciar por esta vía, irregularidades en los comercios, ya que incluso se podrá levantar una denuncia de manera anónima. Contamos con una línea de atención inmediata, Cal Center, que busca atender de una forma mucho más rápida ya que atendemos bajo un sólo número, las denuncias a nivel nacional, se trata de la *línea 130*. 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 enviadas al departamento encargado en cada área.

- **Vía Correo Electrónico:** Aquí se atienden las denuncias de los consumidores y se les incita a presentarlas formalmente si el caso lo amerita, hemos recibido una total de 561.
- **Personalmente:** En el área de Asistencia al Consumidor se han atendido un total de Diez Mil Seiscientos Dieciocho (10,618) consumidores. De los cuales gran cantidad ha presentado su queja formal.

Marco Legal de Recepción de Quejas

Las quejas y denuncias que presentan los consumidores se ven enmarcadas en tres importantes leyes:

- Ley. 45 de 31 de octubre de 2007. Por la cual se dictan las normas de protección al consumidor y defensa de la competencia y su reglamentación.
- Ley N°. 6 de 16 de junio de 1987. Por la cual se adopta medidas en beneficio de los ciudadanos Jubilados, Pensionados, 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 de Área de Asistencia al Consumidor:

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

b) Área de Conciliación:

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

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

Celeridad: En el día de la audiencia se logra por esta vía la solución del problema que motivó la controversia.

Gratuito: No se requiere de abogados, por lo que resulta económico se le compara con el proceso judicial.

Prontitud: La audiencia se programa el día que se recibe en el Departamento de Conciliación.

Neutralidad: Las partes reciben la seguridad de la imparcialidad y credibilidad de los conciliadores y de la Institución.

Validez: La firma de las partes en el Acta de Conciliación que se levanta el momento de la audiencia, lo hace un documento legítimo y con fuerza para ser presentado ante los tribunales.

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



En la audiencia de conciliación un funcionario de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, se reúne en calidad de moderador (persona imparcial que dirige la reunión y se encarga de mantener el orden) con el proveedor y el consumidor, para propiciar una conversación en dónde se exponga el caso, se presenten pruebas que estimen necesarias y se deje plasmados los puntos de vista de ambas partes.

El objetivo de la reunión es conciliar, es decir, llegar a un acuerdo que beneficie a ambas partes, evitando así llegar a instancias legales mayores.

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.

c) Funciones del Conciliador:

- Expedir citaciones para el proveedor, indicando lugar, fecha, hora y motivo de la diligencia con dos días hábiles de anticipación.
- Realizar audiencias entre empresarios y consumidores, invitando a las partes a llegar a acuerdo satisfactorio.
- Analizar cada caso e informar a las partes, lo que la Ley dispone, a fin de propiciar un arreglo para el caso en cuestión.
- Procurar conciliar a las partes en conflictos, sobre la base de quejas formales recibidas por escrito.

- Levantar acta de lo efectuado y dejar constancia en ella cuando no haya avenimiento, en caso de que el consumidor lo solicite, la queja, podrá ser analizada por los abogados del Departamento de Defensoría de Oficio.

Área de Asistencia al Consumidor

Período: Noviembre 2011 - Octubre 2012

Número de Asistencia y Orientaciones al Consumidor	TOTAL
PERSONALMENTE	10,618
VÍA TELEFÓNICA	10,645
CORREO ELECTRÓNICO	561
VERIFICACIÓN DE EVENTOS (CIRCOS, CONCIERTOS, FERIAS)	47
ASISTENCIA DE LA LÍNEA 130	6,444
DENUNCIAS RECIBIDAS	2,527
AUDIENCIA REALIZADA	815
AGENTES ECONÓMICOS VISITADOS	1,442
CONCILIACIONES REALIZADAS EN ASISTENCIA	89
CANTIDAD DE QUEJAS RESUELTAS EN ASISTENCIA	13,796,038.68

Cuadro de las Quejas Recibidas en el Departamento de Conciliación

Período: Noviembre 2011 - Octubre 2012

MOTIVOS	No. Quejas	% Quejas	Valor (B/.)
INCUMPLIMIENTO DE GARANTÍAS	252	29.2	8,588,221.65
INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO	218	25.3	16,812,534.49
ACLARACIÓN DE CONTRATO	99	11.5	7,789,875.32
DEVOLUCIÓN DE DINERO /ABONO	83	9.6	3,035,186.06
VICIOS OCULTOS	61	7.1	5,268,898.62
FALTA DE INFORMACIÓN COMERCIAL	47	5.4	560,759.50
INCUMPLIMIENTO DE SERVICIOS	29	3.4	312,104.84
CLÁUSULAS ABUSIVAS	22	2.5	471,465.26
ANÁLISIS FINANCIERO /ACLARACIÓN DE CUENTAS	19	2.2	4,236.60
VENTA ENGAÑOSA	11	1.3	149,139.01
COBRO INDEBIDO	6	0.7	790,602.60
DAÑOS Y PERJUICIOS	3	0.3	7,277.76
RESOLUCIÓN CONTRATO	4	0.5	8,791.00
ANULACIÓN DE CONTRATOS	3	0.3	28,814.30
VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD	2	0.2	3,299.99
MERCANCÍA DEFECTUOSA	3	0.3	22,464.79
CUSTODIA DE BIENES	1	0.1	4,640.66
TOTALES	863	100.0	43,858,312.45

Nota: Incluyen quejas recibidas de las diferentes regionales.

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

Período: Noviembre 2011 - Octubre 2012

<i>RESULTADOS</i>	<i>No. Quejas</i>	<i>% Quejas</i>	<i>Valor (B/.)</i>
PENDIENTE CONSTANCIA DESISTIMIENTO	72	22.0	2,926,259.47
ABANDONO	75	22.9	2,388,403.47
ACUERDO EN AUDIENCIA /VARIOS	41	12.5	1,280,421.76
ACUERDO EN AUDIENCIA /DEVOLUCIÓN DE DINERO	41	12.5	1,678,891.67
ACUERDO EN AUDIENCIA /REPARACIÓN	40	12.2	3,183,674.10
ACUERDO EN AUDIENCIA /ACLARACIÓN	14	4.3	725,502.38
ACUERDO EN AUDIENCIA /ENTREGA DEL BIEN	12	3.7	539,753.00
DESISTIMIENTO	12	3.7	441,628.59
ACUERDO EN AUDIENCIA /REEMPLAZO	8	2.4	152,861.13
ACUERDO PREVIO AUDIENCIA /DEVOLUCIÓN DE DINERO	4	1.2	136,399.25
ACUERDO PREVIO AUDIENCIA /REPARACIÓN	3	0.9	89,500.00
ACUERDO PREVIO AUDIENCIA/ VARIOS	3	0.9	72,263.86
ACUERDO PREVIO AUDIENCIA /ACLARACIÓN	1	0.3	142,980.00
ACUERDO PREVIO AUDIENCIA /ENTREGA DEL BIEN	1	0.3	37,500.00
TOTALES	327	100.0	13,796,038.68

Nota: Incluyen quejas que fueron recibidas de la Autoridad 2007-08 -09-10-11; pero cerradas en el 2012, igual se incluyen quejas de las diferentes regionales pero que han sido resueltas en la oficina central.

c. Área de Veracidad de la Publicidad

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

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

Entre las tareas que desarrolla el área de la Veracidad de la Publicidad, está realizar investigaciones de oficio, recibir las denuncias y quejas presentadas por los consumidores. Al igual, realiza verificación de mercado en materia de ventas especiales que comúnmente conocemos como ofertas, rebajas, baratillo, liquidaciones, para corroborar que muestren a la vista del consumidor el doble precio, es decir el precio de antes y el de después en el local

comercial, el cual debe expresarse en caracteres de similar tamaño, cuando se tratare de una venta especial por porcentaje, se deberá indicar el precio y el porcentaje a rebajar, es decir, el precio indicado se entiende que no cuenta con el porcentaje descontado que indique si la venta es total o parcial de los bienes o servicios del establecimiento. Toda venta especial o promoción deberá indicar la fecha de duración de la promoción, ya que la oferta dirigida a consumidores, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al proveedor que solicite, autorice o pague la difusión correspondiente durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización o las unidades mínimas a ofertar, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

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

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

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

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

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

Operativos

Se realizan operativos, ya que durante el año se realizan diferentes ventas especiales, que son estacionarias, como “Regreso a Clases, Día del Padre, Ventas de Medio Año, Navidad”, además es uno de los países donde se desarrollan diferentes tipos de eventos, por lo cual el personal de esta sección es participe de la verificación de 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 Casos Tramitados en el Departamento de Veracidad de la Publicidad				
Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012				
MOTIVOS		No. de CASOS	% de CASOS	MONTO (B/.)
POR QUEJAS	FALTA DE INFORMACIÓN	0	0.0	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	1	0.1	1,099.96
	NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	2	0.3	0.00
	NO CUMPLIERON CON LA PUBLICIDAD	17	2.4	54,855.25
	PUBLICIDAD CONFUSA	0	0.0	0.00
POR DENUNCIA	CINTILLO NO LEGIBLE	0	0.0	0.00
	FALTA DE INFORMACIÓN	36	5.0	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	69	9.6	0.00
	NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	0	0.0	0.00
	NO CUMPLIERON CON LA PUBLICIDAD	61	8.4	0.00
	REMISIÓN A OTRA FUENTE	0	0.0	0.00
	PUBLICIDAD CONFUSA	4	0.6	0.00
POR OFICIO	APLICAN RESTRICCIONES	23	3.2	0.00
	CINTILLO NO LEGIBLE	104	14.4	0.00
	FALTA DE INFORMACIÓN	6	0.8	0.00
	HASTA AGOTAR EXISTENCIA	38	5.3	0.00
	NO CUMPLIERON CON LA PUBLICIDAD	2	0.3	0.00
	LA PUBLICIDAD NO ES VERAZ	3	0.4	0.00
	TIEMPO DE LOCUCIÓN	5	0.7	0.00
	PUBLICIDAD CONFUSA	11	1.5	0.00
	REMISIÓN A OTRA FUENTE	5	0.7	0.00
	NO INDICA LA FECHA DE DURACIÓN	159	22.0	0.00
	VENTA ESPECIAL HASTA AGOTAR EXISTENCIA	14	1.9	0.00
	VENTA ESPECIAL NO INDICA QUE LA VENTA ES PARCIAL	3	0.4	0.00
	VENTA ESPECIAL NO CUENTA CON EL DOBLE PRECIO	10	1.4	0.00
	VENTA ESPECIAL NO INDICA LA FECHA DE DURACIÓN	29	4.0	0.00
	VENTA ESPECIAL SIN FALTA	120	16.6	0.00
	TOTAL		722	100.0

Cuadro de los Casos Solucionados a Favor del Consumidor en el Departamento de Veracidad de la Publicidad
Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012

RESULTADOS	No. de CASOS	% de CASOS	MONTO (B./)
<i>DENUNCIA /OFICO</i>			
HONRÓ	1	0.7	0.00
SUSPENDIÓ	93	66.0	0.00
RECTIFICÓ	24	17.0	0.00
SUSPENDIÓ / RECTIFICÓ	23	16.3	0.00
<i>QUEJAS</i>			
HONRÓ	4	2.8	0.00
TOTALES	141	100.0	0.00

Casos de Quejas, Denuncias y Oficio sin Efectos para el Consumidor en el Departamento de Veracidad

ILOCALIZABLE	3	0.9	0.00
IMPROCEDENTE	336	99.1	1,567.52
TOTALES	339	99.1	1,567.52

Casos Asignados a Otros Departamentos

DECISIÓN DE QUEJAS	2	1.2	386.93
CONCILIACIÓN	2	1.2	0.00
INVESTIGACIÓN	157	97.5	0.00
TOTALES	161	100.0	386.93

Pautas Suspendidas por Tipos de Medios de Comunicación en el Departamento de Veracidad de la Publicidad
Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012

<i>MEDIOS</i>	<i>CANTIDAD</i>
TELEVISIÓN	101
PRENSA	218
RADIO	21
INTERNET	32
VALLAS	2
TELEVISIÓN /RADIO	1
TELEVISIÓN /PRENSA	4
TELEVISIÓN /PRENSA /RADIO	5
TELEVISIÓN /PRENSA /RADIO /VALLAS	-
TELEVISIÓN /PRENSA /RADIO /INTERNET	-
TELEVISIÓN /PRENSA /RADIO /VALLAS /INTERNET	-
TELEVISIÓN /PRENSA /INTERNET	2
TELEVISIÓN /RADIO /INTERNET	-
PRENSA /RADIO	-
PRENSA /VALLAS	1
PRENSA /INTERNET	-
RADIO /VALLAS	-
PRENSA /RADIO VALLAS	-
PRENSA /RADIO /INTERNET	-
PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTO	346
MEDIOS IMPRESOS	91
TOTALES	824

Verificación de Mercado de Ventas Especiales (Baratillos, rebajas, ofertas, descuentos y liquidaciones)



d. Área del Call Center

La unidad de Call Center inicia en el año 2010 con el objetivo de orientar a los consumidores, fácil, rápida y adecuadamente a través de la línea 130. Sin embargo, este año 2012, hemos reorganizado el mismo y hemos dotado al personal de herramientas efectivas para realizar su trabajo con mayor eficiencia.

A continuación mencionamos las vías por las cuales recibimos las denuncias a nivel nacional:

- **Línea 130:** Líneas calientes gratuitas. **Se atendieron un total de 330 denuncias.**
- **Línea de Denuncia ciudadana 311:** Denuncias recibidas desde El Centro de atención Ciudadana 311, quienes pertenecen a la Secretaría de Innovación Gubernamental y la Presidencia de la República. **Se atendieron un total de 220 denuncias.**
- **Telefónicas 510-1313(ext. 366, 448, 452):** Denuncias recibidas a través de nuestra central telefónica. **Se atendieron un total de 775 denuncias.**
- **Cuida tu Bolsillo:** Denuncias que se reciben a través del programa en SRTV, las cuales se les da respuesta de 24 a 48 horas a través del siguiente programa. **Se atendieron un total de 13 denuncias.**

- **Módulos:** Denuncias recibidas a través de los módulos de orientación ubicados en los centros comerciales. **Se atendieron un total de 16 denuncias.**
- **Twitter:** Denuncias y orientaciones recibidas a través del Twitter del administrador, las cuales son atendidas de manera inmediata y se le da una respuesta directa al consumidor. **Se atendieron un total de 133 denuncias.**
- **Facebook:** Denuncias y orientaciones recibidas a través de nuestra cuenta **acodecoprotege**, a través de este medio se interactúa con el consumidor. **Se atendieron un total de 61 denuncias.**
- **Correo Electrónico (Web):** Se reciben las denuncias y las orientaciones de los consumidores desde la cuenta de correo electrónico y a través de nuestra página web (**www.acodeco.gob.pa**). **Se atendieron un total de 67 denuncias.**
- **Asistencia (Personal):** Denuncias recibidas a través de nuestros consumidores en nuestras oficinas en las que muchos de ellos aportan pruebas y documentación que nos ayuda a concluir de forma más ágil nuestra investigación. **Se atendieron un total de 94 denuncias.**
- **Acodeco en tu Comunidad (AETC):** El departamento de Acodeco en tu Comunidad constantemente se mantiene en la calles entregando documentación en los hogares panameños. Se orientan y obtienen denuncias de nuestros consumidores. **Se atendieron un total de 75 denuncias.**
- **Jumbo Ferias:** A través de las ferias nacionales alimenticias que se realizan en diversos lugares de nuestro país también recibimos denuncias de nuestros consumidores las cuales son dirigida a nuestro departamento.

El total de denuncias tramitadas a través del Call Center Panamá es de 1,651 denuncias.

Cuadro por Tipos de Denuncias Recibidas en el Departamento de Conciliación / Call Center

Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012

DETALLES	DENUNCIAS	% de DENUNCIAS
TELEFÓNICA	539	32.6
WEB	105	6.4
CUIDA TU BOLSILLO	17	1.0
CALL CENTER 130	375	22.7
ACODECO EN TU COMUNIDAD	97	5.9
CAC-311	268	16.2
FACEBOOK	74	4.5
TWITTER	161	9.8
JUMBO FERIAS	2	0.1
MÓDULOS	13	0.8
TOTALES	1,651	100.0

7. DECISIÓN DE QUEJAS

El Departamento de Decisión de Quejas, el cual forma parte también de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, desarrolla un papel fundamental dentro de la institución, toda vez que en él se atiende la mayoría de las quejas presentadas por los consumidores, en contra de los distintos proveedores; precisamente por ser la sede central donde se concentra la mayor parte de la población. En este Departamento, se conoce a prevención de los tribunales de justicia, aquellas reclamaciones en materia de protección al consumidor, cuya cuantía no exceda la suma de Dos Mil Quinientos Balboas (B/.2,500.00), lo que se traduce en una amplia gama de quejas, entre las que podemos mencionar:

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



El Departamento de Decisión de Quejas inició operaciones el 2 de mayo de 2006, constituyendo una unidad ejecutora creada a partir de la modificación de la Ley No. 29 de 1° de febrero de 1996, mediante el Decreto Ley No. 9 de 20 de febrero de 2006, que a diferencia de la antigua Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC), no sólo atiende reclamos por tema de garantía sino también quejas por cobro indebido, abonos retenidos, custodia de bienes, daños y perjuicios, falta de información e incorporándose a partir de la entrada en vigencia de la Ley No. 45 de 31 de octubre de 2007, la resolución de contratos de prestación de servicios o suministro de bienes (artículo 77), sin ningún tipo de sanción, a favor de los consumidores.

De igual forma, el Proceso de Decisión de Quejas se encuentra reglamentado, además del Capítulo III del Título V de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 (en sus artículos del 115 al 123), por el Decreto Ejecutivo No. 46 de 23 de junio de 2009, con la finalidad de hacer más eficiente la implementación de la Ley 45 de 2007, el cual reglamenta y complementa las disposiciones sobre protección al consumidor, en temas esenciales como el ámbito de aplicación de la Ley; respecto a la información que están obligados los agentes económicos proporcionar a los consumidores, sobre todo en cuanto a la no existencia de partes al

momento de adquirir bienes o contratar servicios. En cuanto al tema de la garantía, el Decreto 46 establece la garantía legal de 3 meses (artículo 21), principalmente para recalcar que todo bien vendido como nuevo debe tener una garantía, aunque sea mínima. También se deja claramente establecido que la prórroga de la garantía se produce también en aquellos casos en que la reparación corrija el daño sólo de forma parcial, y contempla la figura del abandono del reclamo por parte **del consumidor, cuando el mismo no asiste a dos (2) fechas de audiencia, de forma injustificada.**

Por otro lado, el Departamento cuenta con un personal tanto administrativo, dedicado a las labores de procesamiento, captación de datos y confección de documentos propios del trámite de los expedientes, al igual que un equipo de abogados y conciliadores encargados del aspecto jurídico concerniente al proceso de Decisión de Quejas, sobre las reclamaciones recibidas de los consumidores contra los agentes económicos.

En este sentido, el proceso de Decisión de Quejas contempla distintas fases, tales como:

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

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

Otro aspecto por resaltar dentro de las labores que efectúa este departamento, es el perfeccionamiento y mejoramiento del sistema de digitalización del trámite de las quejas atendidas, cuya implementación inició en el mes de agosto de 2011, con el propósito de lograr un fácil y mayor seguimiento de los expedientes, a lo largo del proceso de tramitación de las quejas.

Finalmente, el Departamento de Decisión de Quejas logró atender un total de **1,821** quejas solucionadas a favor del consumidor, para el período comprendido de noviembre de 2011 a octubre de 2012, por un valor total de **B/. 838,794.98**, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro de Quejas Ley 45 Solucionadas a Favor del Consumidor en el Departamento de Decisión de Quejas		
Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012		
RESULTADOS	No. Quejas	Valor (B/.)
DESISTIMIENTO	515	259,424.00
DESISTIMIENTO/DEVOLUCIÓN	267	115,400.38
PENDIENTE CONSTANCIA DESISTIMIENTO	269	108,384.01
ACUERDO EN AUDIENCIA/VARIOS	153	46,264.69
TRANSACCIÓN EXTRAJUDICIAL	131	55,229.59
ACUERDO EN AUDIENCIA/DEVOLUCIÓN DE DINERO	95	55,772.92
ACUERDO EN AUDIENCIA/REEMPLAZO	86	36,785.70
ABANDONO	68	24,115.38
ACUERDO EN AUDIENCIA/REPARACIÓN	66	32,565.73
RESOLUCIÓN/DEVOLUCIÓN	51	37,990.08
RESOLUCIÓN/REEMPLAZO	34	23,498.08
RESOLUCIÓN/REPARAR	29	18,639.72
ACUERDO	26	11,408.99
ACUERDO EN AUDIENCIA/ACLARACIÓN	23	10,229.95
RESOLUCIONES/VARIOS	5	2,909.45
ACUERDO EN AUDIENCIA/ENTREGA DEL BIEN	3	176.38
TOTALES	1,821	838,794.98
<i>Nota: Incluyen quejas que fueron recibidas de la Autoridad 2007-08 -09-10-11 pero cerradas en el 2012, igual se incluyen quejas de las diferentes regionales pero que han sido resueltas en la oficina central.</i>		

Por último, los motivos de las quejas atendidas durante el mismo período fueron en su gran mayoría por incumplimiento de garantías con un total de **1,287** quejas, seguido por la falta de información con **214** reclamaciones, por incumplimiento de servicios unas **202** quejas, y por incumplimiento de contrato un total de **174** quejas, entre otros motivos (ver cuadro adjunto):

Cuadro de Quejas Recibidas de Ley 45 en el Departamento de Decisión de Quejas		
Periodo: Noviembre 2011 a Octubre 2012		
MOTIVOS	No. Quejas	Valor (B/.)
INCUMPLIMIENTO DE GARANTÍAS	1287	632,850.10
FALTA DE INFORMACIÓN	214	111,575.73
INCUMPLIMIENTO DE SERVICIOS	202	100,729.02
INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO	174	126,629.62
RESOLUCIÓN / CONTRATO	143	13,949.92
VENTA ENGAÑOSA	55	28,934.55
DAÑOS Y PERJUICIOS	54	44,438.21
ANULACIÓN DE CONTRATOS	43	12,951.27
COBRO INDEBIDO	46	15,545.20
VICIOS OCULTOS	26	34,774.30
CUSTODIA DE BIENES	21	10,524.61
DEVOLUCIÓN DE DINERO	19	10,366.68
MERCANCÍA DEFECTUOSA	14	4,916.04
VERACIDAD DE LA PUBLICIDAD	10	3,055.29
ACLARACIÓN DE CONTRATO	1	19.50
CLÁUSULAS ABUSIVAS	1	798.00
TOTALES	2,310	1,152,058.04

B. COORDINACIÓN DE REGIONALES

La Coordinación de Regionales, de noviembre 2011 a octubre de 2012, con el propósito de llevar a cabo satisfactoriamente los programas de las Oficinas Regionales de ACODECO en concordancia con los objetivos planteados por la sede Institucional, continúa su labor como enlace entre ambas, brindando orientaciones, capacitaciones presenciales, revisión, orientación y distribución de documentación legal y administrativa y así lograr que estas cumplan con los objetivos y metas Institucionales.

Para tales fines y como uno de los medios para cumplir la misión antes mencionada, funcionarios de la Coordinación de Regionales han participado en 8 giras durante el periodo comprendido entre noviembre 2011 y octubre 2012, donde se han visitado todas las Regionales de ACODECO, logrando la supervisión de las labores administrativas, legales y operativas, así como la participación en actividades regionales de ACODECO en tu Comunidad, Ferias Regionales y otras Jornadas Educativas.

La Coordinación de Regionales mediante los mecanismos necesarios, organiza las diversas actividades que las oficinas regionales de ACODECO ejecutan, tales como las giras interdepartamentales, volanteos, instalación de módulos dedicados a la orientación de consumidores en el ámbito de la educación, capacitaciones, operativos, participaciones feriales, jornadas todas, que se caracterizan por la búsqueda de la unificación en relación al mecanismo, logística y metodología de las labores institucionales.

Todas estas actividades que llevan a cabo las Oficinas Regionales, son supervisadas antes y posteriormente a su realización por la oficina de Coordinación de Regionales, a través de informes mensuales de programación de actividades, dando resultados que se analizan estadísticamente y se consolidan con la información global de ACODECO.

La Comisión Evaluadora de Actas, de la cual la Coordinación de Regionales, en su función de secretaria de la misma, revisó 4,053 actas con anomalías presentaron faltas a las normas de protección al consumidor establecidas en la ley 45 de 31 de octubre de 2007.

B.1 OFICINAS REGIONALES DE LA ACODECO

El objetivo de todas las actividades que realizan las Oficinas Regionales, no es otra sino dar a conocer la labor institucional en pro de la defensa de las normas contenidas en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 y su Reglamentación sobre Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, razón por la cual se busca siempre mantener unificados los criterios metodológicos con que se desempeñan las misiones.

Con respecto a estas tareas, cabe resaltar el operativo de Navidad, siendo éste uno de los más importantes ya que se lleva a cabo durante 15 días del mes de diciembre; en el cual durante el año 2011, las Oficinas Regionales tuvieron una participación significativa mediante la instalación de módulos ubicados estratégicamente en áreas comerciales de las respectivas provincias, atendiendo consultas, denuncias y quejas a un total de 7,353 personas, además de lograr recuperar, a favor del consumidor, un monto de B/.23,121.25, por el incumplimiento de garantías, principalmente.

En cuanto a lo que las labores educativas se refiere, los Departamentos de Educación de las Oficinas Regionales, con miras a cumplir con los objetivos de la Institución, permanentemente organiza charlas educativas, asesoramientos y conversatorios con estudiantes, docentes y personal administrativo en centros educativos de todos los niveles, instituciones públicas, empresas privadas y demás grupos organizados, brindándole

información efectiva y necesaria, sobre los deberes y derechos del Consumidor, deberes de los comercios y sobre lo establecido en las diversas leyes, decretos y reglamentos que nos competen; sin dejar de lado la presencia institucional en los eventos feriales a nivel provincial, Jumbo Ferias y demás actividades interinstitucionales a los cuales han sido invitadas las diez Oficinas Regionales, respectivamente. Cabe resaltar que las participaciones de las regionales en estas actividades, se ha visto incrementada durante el periodo noviembre 2011 a octubre 2012, en comparación con años anteriores.

**RESULTADO DEL OPERATIVO DE NAVIDAD 2011 - REGIONALES
DEL 3 AL 23 DE DICIEMBRE DE 2011**

DETALLE	TOTAL
Asistencia al Consumidor (Consultas)	7353
Asesoramiento a Agentes Económicos	460
Reclamaciones Recibidas	173
Reclamaciones Resueltas	145
Monto de las Reclamaciones Resueltas	23,121.25
Denuncias	111
Actas de Verificación CON Anomalía Ley 45	220
Actas de Verificación SIN Anomalía Ley 45	454
Actas de verificación CON Anomalía Ley 81	6
Actas de verificación CON Anomalía Ley 6ta	3
Actas de Veracidad de la Publicidad (Anomalía)	14
Devolución de Efectivo (Cantidad)	29
Monto de las Devoluciones B/.	4591.61
Apertura de Expediente	0
Entrega de Material Educativo	115842
Entrevista a Medios de Comunicación	57

En actividades de verificaciones, se ha realizado a nivel de las diez oficinas regionales arduas labores de verificaciones de oficios y por denuncias en virtud del cumplimiento de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, Ley 6 de junio de 1987 y Decreto Ejecutivo 20 de 2010, así como de los reglamentos de metrología.

Como parte de uno de los programas insigne de la institución, está **ACODECO EN TU COMUNIDAD**, el cual tiene como misión principal, visitar todos los barrios y comunidades, casa por casa, y así brindar información a los consumidores de sus deberes y derechos, nuestra misión, misión qué es la ACODECO y sus funciones, haciendo hincapié en la utilización de nuestros servicios y que formen parte del equipo de Consumidores Vigilantes, quienes velan por las correctas prácticas de comercio en su comunidad, actuando como un eje importante en el desarrollo de nuestra labor. Lo más relevante de que debido a su gran acogida por parte del público consumidor, se ha logrado incrementar la presentación de quejas en materia de Conciliación de Quejas, Decisión de Quejas y las normas contenidas en la Ley 6 de 1987 y sus modificaciones; así como en la Ley 24 de 2002; así como un aumento en la recaudación en concepto del pago de las multas impuestas.

1. Regional de Bocas del Toro

En su incansable labor de orientar e informar a la población, en el periodo comprendido entre noviembre del 2011 al 31 de octubre de 2012, la Regional de Bocas del Toro se proyectó hacia lugares apartados de la provincia, como las islas Colón, Bastimentos y Carenero, también en lugares fronterizos con la República de Costa Rica como Las Delicias Arriba y Abajo, Tiger Hill, Sibube, Las Tablas y La Mesa, y comunidades del Distrito de Chiriquí Grande.



Tanto en las áreas arriba mencionadas como en los principales sectores de la provincia, el Departamento de Educación, desarrolló 109 jornadas educativas y capacitaciones siendo beneficiados un total de 3,331 consumidores. Igualmente, se suministró información importante, a través de volanteos, medios de comunicación impresos, programas de radio, entrevistas televisivas, módulos y en la participación en Jumbo Ferias, Ferias Interinstitucionales y Escolares, los cuales son visitados por gran cantidad de consumidores y agentes económicos.

Fue muy destacada la participación de la ACODECO Bocas del Toro, con un stand en la Feria Internacional del Mar en Isla Colón, la cual se llevó a cabo en el mes de septiembre de 2012. Durante una semana, se contó con la visita de cientos de consumidores, entre adultos y niños, autoridades locales, la reina de la Feria, a quienes se les distribuyó información importante plasmada en los folletos Institucionales.



Durante esta semana, también se realizaron otras actividades dentro y fuera de la feria, tales como volanteos y entrega de material promocional a los visitantes a la feria.

La Regional de Bocas del Toro, dirigió gran parte de sus capacitaciones a los educadores, estudiantes y padres de familia de centros educativos, así como a agrupaciones religiosas, funcionarios gubernamentales, colaboradores de empresas privadas, miembros de Asociaciones de Jubilados, a los cuales se orientó sobre la Ley 6ta, Ley 45, decretos y reglamentaciones nacionales, beneficiando a miles de personas. También, con las participaciones en 157 programas de medios de comunicación radial, la ACODECO Bocas del Toro, llegó a gran cantidad de consumidores, tanto de lugares urbanos; así como apartados de la provincia.

En cumplimiento del objetivo Institucional de defender y proteger los derechos de los consumidores, en el periodo noviembre de 2011 a octubre de 2012, se realizaron verificaciones y operativos constantes, donde se visitaron a 2,890 establecimientos comerciales, encontrándose un total de 10,631 productos vencidos, 113 sin fecha de vencimiento y 4,707 productos sin precio a la vista.



En el periodo comprendido Noviembre 2011 a Octubre 2012, la Regional de Bocas del Toro, recibió 79 quejas en materia de Decisión de Quejas, de las cuales se resolvieron en ese mismo periodo, 43 a favor del consumidor, representando un monto de B/.45,172.26.

Igualmente, dentro del programa institucional ACODECO en Tu Comunidad, la Regional de Bocas del Toro, visitó 13 comunidades de los Distritos de Changuinola y Bocas del Toro, llegando a 1,268 casas, donde se educó e instruyó directamente a 1,520 personas.

Con el interés de brindar un excelente servicio al consumidor, a partir del mes de agosto de 2012, nuestra sede Regional, se trasladó estratégicamente frente al Aeropuerto Internacional Manuel Niño de la ciudad de Changuinola.

2. Regional de Coclé

La Regional de Coclé, continúa en su ardua labor de orientar e informar a la población coclesana, sobre sus deberes y derechos, especialmente a las comunidades más apartadas de la provincia.

De noviembre del 2011 a octubre del 2012, el Departamento de Educación de la Regional de Coclé, llevó a cabo 349 jornadas educativas tales como charlas a diversos grupos de la sociedad, asesoramientos, consultas educativas, volanteos, participación en programas de

radio, publicación de notas de prensa, participación en la feria del Sombrero Pintado de la Pintada, Feria Institucional de Olá, así como en Ferias Comunitarias, como fueron la de la Semana del Campesino en Churuquita Grande, Escuela El Nansal en Pajonal; y en las Jumbos Ferias del Ahorro, organizadas por el MIDA, IMA, productores, artesanos y empresas privadas, en los predios del MIDA, todas éstas con el propósito de informar al consumidor sobre sus deberes y derechos, asesorarles en materia de Ley 6 relacionada a los descuentos a los que tienen derecho los Jubilados, Pensionados, Tercera y Cuarta Edad, y orientaciones en cuanto al Presupuesto Familiar, Consumo saludable, Garantía de Bienes, entre otros.



También se efectuaron diversas capacitaciones a entidades gubernamentales, Centros Educativos tanto públicos como particulares, donde se dictaron 198 charlas educativas en la que se logró beneficiar una población de 5,133 personas y se les entregaron 11,153 folletos.

RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES EDUCATIVAS DE LA PROVINCIA DE COCLÉ POR CANTIDAD DE CHARLAS, POBLACIÓN BENEFICIADA Y MATERIAL EDUCATIVO, SEGÚN MESES: DE NOVIEMBRE 2011 A OCTUBRE DE 2012.

MES	ACTIVIDADES EDUCATIVAS		
	CANTIDAD DE CHARLAS	POBLACIÓN BENEFICIADA	MATERIAL EDUCATIVO
TOTAL	197	5123	11153
Noviembre 2011	16	389	661
Diciembre 2011	6	194	897
Enero 2012	5	431	466
Febrero 2012	14	300	671
Marzo 2012	22	737	749
Abril 2012	16	357	539
Mayo 2012	36	716	1250
Junio 2012	18	501	824
Julio 2012	27	486	928
Agosto 2012	17	575	977
Septiembre 2012	18	532	740
Octubre 2012	15	391	676

Además, se efectuaron 74 Jornadas Educativas, labor encaminada a informar, orientar y promocionar los contenidos de la educación al consumidor, las mismas se llevaron a cabo a través de módulos de asistencia al consumidor en las principales avenidas de Penonomé y en áreas cercanas a Instituciones más concurridas, como los son Bancos e Instituciones de Salud, beneficiando con todas éstas a 7,780 personas, dentro del periodo de noviembre de 2011 a octubre de 2012. También, dentro de nuestro programa ACODECO Tour, la Regional de Coclé, recibió a diferentes agrupaciones tales como: Promotores del Programa 100 a los 70, Estudiantes de la Escuela Buen Pastor, grupos de La Red de Oportunidades y Programa de 100 a los 70 de la Comunidad del Coco y Pajonal, Colaboradores del Machetazo, Los Bomberos de las diferentes estaciones de la Provincia de Coclé, entre otros, donde con la demostración y explicación del desarrollo de cada una de nuestras actividades, se compartió información con 246 personas.



Con el programa de ACODECO EN TU COMUNIDAD se han logrado realizar 22 tomas de barrios en la provincia de Coclé en las que se han logrado visitar 30 comunidades de los distritos de Penonomé, Natá, Antón y Aguadulce, llevando el mensaje institucional y orientando en materia de Protección al Consumidor, a una población coclesana de 3,462 personas y logrando captar a 86 consumidores vigilantes. El desarrollo de esta actividad, permitió que en el periodo noviembre de

2011 a octubre de 2012 se visitaran 2,648 viviendas, donde se dejó información importante de ACODECO y de las leyes y decretos que protegen al consumidor. Durante estas visitas se recibieron algunas denuncias de malas prácticas de agentes económicos, ubicados en las comunidades de la provincia de Coclé, las cuales fueron atendidas de inmediato.

En el período comprendido de noviembre 2011 a octubre de 2012, el Departamento de Verificación de la Regional de ACODECO en Coclé, visitó 1,731 agentes económicos, donde se visitó principalmente a mini súper, restaurantes, supermercados, kioscos, abarroterías y otros comercios de la provincia, logrado levantar 857 actas con faltas a las normas de protección al consumidor contempladas en la Ley 45 y otras disposiciones legales, que afectan directamente al consumidor. Estas verificaciones permitieron encontrar 42,701 productos con faltas, tales como productos vencidos, productos sin fecha de vencimiento, falta de precio a la vista, productos deteriorados, fecha no clara y



productos con doble precio, que estaban a la venta para el consumidor, así como incumplimiento en decretos y demás reglamentaciones que nos conciernen.



En cumplimiento con la misión de proteger a los consumidores, la Regional de Coclé realizó diversas actividades de verificación revisando el cumplimiento a las normas de Metrología, Industriales y técnicas aceptadas y adoptadas por nuestro país. En este sentido, se visitaron 184 agentes económicos, para la verificación de balanzas, scanner, contenido neto de productos preempacados y estaciones de combustible, levantándose, entre noviembre 2011 y diciembre 2012, 78 actas con faltas a los Reglamentos Técnicos de esta índole.

También, con las Verificaciones de Veracidad de la Publicidad, se vela por la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores y consumidores, protegiéndolos de prácticas comerciales engañosas, injustas o fraudulentas. La Regional de Coclé realizó 26 verificaciones de mercado en materia de ventas especiales a diferentes agentes económicos y se levantaron 16 actas con anomalías.

En el Departamento de Conciliación y Decisión de Quejas de la Regional de Coclé ha tenido un año de mucha actividad, principalmente en el área de Atención al Consumidor, en el cual se le brinda asesoramiento y orientación a los consumidores que se presentan personalmente o consultan telefónicamente con el objeto de buscar soluciones a las quejas o denuncias que surjan con los agentes económicos, en materia de Historial de Crédito, Ley 6ta de Jubilados, infracciones a la Ley 45 y otras disposiciones legales que afectan directamente a los consumidores, logrando orientar personalmente a 367 personas y 182 personas, telefónicamente.

En el Departamento de Decisión de Quejas y Conciliación de la Regional de Coclé, en el periodo comprendido de noviembre 2011 a octubre del 2012, dio apertura a 93 procesos por presuntas infracciones a las Normas de Protección al Consumidor, por un monto total de B/.143,401.86; lográndose resolver a favor de los consumidores un monto total de B/.112,052.91.

Asistencia al Consumidor	Nov. 11	Dic. 11	Ene. 12	Feb. 12	Mar. 12	Abr. 12	May. 12	Jun. 12	Jul. 12	Ago. 12	Sep. 12	Oct. 12	TOTAL
Orientaciones Personales	53	25	32	26	34	26	28	24	26	20	32	41	367
Orientaciones Telefónicas	18	16	10	14	18	8	10	12	24	14	18	20	182

3. Regional de Colón

La Regional de Colón continuó con su ardua labor dirigida a informar a los consumidores sobre sus deberes y derechos, es por eso que encaminó sus esfuerzos al desarrollo de jornadas, charlas y divulgación de información, a través de medios radiales. Se ofrecieron 99 capacitaciones, se atendieron 68 consultas educativas, ambas que beneficiaron a una población de 2,529 personas. Varias de estas jornadas fueron dirigidas a escuelas y agrupaciones de jubilados, pensionados y personas de la tercera edad, a quienes entregamos el documento de orientación que explica los descuentos y los beneficios a que tienen derecho, de acuerdo a la Ley 6 de 1987 y sus modificaciones.



Todas estas jornadas educativas tienen como principal objetivo, que el consumidor defienda sus derechos, lo cual se corrobora con las denuncias y quejas en contra de los agentes económicos que a diario presentan ante la Regional.

También en el área educativa, con el programa ACODECO Tour, la Regional de Colón de forma práctica, instruyó a una población de 300 personas, entre personal docente y a estudiantes de escuelas particulares y oficiales, sobre las actividades de campo que realizamos y del desarrollo de las funciones administrativas.

Funcionarios de la Regional de Colón, participaron en la celebración del Día del Niño y de la Niña y en la jornada responsabilidad social de limpieza de un parque, en conjunto con la Academia Santa María, donde se distribuyeron materiales informativos y promocionales, que estaban enmarcados con recomendaciones a los pequeños consumidores, para incentivar el ahorro, a través de la figura de nuestra mascota Vigilín.

De noviembre 2011 a octubre 2012, la Regional de Colón, verificó en 2,137 visitas a agentes económicos, el cumplimiento a la Ley 45 y demás Normas de Protección al Consumidor, en los cuales se detectaron 8,731 productos vencidos y 23,506 productos sin precio a la vista. También, se llevaron a cabo 256 verificaciones de Metrología, donde se revisaron scanner, estaciones de combustible, balanzas, contenido neto de productos preempacados, tanque de gas y peso del pan.

La Regional de Colón, en materia de decisión de quejas resolvió 110 quejas favor de los consumidores, donde los motivos de quejas más relevantes fueron por incumplimiento de garantía y resolución de contrato.

4. Regional de Chiriquí

En el periodo noviembre 2011 a octubre 2012, la Regional de Chiriquí estuvo involucrada de manera directa y de forma dinámica en diversos temas que atañen a los consumidores, lo que permitió desarrollar un sinnúmero de actividades que van desde la educación al consumidor, las verificaciones de agentes económicos y el desarrollo del proyecto insignia de la Institución, ACODECO en Tu Comunidad, entre otras actividades desarrolladas.

En materia de Educación al Consumidor se logró dictar 142 capacitaciones, atender 548 consultas educativas, logrando beneficiar a una población de 5,719 consumidores. Durante el 2012, el plan de educación involucró de manera directa a escuelas primarias, secundarias y universidades tanto públicas como privadas de los distritos de David, Dolega, Renacimiento, Boquete, Bugaba, entre otros.

La Regional de Chiriquí realizó 239 participaciones en medios de comunicación radiales, escritos y televisivos a nivel nacional.

El proyecto insignia ACODECO En Tu Comunidad, continuó avanzando, tocando las puertas de los hogares chiricanos ubicados en Boquete, David, Gualaca, Río Sereno, Bugaba y Dolega, donde en algunas de las comunidades visitadas, participó el Administrador General Licdo. Pedro Meilán, entregando directamente al consumidor, información importante, sobre los deberes y derechos de acuerdo a las Normativas de Protección al Consumidor. En el desarrollo de esta actividad, durante noviembre 2011 y octubre 2012, Acodeco Chiriquí visitó 3,093 casas, 2,579 personas y distribuyó 13,944 materiales educativos, logrando captar 38 consumidores vigilantes.



El stand de ACODECO en la Feria Internacional de las Flores y del Café de Boquete del año 2012, permitió durante los diez días del evento ferial, que un total de 3,040 consumidores se acercarán a recibir asesoría, conocer sobre la Institución y llevar información y materiales promocionales Institucionales.

Se mantuvieron verificaciones de la Ley 45, Ley 6ª, Metrología y Decretos Ejecutivos en cada Distrito que componen la geografía de la Provincia de Chiriquí, realizando un total de 2110 visitas en agentes económicos, logrando decomisar y destruir 31,281 productos vencidos, 3124 productos sin fecha de vencimiento, 22810 productos sin precios a la vista y 125 verificaciones de Ley 6ª de Jubilados y Pensionados. En cuanto a las verificaciones de Metrología se lograron realizar 40 verificaciones de escáner, 46 verificaciones de materiales de construcción, 106 verificaciones de balanzas y 78 verificaciones de grasas.

En el mes de junio se realizó en el sector fronterizo de Paso Canoas, un operativo de verificación, en compañía de funcionarios de la Autoridad Nacional de Aduanas, del Ministerio de Comercio e Industrias, la Oficina de Seguridad del Cuerpo de Bomberos y del

Servicio Nacional de Fronteras, por la venta a consumidores de la República de Costa Rica, de cilindros de gas de 25 libras los cuales son subsidiados por el Estado Panameño. Esta verificación se llevó a cabo en 12 puntos de ventas de gas de 25 libras, de los cuales 5 resultaron con anomalías, estando ubicados justo en el límite fronterizo. Se logró retener 230 cilindros de gas de 25 libras marca Tropigas y Panagas por encontrarse dentro de locales que no cumplían con las medidas de seguridad del Cuerpo de Bomberos.

El Departamento de Decisión y Conciliación de Quejas logró recibir 230 quejas, de las cuales 200 se resolvieron a favor del consumidor, mismas que representan una cuantía de consumidores por B/ 239,527.89.

5. Regional de Darién

La Regional de Darién desarrolló diversas actividades, en lo que concierne al periodo noviembre 2011 hasta octubre de 2012, donde se destacó la instalación del primer módulo para el operativo de navidad en diciembre de 2011, en la vía central del Distrito de Metetí, donde se orientó tanto a consumidores como a proveedores, distribuyendo material educativo. Durante el Operativo de navidad, se realizaron verificaciones por incumplimiento a la Ley 45, dando como resultado el hallazgo de 3,889 productos sin precio a la vista; 2,581 productos vencidos; 618 productos deteriorados y 2,775 productos sin fecha de vencimiento.



El Departamento de Educación de la Regional de Darién, tiene encaminado todos sus esfuerzos en el desarrollo de las actividades de orientación, capacitación e información a los consumidores darienitas, a través de jornadas educativas Interinstitucionales, educativas y con grupos organizados y particulares de la provincia de Darién. La participación en diversas jornadas educativas, permitió llegar a más consumidores, así como a agentes económicos de la provincia, orientándolos sobre sus deberes y derechos, informándoles sobre las reglamentaciones y Normas de Protección al Consumidor.



En el desarrollo del programa ACODECO En Tu Comunidad, la Regional de Darién visitó 2,868 casas de la provincia, atendiendo a una población de 1,046 personas, donde se explicaron los derechos y deberes de los consumidores y las normativas que los protegen. En esta jornada se abarcaron sectores de comunidades de Yaviza y Metetí.

En cumplimiento con las actividades de verificación, de noviembre de 2011 a octubre 2012, se encontraron 10,254 productos vencidos, 3,579 productos sin fecha de vencimiento y 8,730 productos sin precio a la vista.

6. Regional de Herrera

Con el principal compromiso de defender los derechos de los consumidores, la Oficina Regional de Herrera continuó desarrollando su dinámico trabajo en toda la geografía de esta pujante provincia.

En la ejecución de las responsabilidades, continuamos llevando adelante con éxito el cumplimiento de todas las normativas de protección al consumidor, decretos y distintos reglamentos técnicos que enmarcan nuestras tareas.

Con la afluencia de quejas, recepción y atención de denuncias, queda demostrado también que nuestro permanente trabajo educativo sigue dando sus frutos al avivar el interés y la conciencia de más y más consumidores de ésta y otras áreas.



ACODECO en tu Comunidad lleva más de tres años de estar recorriendo la provincia de Herrera alcanzando a este tiempo un 90% de la provincia visitada. Para este último periodo, hemos sumado a dicha actividad un total de 167 comunidades en diferentes corregimientos, donde se visitó 5,830 casas, beneficiándose un total de 5,542 personas. Con este mismo propósito se han desarrollado adicionalmente 5 ACODECO Tour y 38 jornadas educativas, favoreciéndose 2,777 personas. Igualmente se realizaron 111 capacitaciones beneficiándose 2,759 personas. En este aspecto mantenemos también constante participación en ferias y demás actividades de marcado efecto en la sociedad, como lo son la Feria Internacional de Azuero, Feria de Cooperativas, las distintas Campañas y Programas Interinstitucionales en los que la acción educativa permanece jugando un papel sumamente importante, como lo son los organizados por el Despacho de la Primera Dama, el Instituto de Mercadeo Agropecuario, la Procuraduría de la Administración, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Desarrollo Agropecuario. De la misma manera, nuestro evidente interés por los diversos Centros Educativos de distintos niveles de la provincia, como también por las Universidades como la Universidad de Panamá y la Universidad Tecnológica de Panamá entre otras; todas estas acciones en las que nuestra presencia y participación conllevan importantes resultados, en cuanto a los conocimientos que deben tener los consumidores para la defensa de sus derechos.

Con relación al trabajo de fiscalización en el cumplimiento de la Ley 45, Decretos Ejecutivos, Verificaciones Metrológicas, la Ley 6, entre otras normativas, podemos indicar que de noviembre de 2011 a octubre de 2012, la ACODECO Regional de Herrera, logró verificar 2,203 establecimientos comerciales, logrando retirar del mercado y destruir un total de 17,618 productos vencidos y deteriorados, 433 sin fecha de vencimiento y 6,271 sin precio a la vista.

De igual forma, en las tareas metrológicas desarrolladas (verificación de surtidores y depósitos de combustibles, productos veterinarios y agroquímicos, bloques, piedra y arena, balanzas, contenido neto de huevos y de productos preempacados, scanner, entre otras), se realizó un total de 379 actividades en este renglón de trabajo, encontrándose dentro del medio un número de 93 situaciones con anomalías.

Cabe resaltar, que de la misma manera permanece fiscalizándose el cumplimiento del Decreto de Gabinete No.10 de 18 de marzo de 2009, que norma sobre el uso y comercialización del gas licuado en cilindros de 25 libras; por lo que también se llevaron a cabo revisiones a restaurantes, hoteles, pensiones, lavanderías, bares y otros agentes económicos.

7. Regional de los Santos

De noviembre 2011 al 31 de octubre de 2012 se recibió un total de 112 consultas educativas, estas consultas, en su gran mayoría relacionadas a la Ley 45 de 2007 y su aplicación, la Ley 6 de 1987 sobre beneficios de jubilados, pensionados y de la tercera y cuarta edad, e historial de crédito. Esto demuestra que cada día, más personas conocen la institución y la labor de que se realiza en defensa de los intereses del consumidor.

Se llevaron a cabo 144 capacitaciones a consumidores de todos los Distritos de la Provincia de Los Santos, brindando orientación a un número considerable de ciudadanos sobre diferentes temas como son los deberes y derechos que tienen como consumidores, Ley 45 en general, Ley 6 y funciones de ACODECO entre otras. Además, fueron beneficiados con estos programas de capacitación, escuelas y colegios de la Provincia, Instituciones Públicas y grupos organizados de las comunidades.



En materia de educación al consumidor, funcionarios de Los Santos participaron en 151 programas radiales en diferentes emisoras de la ciudad de Las Tablas y Los Santos, esto con la intención de divulgar las diferentes actividades que desarrolla la Institución en toda la Provincia Santeña, como lo son encuestas de precios, de canasta básica y combustible, y algunas recomendaciones de compra. Estas divulgaciones también se hicieron en 12 ocasiones a través del programa de Cuida tu Bolsillo”, transmitido por SER TV Canal 11.

Se ha participado en jornadas educativas con las instalaciones de módulos en ferias, escuelas, colegios y universidades donde se les brinda atención a los consumidores en sus consultas,

quejas denuncias y además de ello se distribuye material educativo. La población total beneficiada directamente de las capacitaciones y jornadas educativas en la Provincia fue de 2,426 personas.

En jornadas de volanteos y en participación en ferias regionales, se distribuyó un total de 22,780 panfletos entre los cuales podemos mencionar: funciones de ACODECO, garantías, contratos, historial de crédito, deberes y derechos de los consumidores, consejos para el ahorro energético, compra de automóviles entre otros, buscando así mantener informada a la población.

De noviembre de 2011 a octubre de 2012, en el desarrollo de la actividad Institucional ACODECO En Tu Comunidad, se visitaron 40 Corregimientos y Barriadas de los Distritos de La Provincia de Los Santos, en donde se ha orientado a los consumidores de estas áreas y han sido excelentes los resultados, puesto que a los consumidores les ha gustado mucho que se les lleve hasta sus hogares este tipo de información, logrando así la inscripción de 3 personas como consumidores vigilantes.



Se han llevado cabo 8 ACODECO Tours en la Regional de Los Santos, en donde participan consumidores vigilantes inscritos, funcionarios de diferentes Instituciones del Distrito de Las Tablas y estudiantes de escuelas y Colegios Públicos y Privados logrando tener una participación muy amena tanto de los consumidores participantes con sus interrogantes, como la de todo el personal de la regional, ya que a cada uno le corresponde el turno para exponer ante los participantes las diferentes actividades que se realizan en nuestra regional.

La Regional de Los Santos ha efectuado un total de 2,597 visitas a los diferentes agentes económicos de la Provincia, entre los cuales se encuentran abarroterías, supermercados, mini súper, kioscos, farmacias.

Se visitaron además, otros establecimientos comerciales, tales como restaurantes, almacenes, mueblerías, casas de auto repuestos, electrónicas, etc. La totalidad de productos con anomalías es de 9,912, de los cuales 3,018 estaban sin precio a la vista; 4,303 productos vencidos y 11 no tenían fecha de vencimiento; 8 con fecha no clara y 45 mercancía deteriorada.



Con relación a las verificaciones de Ley 6 de 1987 y sus modificaciones relacionada a los descuentos a los cuales tienen derecho los jubilados y pensionados, se realizaron 189 verificaciones en la Provincia, de estas verificaciones, 177 agentes económicos resultaron sin anomalías y sólo 12 agentes económicos resultaron con anomalías. También se llevó a cabo verificaciones en los diferentes restaurantes, hoteles de la Provincia para corroborar el cumplimiento del Decreto de Gabinete que establece el uso del tanque de gas de 25 libras, solo para uso doméstico.

La ACODECO cumpliendo con su principal misión de velar por el bienestar de los consumidores, desarrolla una serie de actividades entre las que podemos mencionar: verificación de estaciones de combustible, balanzas, cilindros de gas, aceites y grasas reutilizables.



Durante este periodo se verificaron un total de 9 estaciones de combustibles; 20 surtidores de combustibles y 18 tanques de combustible, resultando 1 con anomalía y el resto con resultado satisfactorio.

En ACODECO se programan y realizan encuestas periódicas de mercado: como productos de la Canasta Básica, Combustible entre otros bienes y servicios, a fin de mantener bien informados a los consumidores. Conjuntamente con otras instituciones del Estado, ACODECO Los Santos participó en inventarios físicos de productos agropecuarios para garantizar el debido abastecimiento. Se realizaron 118 encuestas y monitoreos de precios. En el área de Asistencia al Consumidor y Conciliación, la regional de Los Santos, atendió 246 consultas de consumidores que se presentaron y se comunicaron a nuestras oficinas, en busca de una solución o bien asesoramiento para conflictos no resueltos con agentes económicos.

Otros consumidores se presentaron para interponer quejas formales por afectaciones a su persona, se han registrado 44 quejas por un monto de B/.15,261.09 de los cuales se ha logrado resolver a favor del consumidor 33 quejas por un monto de B/. 12,036.55.

8. Regional de Panamá Este

La Regional Panamá Este, ha reforzado la labor e imagen institucional de la ACODECO, al cubrir la jurisdicción de esta área de la ciudad de Panamá.

Las actividades realizadas durante el período comprendido entre Noviembre 2011 y Octubre 2012, han presentado un incremento significativo en la labor que se realiza en beneficio de los consumidores panameños, entre las que podemos resaltar las quejas recibidas con afectación al consumidor las cuales suman 294 en el área de Decisión de Quejas, Conciliación, Historial de Crédito y Jubilados, que representan un monto total de B/.563,004.04

En el área de verificación, ha sido constante la labor de verificación del cumplimiento de las normas de protección al consumidor por parte de los agentes económicos encontrándose 11,901 productos vencidos; 7,107 productos sin fecha de vencimiento; 31,418 Productos sin Precio a la Vista y 4,573 Productos Deteriorados. Dentro de estas



verificaciones, se incluyen la atención de 279 denuncias interpuestas por parte de los consumidores.

En el área de Educación, cabe resaltar que se cumplió con las metas propuestas para el logro de los objetivos, principalmente la de orientar al consumidor, de todas las áreas de la región este del distrito de Panamá.

En este afán, se desarrollaron 129 jornadas educativas realizadas en lugares estratégicos con el objetivo de captar a los consumidores en áreas como Centros de Salud, Centros Comerciales, entre otros. La realización de 50 capacitaciones, beneficiaron a consumidores como, funcionarios de entidades públicas y privadas, colegios públicos y privados, consumidores y residentes de comunidades, aldeas, organizaciones activas, entre otros.

El programa de ACODECO Tour, le brinda la oportunidad a los consumidores de conocer el funcionamiento de las diferentes áreas de nuestra institución, entre los que podemos mencionar que han participado: el personal del Centro de Salud de Mañanitas, Profesores del Primer Ciclo Gumercinda Páez, Personal del Centro de Salud, entre otros.

En cumplimiento al Programa ACODECO en Tu Comunidad, se concretó satisfactoriamente la visita a diferentes comunidades y barriadas del área este de Panamá, llevando en mensaje institucional y brindando la información y servicio de la labor que se lleva a cabo en beneficio de los consumidores, la cual ha sido acogida por los moradores, quienes muchos de ellos se convierten en Consumidores Vigilantes. Con el desarrollo de esta actividad, se ha logrado visitar 2,501 casas, atendiendo a 2,790 consumidores.



9. Regional de Panamá Oeste



De noviembre 2011 al octubre 2012, la regional de Panamá Oeste participó en 105 actividades entre Jornadas educativas y Capacitaciones, entre las más relevantes están la Feria Internacional de La Chorrera, Día Mundial de los Derechos del Consumidor, Feria del Día del Niño y la Niña, capacitaciones a adultos mayores, en el marco del Programa 100 a los 70 del Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), capacitaciones a estudiantes graduandos así como también a agentes económicos dedicados a la distribución y venta de agroquímicos. Estas últimas, se han trabajado arduamente con el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), considerando que la regional de Panamá Oeste, forma parte de la Comisión Técnica de Plaguicidas de Panamá Oeste (COTEPA).

La Regional también ha participado activamente en feria y actividades interinstitucionales como lo son las Jumbo Ferias. El total de personas beneficiadas por los programas educativos es de 3,238 a quienes se le distribuyó 13,791 materiales educativos.

La divulgación de los diferentes ejes temáticos de la Educación al Consumidor y de las actividades relevantes de la regional, se han llevado al consumidor a través de los medios de comunicación con participaciones en 56 programas radiales de emisoras locales, que llegan a consumidores de los distritos de Arraiján, La Chorrera, Capira, Chame y San Carlos.

En cuanto al Programa ACODECO en tu Comunidad, se han visitado 1,565 hogares de distintas urbanizaciones y comunidades del sector oeste.

En este periodo, se han receptado 180 quejas por incumpliendo a la Ley 45, ley 6 de 1987 y sus modificaciones, y de la Ley 24 de 2002. En el mismo orden, se han recibido 140 denuncias por las leyes 45 y ley 6, lo cual nos llevó a visitar 264 agentes económicos.



10. Regional de Veraguas

En el periodo comprendido entre noviembre de 2011 y octubre de 2012, dentro del campo de acción de la Regional de Veraguas, visitó a 1,581 agentes económicos donde resultaron 602 actas con anomalías por incumplimiento a la ley 45 y ley 6, con lo cual se retiró del mercado 38,765 productos que se encontraban vencidos y sin fecha de vencimiento. Igualmente se encontraron 18,970 productos con falta de precio a la vista.

También se realizaron 181 verificaciones por la Ley 6 de jubilados, pensionados y las personas de la tercera y cuarta edad.

El programa de capacitaciones y jornadas educativas que tiene la Regional para los consumidores y agentes económicos sumó un total de 145 actividades, donde se beneficiaron a 7,602 personas, actividades que van encaminadas a mejorar el comportamiento de los consumidores y agentes económicos.

El incremento en la recepción de quejas en la Regional de Veraguas, las cuales sumaron 123, ha permitido que a través de nuestros servicios, hayamos podido solucionar problemas que se le presentan a los consumidores veragüenses con los agentes económicos, logrando la devolución de bienes y dinero por un monto de B/. 266,457.53



C. UNIDAD DE ACODECO EN TU COMUNIDAD

Este es un programa dinámico e innovador que se desarrolla en todo el país desde el año 2009, donde se visita casa por casa llevando a los consumidores información de interés como por ejemplo, la encuesta de precios, los deberes y derechos y cuáles son las funciones de ACODECO.

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

De esta manera se reitera el compromiso de seguir protegiendo a los consumidores frente a las inequidades y desequilibrios del mercado, pero más importante aún la creación del vínculo con ellos para que denuncien de inmediato las irregularidades.

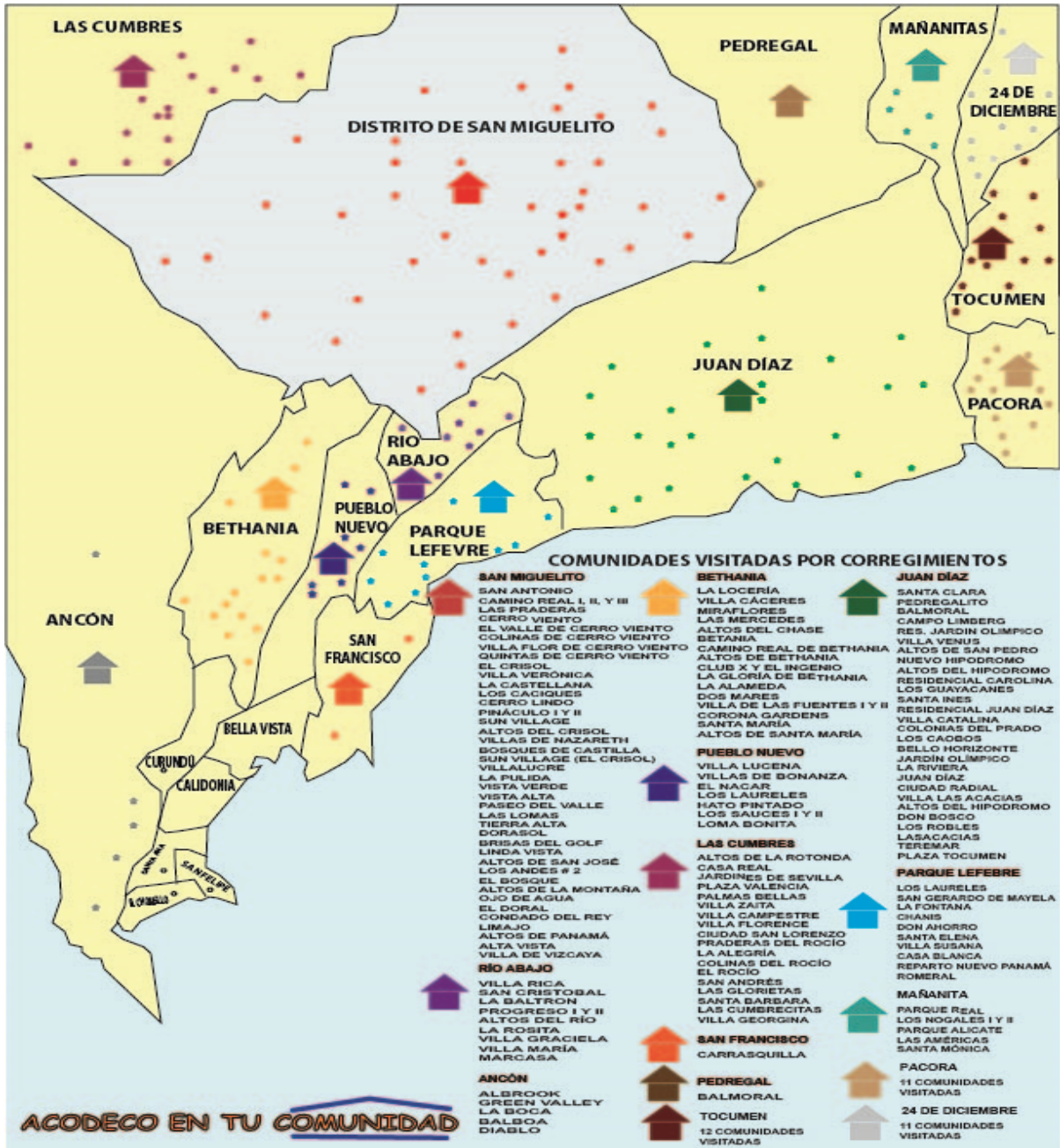
Los invitamos a sumarse a este movimiento, que impulsa la ACODECO y que contribuye a mejorar nuestras actitudes como consumidores. Ese es el objetivo de nuestra labor en función de lograr que como consumidores ejerzamos nuestra fuerza en el mercado, para hacerlo más justo, transparente y solidario. ACODECO En Tu Comunidad es uno de los esfuerzos más valiosos con miras a lograr un mercado competitivo en donde los consumidores sean plenamente beneficiados.

Hasta la fecha se han visitado más de 142,000 residencias en todo el país, lo que nos permite señalar que con esta iniciativa hemos logrado captar todo tipo de quejas de consumo y la generación de interesantes aportes de los consumidores hacia el perfeccionamiento de nuestra labor como entidad del Estado.



Este programa también se realiza paralelamente en las diferentes provincias, como lo son Bocas del Toro, Coclé, Colón, Chiriquí, Darién, Herrera, Los Santos, Panamá Este, Panamá Oeste y Veraguas, en todas pudimos recopilar la información.

Mapa de las Comunidades Visitadas por Corregimientos



II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

1. PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS

INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE POSIBLE PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA ABSOLUTA POR PARTE DE AGENTES ECONÓMICOS EN LA LICITACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO DE ESTUDIOS, DISEÑOS, PLANOS, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CONTRUCCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y EL INTERCAMBIADOR DEL ACCESO ESTE DEL PUENTE CENTENARIO DEL ÁREA DEL ANTIGUO CAMPO DE ANTENAS DE CHIVO CHIVO, CORREGIMIENTO DE ANCÓN, DISTRITO Y PROVINCIA DE PANAMÁ (Expediente: PM-002-12).

A través de noticia publicada en el diario La Prensa, el 20 de enero de 2012, llegó al conocimiento de la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), mediante la cual se informa que las empresas participantes del acto público de Licitación Abreviada por Mejor Valor No. 2011-0-16-0-08-AV-003206, para la “*Contratación del Servicio para el Desarrollo de Estudios, Diseños, Planos, Especificaciones Técnicas y Construcción de la Infraestructura Básica Denominado Acceso para Ciudad Hospitalaria*”, hicieron ofertas económicas muy parecidas, de los (4) proponentes, (3) presentaron propuestas con precios muy parecidos, siendo (2) iguales y una que se diferencia por un precio de (3,600) por encima de las propuestas que poseen precios iguales.

En tanto tenemos que entre los agentes económicos que participaron del acto de contratación pública convocado por la Unidad Administrativa de Bienes Revertidos del Ministerio de Economía y Finanzas fueron: Consultores Profesionales de Ingeniería, S.A., MCM Global, FCC Construcción, S.A. y Ortiz Construcciones y Proyectos, S.A.

De acuerdo a la investigación en el pliego de cargos presentado en la Licitación Abreviada por Mejor Valor para Servicios para el desarrollo de estudios, diseños, planos, especificaciones técnicas y construcción de la infraestructura básica y el intercambiador del acceso este del Puente Centenario, del área del Antiguo Campo de Antenas de Chivo Chivo se estableció por parte del Estado el precio de referencia, así como márgenes máximos que determinan las condiciones especiales para considerar si la propuesta es onerosa o riesgosa, o sea, quince por ciento (15%) por encima del precio de referencia sería considerada onerosa y si su oferta es diez por ciento (10%) por debajo del precio de referencia sería considerada riesgosa.

La licitación en investigación refleja que 3 de 4 proponentes presentaron precios muy similares (B/.32.400,000), tomaron el precio de referencia que equivale a B/.36,000.000 y le restaron un 10% (límite para no ser considerada una propuesta riesgosa), es decir B/.3,600.000 menos que el precio referencia. Esta acción de los proponentes es sin lugar a dudas, para sacar el máximo de la puntuación en cuanto al elemento precio en esta licitación por mejor valor.

Por no encontrarse indicios de una posible concertación de precios en la licitación, se recomendó la no apertura de la investigación administrativa por presuntas prácticas monopolísticas absolutas contra los agentes económicos proponentes en esta licitación abreviada por mejor valor y en consecuencia archivar el informe preliminar.

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE POSIBLE PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA EN LA DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE UNIFORMES ESCOLARES EN LOS ALMACENES DEL DISTRITO DE PANAMÁ. (Expediente. PM-003-12).

El 31 de enero de 2012 el Departamento de Investigación de Precios y Verificación de la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), realizó una encuesta de precios de venta de uniformes y útiles escolares en la Ciudad de Panamá, en la que se observa específicamente en los uniformes escolares, que diferentes agentes económicos tienen precios idénticos, en distintas marcas del mercado, en faldas, camisas y pantalones escolares. Estos elementos, entre otros, fueron analizados para determinar la existencia o no de una práctica monopolística que va en detrimento de nuestro ordenamiento jurídico vigente.

En vista de lo anterior, se procede a realizar una investigación preliminar, con miras a determinar si las empresas investigadas han realizado algún tipo de acto, combinación, arreglo, convenio o contrato que pudiesen afectar de algún modo u otro la libre competencia y competencia económica fuera de los parámetros normados en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

Las establecimientos comerciales y sociedades investigadas son: El Costo, El Titán, Super Centro El Fuerte, Madison Store, El Machetazo, La Onda, Almacén La Oca Loca, El Chance, El Campeón, Sara y, Tejidos y Confecciones, S.A., Prestige Fusión, S.A., Mágica Trading, S.A., Euro Moda International Corp. y Crencha Cotinga.

En encuesta realizada por el Departamento de Información de Precios y Verificación, ACODECO, se recogió la información de los uniformes escolares que se describen a continuación:

1. Correspondiente a la segunda semana de enero de 2012, específicamente sobre algunas marcas de camisas escolares manga corta, en la cual aparecen 23 marcas de camisas escolares con precios que van desde B/.2.49 a B/.6.99 incluyen marcas como Brest Wall, Darwin, Farell, Dures, Daniel Escolar, Ovil, entre otras con tallas desde la más pequeña de 4 al 16 hasta S – XL, las más grandes.
2. Correspondiente a la segunda semana de enero de 2012, específicamente sobre algunas marcas de faldas escolares, en la cual aparecen 17 marcas distintas de faldas ofrecidas por los distintos almacenes en la ciudad de Panamá, tanto para primaria como para secundaria y como se puede apreciar los precios también se presentan según la marca, la calidad y las tallas. Los precios varían dependiendo de la talla 04 al 16 el precio esta entre B/.3.99 a B/.7.95 con marcas como Brest Wall, Dures, Ovil, Jimio Jack, para primaria.

Para la secundaria sucede exactamente lo mismo, los almacenes ofrecen sus propias marcas y los precios oscilan dependiendo de la talla y la marca y se consiguen en precios que van desde B/. 4.99 a B/.9.95.

3. Correspondiente a la segunda semana de enero de 2012, específicamente sobre algunas marcas de pantalones largos escolares, en la cual la situación es bastante similar existen 10 almacenes que ofrecen 22 marcas de pantalones con diferentes tallas desde la más pequeña 04 – 18 a la más grande 29 – 40, los precios según las marcas se encuentran desde la más económica Imagen School en la talla chica a B/.3.99, le sigue Ronaldo a B/.4.99, Darwin a B/.5.99, Durex a B/.6.99 y así sucesivamente para las tallas grandes de 28 – 36, esta Darwin y Firelli a B/.6.99 y en las talla 28 – 40 vemos que hay diferentes precios como B/.6.99, B/.7.99 y B/.9.99 en marcas como Firelli, Britannia, Govil, respectivamente.

Después de analizado el caso se puede resaltar que para el 2010 y el 2011 el comportamiento de la oferta de los uniformes escolares es prácticamente similar en cuanto a las marcas existentes, los almacenes que las ofrecen e inclusive en los precios de venta.

Se concluyó que no son tantas empresas independientes sino varios grupos económicos que manejan varios almacenes, los almacenes que venden los uniformes escolares. Además dada la costumbre de precios en Panamá terminados en .95 ó .99 (centavos), no se puede esperar muchos precios diferentes en ese mercado dado que se trata de productos bastante homogéneos.

Por tales motivos, se recomendó no abrir la investigación administrativa, en vista de que se considera que en estos momentos no se está ante una práctica monopolística entre los agentes económicos investigados.

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE POSIBLE RESTRICCIÓN A LA LIBRE COMPETENCIA EN EL MERCADO DE TELECOMUNICACIONES (PORTABILIDAD NUMÉRICA) (Expediente: PM-004-12).

Al conocimiento de la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), mediante información recibida de un usuario, luego de que acudiera a la institución a informar que tiene 11 años de ser cliente de Cable & Wireless Panamá, S.A. (+Móvil) y que al querer cambiar de proveedor de telefonía celular, en vista de que la señal de dicha empresa es defectuosa por el área donde reside y que normalmente utiliza el servicio, y al tener conocimiento de la facilidad que tiene el usuario ahora de la portabilidad numérica, inició trámites de portación hacia el operador Movistar.

La portación hacia el operador Movistar no se perfeccionó, en primer lugar, por un tema de firmas, siendo que el operador donante (+Móvil) no validó la firma de la solicitud y negó la portación del solicitante y, posteriormente, por un tema en las condiciones de contratación que le ofrecía el operador receptor (Movistar), en las cuales le condicionaba a tomar un contrato de data por “x” tiempo para una vez transcurrido ese tiempo, poder liberarlo para que utilizara el número en prepago, esta condición no fue aceptada por el señor Bolívar, ya que

consideraba que era una situación muy parecida a la que tenía con +Móvil y el no deseaba continuar con lo mismo.

Al final el usuario no llegó a portarse y el operador +Móvil le ofreció traspasar su contrato, que mantenía con ellos a un plan de voz, con la condición que firmara un documento en el cual renunciaba a poder utilizar su número telefónico de manera definitiva e irrevocable en sistema prepago.

El usuario acudió el día 20 de enero del presente año a la ASEP a la sección de Orientación y en la misma se le brindó información sobre el servicio de portabilidad numérica, en vista que en dos ocasiones no se ha podido concretar el cambio de proveedor y se le entregó folleto en el que se habla de la Ley N° 70, para volver a realizar la solicitud.

El usuario aportó al expediente administrativo sus pruebas (Contrato de Servicio Celular Individual N° DOR-08/07/2011- VCR363860 de 7 de agosto de 2011, con detalles del equipo propio, marca Nokia, Modelo E63, N° celular 66862824, detalles del contrato Plan de Voz, entre otros).

Posteriormente el día 11 de abril de 2012, aportó copia de dos facturas de cobro de servicio de telefonía móvil del año 2011, y dos facturas de cobro de servicio de telefonía móvil del año 2012, copia de Nota de Cambio de Circunstancia de Cable & Wireless con fecha de 3 de febrero de 2012, y original del recibido de formal querrela en contra de Cable & Wireless, presentada ante la ASEP el día 11 de abril de 2012.

En vista de lo anterior, se procedió a realizar el informe preliminar, con miras a analizar si (+Móvil) al igual que Movistar pudieran estar realizando actos que irracionalmente dañen o impidan el proceso de libre competencia económica y la libre concurrencia en el suministro o comercialización de bienes y servicios, que pudiesen afectar de algún modo u otro al consumidor mediante prácticas violatorias de la Ley N° 45 de 31 de octubre de 2007. Se continúa con la investigación.

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE POSIBLE PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA ABSOLUTA EN LA IMPOSICIÓN DE PRECIOS DE LAVADO Y PLANCHADO EN LOS SECTORES DE VILLA LUCRE. (Expediente: PM-005-12).

El 23 de Febrero de 2012, el Departamento de Asistencia al Consumidor y Conciliación recibió una denuncia vía telefónica, de una usuaria, en la cual informó que las lavanderías del área de Villa Lucre, ubicadas específicamente por la Metro y por el supermercado El Rey, tienen los mismos precios y letreros.

La Dirección Nacional de Libre Competencia realizó una visita de campo con respecto a la denuncia presentada sobre el acuerdo de precios actualmente establecidos en los servicios de lavado y planchado en el sector de Villa Lucre y alrededores. Estos elementos, entre otros, serán analizados para determinar si hay elementos que permitan presumir la existencia de una práctica monopolística absoluta que va en detrimento de nuestro ordenamiento jurídico vigente.

En vista de lo anterior, se procedió a abrir la investigación preliminar, con miras a determinar si las empresas investigadas en este proceso preliminar han realizado algún tipo de acto, combinación, arreglo, convenio o contrato que pudiesen afectar de algún modo u otro la libre concurrencia y competencia económica fuera de los parámetros normados en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 (Ley 45).

En recorrido por el área se determinó que los agentes económicos sujetos a investigación serían Lavandería y Lavamático Yeni y Lavandería y Sastrería King.

Luego de realizar diligencia exhibitoria, se encontró que la Lavandería y Lavamático Yeni ubicada al lado de la Farmacia Metro, y la Lavandería y Sastrería King ubicada al lado del Supermercado El Rey, mantienen los mismos precios en los servicios de lavado y planchado, ya que para anunciar los mismos utilizan un rótulo idéntico.

Se continúa con la investigación.

INFORME FINAL SOBRE POSIBLE PRÁCTICA MONOPOLÍSTICA EN LA LICITACIÓN ABREVIADA POR PRECIO N° 2011-2-78-0-08-LA-002144 CELEBRADA POR LA EMPRESA DE TRANSMISIÓN ELÉCTRICA, S.A. (ETESA) SOBRE OBRAS CIVILES, SUMINISTRO, MONTAJE, PRUEBAS Y PUESTA EN SERVICIO DE EQUIPOS ELECTROMECAÑICOS Y ESTRUCTURAS PARA COMPLEMENTAR LA ADICIÓN DE AUTOTRANSFORMADOR T4 DE LA SUBESTACIÓN PANAMÁ 230/115 KV. (Expediente: PM- 06-12).

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) recibe de Arrocha & Co. Nota fechada 10 de abril de 2012, en la cual remiten, para los efectos que la ACODECO determine la existencia o no de una conducta restrictiva de la competencia dentro de un acto de licitación; copia de la Resolución N° EF-085-2012 de 29 de febrero de 2012, proferida por la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP) dentro de la Acción de Reclamo presentada por el Consorcio /UTE Conelsa Vimac, en contra de la Licitación Abreviada por Precio N° 2011-2-78-0-08-LA-002144, celebrada por ETESA, en la cual se señala que “los temas de prácticas monopolísticas y libre competencia, no son regulados a través de la Ley 22 de 2006, sino mediante la ley especial de las normativas que regula la Ley 45 de 2007, relativa a la Protección del Consumidor”.

Se practicó diligencia exhibitoria en la empresa SIEMENS, S. A. que tenía como propósito verificar la existencia de información que reflejase el comportamiento de la empresa Siemens, S.A. en relación a actos de licitaciones públicas, por mejor valor de la sociedad, u obstaculizando la participación de algunas empresas en dichas licitaciones, y en relación a las licitaciones abreviadas por precio N° 2011-2-78-0-08-LP-001732 y N° 2011-2-78-0-08-LA-002144, celebrada por ETESA, con el resto de la sociedades que presentaron sus propuestas para tales licitaciones. No se observó dentro de la documentación recopilada y las aportadas por Siemens, pruebas que nos lleven a la convicción de que la empresa Siemens, S. A., hubiese cometido una práctica monopolística absoluta ni relativa contraria a la ley N° 45 de 2007. Por lo anterior, se recomendó el cierre de la investigación administrativa.

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR SOBRE LA PRESUNTA COMISIÓN DE PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS EN LA VENTA DE POLLO ENTERO Y SUS PARTES A MINORITAS DEL MERCADO PÚBLICO DE PENONOMÉ.

A raíz de la noticia publicada en un diario de circulación nacional en el cual se señalaba quejas por parte de los consumidores y vendedores del Mercado Público del área de Penonomé, por el aumento del precio del pollo y la supuesta monopolización para el alza de esta carne por parte de las plantas avícolas; se resolvió mediante Resolución Administrativa iniciar de oficio investigación por la presunta comisión de Prácticas Monopolísticas Absolutas al tenor de lo dispuesto en los numerales 1 y 2 del artículo 13 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, contra las empresas Procesadora Mónica, S.A. y Avícola Campeón, S.A., para llevar a cabo todas las gestiones administrativas requeridas a fin de obtener de las investigadas y los posibles afectados toda documentación e información necesaria para determinar la comisión o no de la práctica investigada consistente en la fijación del precio de venta de pollo entero y sus partes a minoristas del Mercado Público y Mini Súper de Penonomé.

Se solicitó autorización judicial para la práctica de diligencia probatorias con el objetivo de recabar documentos, tomar testimonios y obtener las pruebas necesarias para determinar la comisión de la conducta, conforme lo dispuesto por los numerales 1 y 2 del artículo 13 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

Mediante el Auto No. 999 del 11 de noviembre de 2011 emitido por el Juzgado Octavo de Circuito Civil, del Primer Circuito Judicial de Panamá, se autorizó a la ACODECO llevar a cabo la realización de diligencias probatorias.

Evacuadas las diligencias de aseguramiento de pruebas dentro de la presente investigación administrativa contra PROCESADORA MÓNICA, S.A. y AVÍCOLA CAMPEÓN, S.A. la Dirección Nacional de Libre Competencia resolvió ordenar el cierre de la investigación, al concluir que el caudal probatorio no era lo suficiente para acreditar la comisión de las prácticas monopolísticas absolutas que originalmente se estimaban existían y atribuían a las empresas investigadas, con motivo de la supuesta fijación de precios de venta, así como la obligación de producir, procesar o distribuir un volumen limitado de pollo entero y sus partes a minoristas del Mercado Público y Mini Súper de Penonomé.

INVESTIGACIÓN CONTRA MEDIO IMPRESO (Boicot) Se efectuó investigación por presunto boicot a medio impreso o sabotaje en la compra, para su posterior reventa a clientes, del diario El Siglo en algunas abarroterías y tiendas administradas por comerciantes asiáticos, como posible represalia por publicaciones aparecidas en dicho diario sobre algunas conductas comerciales criticables por parte de algunos miembros origen asiático.

En ese sentido se emitió comunicado anónimo en un diario asiático, el que fue debidamente traducido por persona idónea al español, y el que en uno de sus párrafos manifestaba: “HAGO UN LLAMADO A TODOS LOS CHINOS CON NEGOCIOS QUE VENDEN PERIÓDICOS EN IDIOMA ESPAÑOL, PARA QUE DEJE DE VENDER EL PERIÓDICO EL SIGLO”.

El hecho de existir un comunicado que haga un llamado a la comunidad asiática para la no compra del diario El Siglo, y la venta en sus establecimientos, podría tipificarse como una conducta transgresora de la libre competencia, práctica monopolística relativa ilícita, de conformidad con el artículo 16 de la Ley 45 de 2007, en donde claramente se incita o invita a los agentes económicos asiáticos para ejercer presión contra un proveedor (diario el siglo). Ahora bien, al no poder identificarse la autoría del comunicado, no hay un agente económico al que se le pueda atribuir dicha conducta, por lo que el caso fue cerrado en el presente año.

INVESTIGACIÓN CONTRA AGENTES ECONÓMICOS PROVEEDORES DE MAÍZ PILADO.

Se adelanta investigación de oficio en contra de los agentes económicos proveedores del maíz pilado, ya que durante el año 2011 fue un hecho público, difundido a través de los diversos medios de comunicación, tanto escritos como televisivos, el aumento del precio del quintal de maíz, ya sea en grano o pilado a nivel nacional, lo que trajo consigo el descontento de aquellos agentes económicos que se dedican a la elaboración y comercialización de tortillas, empanadas y productos derivados del maíz en el país, por lo que se inicia la investigación para evaluar si lo anterior corresponde a una posible práctica monopolística absoluta en la comercialización de este producto, en la que agentes económicos competidores que pilan el maíz, se hayan podido poner de acuerdo para aumentar los precios de venta.

Para tal efecto, se realizó diligencia exhibitoria a cuatro (4) empresas piladoras de maíz, ubicadas en las Provincias de Chiriquí, Herrera y en la región de Panamá Este, a efectos de verificar los precios de venta del quintal de maíz pilado; empresas que por razones de la investigación que se adelanta no mencionamos sus nombres. Este caso se mantiene bajo investigación administrativa.

INVESTIGACIÓN COPA CLARO.

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

CASO CONTRA ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE GANADO LECHERO DE PANAMÁ (APROGALPA).

El día 15 de mayo de 2012 bajo el número PM-007-12 la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) inicia de oficio una investigación preliminar contra la Asociación Nacional de Productores de Ganado Lechero de Panamá (APROGALPA), en relación con supuesta práctica monopolística absoluta violatoria de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007 (Ley 45), artículo 13, numeral 1, a razón de que la APROGALPA podía estar facilitando el intercambio de información entre sus agremiados para fijar o acordar precios de venta de la leche cruda.

Mediante Resolución No. DNLC-OGC-009-12 de 21 de mayo de 2012, se resolvió iniciar investigación administrativa contra la Asociación Nacional de Productores de Ganado Lechero de Panamá, por la posible comisión de prácticas monopolísticas absolutas, específicamente aquella tipificada y sancionada por el numeral 1 del artículo 13 de la Ley 45.

ACODECO, basándose en los elementos que constan en el expediente, solicitó autorización judicial para la práctica de pruebas dentro de la investigación administrativa por práctica monopolísticas absolutas restrictiva de la libre competencia económica, conforme lo dispuesto en el numerales 1 del artículo 13 de la Ley 45, consistente en el intercambio de comunicación e información con el objeto o efecto de fijar, manipular, concertar, acordar o imponer los precios de venta de la leche. Esta diligencia fue autorizada mediante Auto No. 681 de 22 de junio de 2012, expedido por el Juzgado Quinto de Circuito de Chiriquí.

En función de los elementos probatorios que se recolectaron en la práctica de la autorización judicial y los que reposan en el expediente principal, se pudo concluir que la documentación no indica que la APROGALPA esté facilitando el intercambio de información de sus agremiados con el objeto de imponer los precios de venta o compra de la leche, sino que sirve de apoyo para el proceso de negociación de precios que adelantan los productores de leche cruda con sus principales clientes (procesadores lácteos). Por lo tanto, mediante Resolución de Cierre No. DNLC-OGC-012-12, el Director Nacional de Libre Competencia ordena el cierre de la investigación administrativa por la presunta comisión de práctica monopolística absoluta seguida contra APROGALPA.

CASO CONTRA ASOCIACIÓN NACIONAL DE PORCINOCULTORES DE PANAMÁ (ANAPOR).

La Dirección Nacional de Libre Competencia mantenía investigación iniciada de oficio en relación con posible práctica monopolística absoluta en la venta al por mayor de cerdo en canal entero, por razón de noticia aparecida en los medios, y se recomendó la práctica de aseguramiento de pruebas a fin de auscultar la información y documentación que pudiese reposar en las oficinas de la Asociación Nacional de Porcinocultores de Panamá (ANAPOR).

La ACODECO, basándose en los elementos que constan en el expediente, solicitó autorización judicial para asegurar pruebas con la finalidad de acreditar la existencia de una práctica monopolística absoluta, y conforme lo dispuesto por el numeral 1 del artículo 13 de la Ley 45, por anunciar ante un medio escrito de comunicación el agente económico investigado Asociación Nacional de Porcinocultores un posible aumento del precio de la libra de cerdo en canal (entero) lo que reflejaría presuntamente un acuerdo para fijar los precios de venta de puerco entero a los minoristas a nivel nacional (violación del numeral 1, art. 13, Ley 45). Esta diligencia fue autorizada mediante Auto No. 78 del 20 de enero de dos mil doce (2012), expedido por el Juez Noveno Suplente de Circuito de lo Civil del Primer Circuito Judicial de la Provincia de Panamá. Actualmente se está analizando la información recabada de la diligencia.

CASO CONTRA ASEGURADORA PRIVADA.

El 18 de junio de 2012 la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia recibió denuncia sobre una posible práctica monopolística relativa por parte de una aseguradora privada contra médicos que no pertenecen a su red médica. La Dirección Nacional de Libre Competencia procedió a investigar a la aseguradora privada para determinar si existía una práctica monopolística relativa y no se encontraron elementos sustanciales. Mediante informe PM-008-12 de 6 de septiembre de 2012 se recomendó el cierre y archivo de la investigación.

1.2 CONCENTRACIONES ECONÓMICAS.

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA ENTRE PALIC Y ALICO.

Mediante memorial presentado el 21 de febrero de 2012 los agentes económicos Pan-American Life Insurance de Panamá, S.A. (PALIC) y American Life Insurance Company (ALICO), a través de sus respectivos apoderados legales notificaron y sometieron a verificación previa, para obtener concepto por parte de la ACODECO, sobre la concentración económica por medio de la cual PALIC, como cesionaria, adquiere la totalidad de la cartera de seguros de ALICO, como cedente, en la República de Panamá.

Efectuadas las revisiones de los documentos y pruebas presentadas por los agentes económicos solicitantes, de conformidad con los artículos 21 del Decreto Ejecutivo 8-A y la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas, mediante Resolución Administrativa del 1º de marzo de 2012, se solicitó a los interesados una serie de documentos importantes para la emisión del concepto. A finales de marzo de 2012, y una vez presentada la documentación solicitada, la Dirección Nacional de Libre Competencia emite Resolución mediante la cual declara se ha cumplido con la entrega de los documentos solicitados, por lo que inicia el término de los sesenta (60) días calendarios para el pronunciamiento del concepto sobre la operación de concentración económica.

Por considerar que lo acordado por las partes no incurre en los efectos o situaciones previstas en el artículo 27 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, la Dirección Nacional de Libre Competencia resuelve otorgar concepto favorable a la concentración económica entre PALIC y ALICO mediante Resolución DNLC-OGC-009-12 de 25 de abril de 2012.

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA GRUPO REY-FARMACIAS METRO.

Se realizaron las investigaciones de oficio con el objeto de analizar la operación de concentración económica entre el Grupo Rey y las Farmacias Metro, operación por medio de la cual, Grupo Rey compra 29 locales de las cadenas de Farmacias Metro y Econo-Farmacias a través de la adquisición total de la acciones.

Efectuadas las gestiones de investigación preliminar de la presente concentración, de conformidad con los artículos 21 del Decreto Ejecutivo 8-A y la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas, se recomendó la no apertura de la investigación sobre la concentración económica entre Grupo Rey y Grupo Metro, por considerarse que dicha

operación no afecta las condiciones de competencia en la distribución minorista de medicamentos dentro del territorio nacional.

CONCENTRACIÓN ECONÓMICA EN EXCEL AUTOMOTRIZ, S.A. y PANAMOTOR, S.A.

El día 15 de diciembre de 2011 la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) se informa mediante nota remitida a la Bolsa de Valores de Panamá por el grupo económico Financiera Automotriz, S.A. (FASA), acerca de un acuerdo para la adquisición de la totalidad de las acciones de Panameña de Motores, S.A. (PANAMOTOR), por parte de la empresa EXCEL AUTOMOTRIZ, S.A.

Para el 17 de diciembre de 2011 se publica en el diario la Estrella de Panamá el titular “Excel Automotriz compra Panamotor”, indicando que el monto de la transacción se desconoce, y que el cambio de FASA a Excel es únicamente en la administración de Panamotor, por lo que la operación no tendría variaciones que pudieran afectar a los clientes.

El mercado de distribuidores de autos nuevos en Panamá está compuesto por 37 agencias que a su vez representan un total de 52 marcas de autos.

Las empresas que se concentran, Panamotor y Excel Automotriz, no poseen poder de mercado, es decir, que el consumidor puede elegir entre el resto de las agencias distribuidoras al momento de comprar un auto nuevo.

El resultado de los índices practicados a este mercado refleja que el poder de mercado de las empresas que se concentran no afecta la libre competencia, debido a los bajos niveles que presentan en los índices de Dominancia y Herfindahl. Es decir, que la concentración de la empresa Panamotor coloca a la empresa Excel Automotriz en mejores condiciones para competir con Ricardo Pérez, S.A., y Petroautos, compañías líderes en el mercado de autos en Panamá.

Finalmente, se sustentó que debido a los resultados obtenidos en los índices de concentración, no se rebasaron los umbrales que pudiesen afectar la Libre Competencia por la fusión de los agentes económicos analizados, Panamotor – Excel Automotriz. Se puede colegir que dicha fusión se puede definir como una situación pro competitiva; es decir fomenta la competencia, motivando al sector a ser más eficientes y prestando servicios de mayor calidad para beneficio de los consumidores.

Con la información recabada se recomendó no iniciar de Oficio el análisis de concentración económica, en vista de que se observó que la fusión entre Panamotor – Excel Automotriz, no afecta el proceso de libre competencia.

1.3 PROCESOS JUDICIALES.

CÓDIGOS COMPARTIDOS.

Mediante Acuerdo de la Corte Suprema de Justicia 428 de 11 de agosto de 2011, se nombró a la Juez Octava de Circuito de lo Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá, como Magistrada Suplente Especial en este proceso para que integre la Sala en el Tercer Tribunal Superior de Justicia. Este proceso fue demandado por la CLICAC el 22 de agosto de 2000, por Prácticas Monopolísticas Relativas contra las aerolíneas COPA, AVIANCA y SAM, por la celebración de un Acuerdo de Alianza Comercial para compartir códigos de vuelo, y el mismo se encuentra para lectura de proyecto de resolución. El expediente se encuentra en espera de resolución de segunda instancia, luego de fallo de primera instancia de 18 de julio de 2008 emitido por el Juzgado Noveno de Circuito de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de Panamá.

CASO CERVEZAS.

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

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

COLUSIÓN DE LÍNEAS ÁEREAS.

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

CASO CONTRA AGENCIAS PUBLICITARIAS.

Luego de notificada la decisión de segunda instancia de 31 de 2011, mediante el cual el Tercer Tribunal Superior de Justicia confirmó la sentencia de primera instancia, No.109 de 31 de diciembre de 2008, de la Juez Octava de Circuito, Ramo de lo Civil, del Primer Circuito Judicial de Panamá, que había resuelto, entre otras cosas, declarar que las sociedades demandadas habían infringido los artículos 5 y 11, numeral 1, de la Ley 29 de 1º de febrero de 1996, por cuanto habían acordado, convenido, se combinaron o arreglaron para la manipulación, concertación y/o fijación del precio de compra del servicio de monitoreo de la inversión publicitaria en el mercado en que se adquiere este servicio, restringiendo de manera prohibida e ilícita, la competencia, constituyendo esto una práctica monopolística, algunas partes presentaron recursos de casación que se solventan ante la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, luego de haber sido evaluada su admisibilidad y que se presentasen los alegatos de fondo a favor y en contra de los mismo.

CASO CONTRA ESTACIONES DE COMBUSTIBLE DE SANTIAGO.

En espera de que se emita sentencia de segunda instancia por parte del Tercer Tribunal Superior de Justicia del Primer Distrito Judicial de Panamá, dentro del proceso, luego de apelaciones presentadas por las partes afectadas con la sentencia No.9 de 18 de enero de 2010, del Juzgado Segundo de Circuito de lo Civil de Veraguas, por medio de la cual se encontró culpables por prácticas monopolísticas absolutas o colusión en la fijación de precio de venta de combustible a ESTACIÓN SHELL EL CRUCE, S.A.; COMERCIALES CANTO DEL LLANO, S.A.; ESTACIÓN HERMANOS TERREROS BOTACIO, S.A.; COOPERATIVA DE TRANSPORTE JOAQUINA H. DE TORRIJOS, R.L. (COOTRAJOHT, R.L.), absolviendo a los demandados ESTACIÓN SHELL VERAGUENSE, S.A. y al señor ERIC ESPINO.

CASO JUDICIAL CONTRA REFINERÍA PANAMÁ.

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

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

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

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

CASO JUDICIAL CONTRA LAVANDERÍAS Y LAVAMÁTICOS DE CHORRERA.

En el año 2011 se presenta demanda por presuntas prácticas monopolísticas absolutas en contra de dieciocho (18) Lavamáticos y Lavanderías del área de Chorrera, quedando el proceso judicial radicado en el Juzgado Primero de Circuito Civil del Tercer Circuito Judicial ubicado en Chorrera.

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

Concluida las notificaciones de cada uno de los Lavamáticos y Lavanderías se deberá proceder a la fijación de la fecha de audiencia preliminar en el presente proceso.

TRANSPORTE DE CARGA DE COLÓN.

Desde el mes de septiembre del año 2012, se mantiene este caso en audiencia en los Tribunales de Justicia, específicamente en el Juzgado Noveno de Circuito Civil.

En este caso, los hechos demandados se refieren a comunicación por parte de las entidades demandadas a la Cámara Marítima de Panamá, sobre las nuevas tarifas o precios que aplicarían a partir del 1 de julio de 2008, por sus servicios de transporte de carga por contenedor de 20, 40 y 45 pies de largo dentro de la Provincia de Panamá y Colón. Ruta: Puertos del Atlántico a Zona Libre de Colón y viceversa, o desde el Atlántico a Ciudad de Panamá y viceversa.

1.4 CONCRECIÓN Y EJECUCIÓN DE TRANSACCIONES JUDICIALES

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

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

Desde finales del año 2011 hasta principios del 2012, circularon en los diferentes medios de comunicación los videos comerciales educativos en materia de protección al consumidor y defensa de la competencia, dichos fondos también se han utilizados para otras actividades en beneficio de los consumidores y la libre competencia como fue el II Foro Nacional de Competencia en conmemoración del segundo aniversario del Día Nacional de la Libre Competencia en Panamá. Este año 2012 culmina el proceso de seguimiento y ejecución de estas transacciones.

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON EMPRESAS ARROCERAS DE CHIRIQUÍ.

En cumplimiento del Auto que aprueba la transacción judicial entre ACODECO y las empresas Corporación Gariché, S.A. e Industrial Arrocera de Chiriquí, S.A. emitido por el Juzgado Tercero de Circuito Civil de la Provincia de Chiriquí, las empresas arroceras demandadas pagaron las sumas acordadas. Actualmente se realizan las auditorías de competencia a fin de

dar cumplimiento a lo acordado mediante las transacciones judiciales. El periodo de seguimiento y ejecución de estas transacciones judiciales culmina este año 2012.

TRANSACCIÓN JUDICIAL CON EMPRESAS AZUCARERAS.

Mediante Auto No. 116 de 23 de enero de 2012 emitido por el Juzgado Octavo de Circuito Civil, se aprueba la transacción judicial entre ACODECO y las empresas Compañía Azucarera La Estrella, S.A., Central Azucarero de Alanje, S.A. Central Azucarera Nacional, S.A. Azucarero La Victoria y Ansarosa, S.A. Las empresas azucareras pagaron las sumas de dinero acordadas en la transacción judicial al Tesoro Nacional.

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

AUDITORÍA DE EMPRESAS AVÍCOLAS.

En cumplimiento a la Resolución No DNLC –OGC-004-12 del 25 de febrero del 2012, los días 12 y 13 de marzo del 2012, funcionarios de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante **LA AUTORIDAD**) asistieron a empresas avícolas previamente demandadas y con las cuales se había celebrado transacción judicial, así como a la Asociación Nacional de Avicultores de Panamá, para realizar la primera auditoría de competencia, con la finalidad de verificar el cumplimiento de los compromisos adquiridos en la transacción judicial entre la AUTORIDAD y tales empresas.

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

En esta primera auditoría ACODECO concluyó que hasta el momento, las empresas no han incurrido en incumplimiento de lo acordado debido a que no han intercambiado información o acordado precios de venta de carne de ave (pollo y sus partes) a los minoristas en la República de Panamá.

EMPRESAS LÁCTEAS.

El 29 de mayo de 2007 aparece publicado en el Diario La Prensa, que las empresas NESTLÉ PANAMÁ, S.A., REFRESCOS NACIONALES, S.A., INDUSTRIAS LÁCTEAS, S.A. y SOCIEDAD DE ALIMENTOS DE PRIMERA, S.A. (BONLAC), para los meses de enero a septiembre de 2007, agrupados en ANAPROLE (Asociación Nacional de Productores de Leche), negociaron precios de compra de materia prima con los productores de leche agrupados en ANAGAN (Asociación Nacional de Ganaderos), por lo que la Dirección Nacional de Libre Competencia inició de oficio una investigación administrativa contra las empresas procesadoras de leche. Como resultados de la investigación se presentó demanda por supuestos intercambios de información con el objeto de acordar, fijar e imponer el precio

de compra de la leche de ganado vacuno, en sus diferentes graduaciones, la cual quedó radicada en el Juzgado Noveno de Circuito Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá y su pretensión se enfocó en que se declarara que dichas empresas incurrieron en prácticas monopolísticas absolutas.

1.5 TRANSACCIONES EXTRAJUDICIALES.

TRANSACCIÓN EXTRAJUDICIAL CON FEPAFUT (Compromisos y Garantías).

En el año 2011, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, a petición de parte, inicia y ordena formal apertura de una investigación administrativa (Expediente Administrativo N° PM-001-11 de 21 de enero de 2011) por la presunta comisión de una conducta transgresora de la libre competencia, práctica monopolística relativa ilícita, contra la **Federación Panameña de Fútbol (FEPAFUT)**. La investigación, en esencia, se fundamenta en que la empresa investigada estableció irrazonablemente ventajas exclusivas en la venta de cervezas o refrescos dentro del Estadio Rommel Fernández debidamente identificados a favor de un solo proveedor, Cervecería Panamá, S.A., limitando con esta conducta las ventas de los productos elaborados y comercializados por los agentes económicos Cervecería Nacional, S.A. y Distribuidora Comercial, S.A., respectivamente, los que se vendieron sin identificar en la Copa Centroamericana de Fútbol 2011, realizada del 14 al 23 de enero en el Estadio Rommel Fernández, Ciudad de Panamá, República de Panamá.

En este sentido, la Dirección Nacional de Libre Competencia, le ofrece la oportunidad a la Federación Panameña de Fútbol (FEPAFUT) para que presente compromisos y garantías para el cese o la modificación de la conducta causante de la distorsión del mercado, en consonancia con los parámetros y criterios de suficiencia contenidos en el artículo 28 del Decreto Ejecutivo 8-A de 22 de enero de 2009, los que fueron presentados y debidamente aprobados por el Administrador de esta autoridad, en cumplimiento del numeral 15 del artículo 96 de la Ley 45 de 2007, que permite dichos compromisos.

El Acuerdo de Transacción Extrajudicial entre la Federación Panameña de Fútbol (FEPAFUT) y la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, se da en resumen, en los siguientes compromisos y garantías, a los que se compromete la Federación mencionada y que resultan ser procedentes, oportunos y favorables para los intereses del Estado:

- a) Permitir que las empresas que tienen las concesiones en las instalaciones deportivas de propiedad de PANDEPORTES, puedan ejercer su derecho de venta dentro del alcance del contrato suscrito con dicha institución, pero sin afectar los derechos que ostentan sus patrocinadores en cuanto a la imagen, que es de carácter exclusivo.
- b) Permitir en los eventos organizados por la **FEPAFUT**, la venta en el Estadio Rommel Fernández de los productos de las empresas concesionarias, Cervecería Nacional y Distribuidora Comercial, así como de los productos de cualquier otra empresa concesionaria que a futuro mantenga contrato de concesión con PANDEPORTES para la venta de bebidas y refrescos en dichos estadios, los que se encuentren debidamente identificados conforme a los parámetros arriba indicados, para lo cual la **FEPAFUT** se compromete a otorgar una **FIANZA** de cumplimiento por la suma de **CINCO MIL**

BALBOAS CON 00/100 (B/5,000.00), a favor del Tesoro Nacional, para garantizar el cumplimiento de la presente transacción, así como el cese de la conducta que es investigada por **LA AUTORIDAD**, la que se mantendrá vigente por el término de dos (2) años.

- c) Permitir que **LA AUTORIDAD** realice auditorías de competencia en los eventos organizados por la **FEPAFUT** en las instalaciones de propiedad de PANDEPORTES, durante dos (2) años, contados a partir de la fecha en que la presente transacción extrajudicial se encuentre formalmente aprobada por el Consejo de Gabinete.
- d) Utilizar el mecanismo de la consulta de viabilidad ante **LA AUTORIDAD** para estar en consonancia con la Ley 45 de 2007, cuando exista duda sobre posibles conductas que restrinjan la competencia y/o la libre concurrencia en el mercado.

Estos compromisos han sido objeto de Auditoría de Competencia, arrojando hasta el momento como resultado, que para el año 2012 han sido cumplidos íntegramente por la Federación Panameña de Fútbol (FEPAFUT).

TRANSACCIONES ADMINISTRATIVAS APROBADAS			
EMPRESA	MULTA MÁXIMA IMPONIBLE (en B/.)	APORTE REALIZADO POR LAS EMPRESAS (En B/.)	RESOLUCIÓN DE GABINETE MEDIANTE LA CUAL SE APRUEBA LA TRANSACCIÓN
ADQUIRENCIAS DE COMERCIOS CON TRAJETAS DE DÉBITO - 2010			
Telereed S.A.	B/. 50,000.00	25,000.00	Resolución de Gabinete No. 157 del 15-12-2009
	SUBTOTAL:	25,000.00	
SEGUROS - 2010			
Asociación Panameña de Aseguradores S.A. (AP)	B/. 1,000,000.00	10,000.00	Resolución de Gabinete No. 80 del 6-12-2009
Aseguradora Ancón S.A.		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 78 del 6-12-2009
National Union Fire Insurance Company of Pittsb		30,000.00	Resolución de Gabinete No. 79 del 6-12-2009
Seguros ASSA		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 85 del 6-12-2009
Assicurazione Generali S.P.I.		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 86 del 6-12-2009
HSBC Seguros S.A.		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 81 del 6-12-2009
Interoceánica de Seguros S.A.		30,000.00	Resolución de Gabinete No. 83 del 6-12-2009
Aseguradora Mundial S.A.		30,000.00	Resolución de Gabinete No. 84 del 6-12-2009
Compañía Internacional de Seguros S.A.		30,000.00	Resolución de Gabinete No. 82 del 6-12-2009
	SUBTOTAL:	330,000.00	
MOLINOS DE ARROZ - 2010			
Industrial Arrocerera de Chiriquí S.A.	B/. 1,000,000.00	20,000.00	Resolución de Gabinete No. 148 del 16-9-2010
Corporación Gariché S.A.		15,000.00	Resolución de Gabinete No. 148 del 16-9-2010
Nota: En la Transacción de Molinos de Arroz las empresas cumplieron con el acuerdo de Transacción Judicial, finalizaron las auditorías de Competencia en Noviembre de 2012			
	SUBTOTAL:	35,000.00	
EMPRESAS AZUCARERAS - 2011			
Central Azucarera la Victoria S.A.	B/. 100,000.00	25,000.00	Resolución de Gabinete No. 169 del 01-11-2011
Central Azucarera Alanje S.A.		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 168 del 01-11-2011
Compañía Azucarera La Estrella S.A.		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 170 del 01-11-2011
Azucarera Nacional S.A.		20,000.00	Resolución de Gabinete No. 167 del 01-11-2011
ANSAROSA S.A.		20,000.00	Resolución de Gabinete No. 166 del 01-11-2011
	SUBTOTAL:	115,000.00	
PROCESADORES AVICOLAS - 2011			
Empresas Melo S.A.	B/. 1,000,000.00	100,000.00	Resolución de Gabinete No. 78 del 17-5-2011
Productos Toledanos S.A.		100,000.00	Resolución de Gabinete No. 80 del 17-5-2011
Arce Avícola S.A.		75,000.00	Resolución de Gabinete No. 75 del 17-5-2011
Avícola Grecia S.A.		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 77 del 17-5-2011
Avícola Chong S.A.		50,000.00	Resolución de Gabinete No. 79 del 17-5-2011
Avícola Franz S.A.		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 76 del 17-5-2011
Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII, S		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 83 del 17-5-2011
Procesadora Los Guayacanes		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 81 del 17-5-2011
Asoc. Nacional de Avicultores de Panamá (ANAVIP)		25,000.00	Resolución de Gabinete No. 82 del 17-5-2011
	SUBTOTAL:	475,000.00	
PROCESADORES LÁCTEOS - 2011			
Nestlé Panamá S.A.	B/. 1,000,000.00	100,000.00	Resolución de Gabinete No. 161 del 18-10-2011
Industrias Lácteas S.A.		100,000.00	Resolución de Gabinete No. 162 del 18-10-2011
Refrescos Nacionales S.A.		100,000.00	Resolución de Gabinete No. 160 del 18-10-2011
Sociedad de Alimentos de Primera S.A.		100,000.00	Resolución de Gabinete No. 163 del 18-10-2011
	SUBTOTAL:	400,000.00	
FEPAFUT - 2012			
Fepafut	5,000.00	5,000.00	Resolución de Gabinete No. 92 del 07-8-2012
	SUBTOTAL:	5,000.00	
TOTAL			
		1,385,000.00	
TRANSACCIONES ADMINISTRATIVAS PENDIENTES-2012			
Transporte de Carga de Colón		5,000.00	Transacción Judicial en trámite
	SUBTOTAL:	5,000.00	

1.6 NOTAS TÉCNICAS.

EVALUACIÓN PRELIMINAR DEL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS INTERNACIONALES DEL MAÍZ, TRIGO, ACEITE DE SOYA Y HARINA ENRIQUECIDA.

El objetivo de este análisis es valorar si estos productos (*commodities*) están recogiendo el efecto que están confrontando las producciones en los mercados donde se producen, ya que por los efectos de la naturaleza, las cosechas de los mismos se han visto afectados y se están dando incremento de precios, la idea es ver si efectivamente han aumentado, y de ser así, en cuánto, de esta forma podemos tener una aproximación del efecto que pudieran tener en nuestro mercado. Adicionalmente se analiza el comportamiento de los productos relacionados a estos *commodities* en la Canasta Básica de Alimentos y ver cuál es su comportamiento reciente, es decir, en el mismo periodo que se analizan los *commodities*.

El análisis al final no permite tener una justificación clara del por qué el aumento de precios de los productos relacionados a los *commodities*, analizados en Canasta Básica de Alimentos (CBA), por un lado los *commodities* muestran disminuciones en los precios de importación, al menos hasta agosto de 2012, y por el otro, los productos relacionados en CBA muestran aumentos en el mismo periodo. Esto en principio debiera responder a otros factores en la cadena de producción que afectan en mayor medida los precios, no sería justificables los aumentos de precios por argumentos fundados en incrementos en los costos de importación, toda vez que los mismos muestran disminuciones.

En el análisis también se observó que en el año 2011 los *commodities* en su mayoría registraron aumentos importantes respecto al mismo periodo de 2010, por lo que pudiera ser, que las reducciones que muestran los mismos en 2012 sean absorbidas por ajustes que se hacen producto de los incrementos importantes en 2011, y por eso no se reflejen en los precios finales en los rubros de CBA que los utilizan como insumo principal.

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN PANAMÁ.

El gobierno panameño ha emprendido obras de inversión que para los próximos cinco (5) años suman más de US\$10,000 millones. La ampliación del Canal de Panamá, con un presupuesto estimado de US\$5,250 millones y la construcción del Metro, por un costo estimado de US\$1,300 millones, se destacan entre las obras que se están ejecutando.

La estabilidad económica, fiscal y política que ofrece el país han sido atractivos para que empresas se hayan establecido en el país o hayan ampliado sus negocios. Existe mucha confianza en el futuro económico de Panamá e invertir es seguro y rentable, ya que existen leyes que garantizan un tratamiento equitativo a los inversionistas extranjeros como se le da a los nacionales en materia de inversión y políticas de negocios.

El Área Económica Especial Panamá Pacífico (antigua base área Howard) ofrece alquiler o venta de propiedades a cualquier persona o compañía que esté interesada en establecerse en el área. Panamá Pacífico busca convertirse en el “Centro de Negocios de las Américas”. También existen incentivos para desarrollar actividades turísticas en el país.

LAS INVERSIONES PÚBLICAS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE PANAMÁ.

Durante el año 2011, nuestro país tuvo un crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) de 10.6%. En gran medida, este auge económico tuvo su origen en las grandes obras de infraestructura que el gobierno nacional emprendió. Lo que se busca es crear mayor riqueza y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

El gobierno nacional debe planificar sus inversiones a corto, mediano y largo plazo bajo un proceso de factibilidad. El país ha crecido sostenidamente desde 2008, especialmente en los sectores de almacenaje, puertos, comunicaciones y banca. Hay una relación muy estrecha entre el crecimiento económico y las inversiones públicas. Las recaudaciones fiscales e indicadores económicos señalan que el gobierno nacional, a través de sus proyectos y programas de inversión ha puesto a producir sus recursos.

La perspectiva de las finanzas públicas es buena. El gobierno debe mantener un adecuado nivel de ingresos y fomentar el crecimiento en sectores tales como transporte, almacenamiento y comunicaciones, comercio, hoteles y restaurantes, construcción, electricidad y agua.

ANÁLISIS DE LA JURISPRUDENCIA EN MATERIA DE PRÁCTICAS DE PRUEBAS DICTADA POR LOS JUZGADOS ESPECIALES EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA.

El caudal probatorio dentro de todo proceso judicial constituye la herramienta más trascendental para la debida acreditación de los hechos demandados. Las pruebas en los procesos de libre competencia, son necesarias para confirmar que en efecto se constituyó la práctica monopolística aducida y en consecuencia hubo una afectación al mercado y a los consumidores panameños.

Las prácticas de pruebas dentro de los procesos por prácticas monopolísticas actualmente están limitadas a realizarse dentro del periodo que establece la ley 45, situación que es favorable para efecto de las prácticas de pruebas, aunque eso no implica la prontitud en los fallos luego de culminadas las etapas de las conclusiones de alegatos.

Para los efectos de los procesos especiales de libre competencia la etapa probatoria se contempla en el artículo 128 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, que establece los términos específicos que los tribunales deberán reservar en la etapa probatoria, hasta cuarenta y cinco días hábiles consecutivos para la prácticas de pruebas aducidas por las partes dentro de la audiencia ordinaria, además de practicar pruebas de oficio que el Tribunal considere necesarias.

CONTRASTES Y SIMILITUDES DE LAS CONTRATACIONES PÚBLICAS CON LAS NORMAS DE COMPETENCIA.

Se trabaja en nota técnica relativa que busca hacer un breve análisis comparativo entre la legislación de contratación pública, Ley 22 de 2006, y la norma de competencia, Ley 45 de

2007, que sirva como referencia para mejores prácticas, tanto en materia de contratación pública como de competencia.

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia tiene como función primordial, asegurar el proceso de libre competencia económica, por lo que en ese sentido, cualquier persona natural o jurídica, empresa privada, industrial, comerciante, entidad lucrativa o sin fines de lucro, puede ser objeto de investigación en todo acto de selección de contratista en que participe y que sea realizado por el Estado.

La nota técnica concluye que para un integral combate a los cárteles en licitaciones públicas se requiere del trabajo interinstitucional entre la Dirección General de Contrataciones Públicas y la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia. Esta práctica es difícil de comprobar, pero debemos estar prestos a detectar las situaciones de manipulación que se pueden dar y que puedan afectar al Estado, quien debe obtener mejores precios en las contrataciones.

NOTA TÉCNICA SOBRE ANÁLISIS DE LA JURISPRUDENCIA DE CRITERIOS DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN EN MATERIA DE TRANSACCIONES JUDICIALES EN LAS QUE HA PARTICIPADO ACODECO (antes CLICAC). Se trabaja en esta nota técnica que consiste en compilar y exponer los criterios vertidos por la Fiscalía de Asuntos Civiles de la Procuraduría General de la Nación sobre las solicitudes de transacciones judiciales que diversas empresas han solicitado ante la anterior CLICAC y la ahora ACODECO, con miras a que sirva de referencia en futuras transacciones.

1.7 MULTAS.

CASO JUDICIAL CONTRA PANADERÍAS DEL BARÚ.

En el año 2011, mediante Resoluciones Administrativas de primera instancia se multan a los seis agentes económicos denominados Panaderías del Barú, con suma de VEINTICINCO MIL BALBOAS (B/. 25.000.00) cada uno, por la comisión de prácticas monopolísticas absolutas consistentes en el acuerdo para fijar el precio del pan, en contravención de lo dispuesto en el artículo 11 de la antigua Ley 29 de 1996, ahora Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

Previo el análisis de los Recursos de Apelación interpuesto por las empresas panaderas, se emite Resoluciones Administrativas de segunda instancia por medio de las cuales se confirman las Resoluciones de primera instancia y se ordena el pago de la multa por parte de las seis empresas panaderas.

Para el año 2012 y vencido el plazo para consignar el pago de la multa se remitieron los expedientes administrativos para el cobro judicial al Juzgado Ejecutor de la Institución.

1.8 ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA.

Licitación Pública N° 02-2012 - Caja de Seguro Social

Se efectuó abogacía de la competencia a la Caja de Seguro Social en la Licitación Pública N° 02-2012, para la fijación de precio unitario, suministro, transporte, entrega y descarga en sitio, según necesidad, de oxígeno médico. **Presuntos agente económicos involucrados ACETIOXÍGENO, S.A., CRYOGAS DE CENTROAMERICA, S.A., GASES INDUSTRIALES, S.A.**

En esta abogacía, desde el punto de vista de la Competencia, el mercado debe recibir señales claras, de tal forma que los agentes económicos puedan planificar sus inversiones, por lo que el esquema que utilice la CSS para sus actos públicos de suministro de oxígeno médico, debiera tomar en cuenta una segmentación o división por regiones o zonas geográficas para dicho acto público, permitiendo una mayor cantidad de oferentes, esto permite que se puedan conseguir mejores condiciones de contratación, fundamentalmente por la reducción de la incertidumbre que se genera (mayores precios), cuando no hay claridad de cómo serán las acciones a futuro.

Licitación Pública N° 212010-08-21 - Caja de Seguro Social

Se efectuó abogacía de la competencia en la Licitación Pública de Mayor Cuantía para contratar el Suministro, Instalación, Configuración y Mantenimiento de un Sistema Integrado de Información de Diagnóstico por Imagen. Este acto público se encuentra en trámite.

1.9 CONSULTAS DE VIABILIDAD.

CONSULTA DE VIABILIDAD SOBRE ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO. En atención a consulta de viabilidad hecha por la firma de abogados CF&Co., referente a una **ASOCIACIÓN SIN FINES DE LUCRO** que organiza y lleva a cabo una feria anual; la que según lo consultado no admite un nuevo miembro y, por ende, puede constituirse o no una práctica monopolística con su actuación, requerimos la siguiente información:

1. Detalles del mercado afectado y de la asociación que hace la consulta.
2. Estatutos de la asociación.
3. Requisitos para pertenecer a la asociación.
4. Inventario de solicitudes de empresas para formar parte de dicha asociación y respuesta dada a las mismas.
5. Miembros de la Asociación.
6. Quienes toman la decisión de admitir o no a un nuevo miembro.
7. Requisitos para participar en la feria anual.
8. Copia de la personería jurídica de la asociación.

En vista de que el artículo 20 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, permite la formulación de consultas de viabilidad para determinar si algunos actos, contratos o prácticas constituyen prácticas monopolísticas, esta Autoridad le exhorta a que nos remita, en un plazo no mayor de

cinco (5) días hábiles, la documentación. A inicios de noviembre de 2012 aún se seguía esperando la llegada de la misma al expediente.

CONSULTA DE VIABILIDAD SOBRE CONDICIONES DE REVENTA DE PRODUCTOS, PRESENTADA POR SUCRE, BRICEÑO & Co., en representación de MAC STORE CORP.

SUCRE, BRICEÑO & CO., abogados en ejercicio, presentó el día dieciséis (16) de agosto de dos mil doce (2012) en representación de MAC STORE CORP., consulta de viabilidad de conformidad al artículo 20 de la Ley 45 del 31 de octubre de 2007 ante la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante La Autoridad).

En síntesis, la consulta de viabilidad guarda relación con APPLE, fabricante internacional que ha suscrito con tres empresas competidoras del mercado panameño, Contratos de Distribución para la comercialización y venta de productos. Como parte de una política de publicidad, APPLE desea asumir los gastos de publicidad de sus productos, en anuncios a realizarse en medios escritos, en donde se colocará en un mismo anuncio el producto, el precio del mismo y el nombre de las tres empresas con quien APPLE mantiene Contratos de Distribución Comercial en Panamá y donde los consumidores podrán adquirir el equipo según los términos y condiciones establecidos en dichos anuncios; concretamente pregunta si se estaría incurriendo de alguna forma en algún tipo de práctica monopolística, al ofrecer equipo al mismo precio en las tres empresas con quien APPLE mantiene Contratos de Distribución entendiendo que este Contrato Comercial supone esta característica particular de que el fabricante puede imponer las condiciones de reventa de sus productos. La Autoridad, procedió a revisar el artículo 16 numeral 2 que trata sobre prácticas monopolísticas relativas ilícitas.

Luego del análisis la Autoridad concedió concepto favorable a la consulta de viabilidad formulada el día 16 de agosto de 2012, por SUCRE, BRICEÑO & Co., en representación de MAC STORE CORP., por considerar que las 3 distribuidoras no están incurriendo en práctica monopolística relativa violatoria de la Ley 45, porque el fabricante APPLE está asumiendo los gastos de publicidad de sus productos, en anuncios a realizarse en medios escritos, en donde se colocará en un mismo anuncio el producto, el precio del mismo y el nombre de las 3 empresas con quien APPLE mantiene contratos de distribución Comercial en Panamá y donde los consumidores podrán adquirir el equipo según los términos y condiciones establecidos en dichos anuncios.

1.10 CONCEPTOS FAVORABLES.

La Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP) tiene entre sus funciones solicitar el concepto favorable de la ACODECO sobre los puntos específicos de las Resoluciones o reglamentos que vaya a emitir, que guarden relación con los mercados, conductas monopolísticas anticompetitivas o discriminatorias en los servicios públicos bajo su jurisdicción (servicios públicos de abastecimiento de agua potable, alcantarillado sanitario,

electricidad, telecomunicaciones, radio y televisión, así como la transmisión y distribución de gas natural).

El 22 de diciembre del año 2011 mediante nota No. AG-1228-11/jm la ACODECO otorgó concepto favorable a las directrices propuestas por la ASEP relacionadas con la importación, distribución, comercialización, instalación, adquisición y uso de equipos receptores que permiten el acceso a contenidos de televisión satelital “*Directo al Hogar*” (Equipos DTH) que resultaron en la Resolución AN No. 5047-RTV Panamá, 30 de diciembre de 2011.

El servicio de televisión vía satélite, comúnmente denominado servicio “*Directo al Hogar*” puede ser del tipo pagado o de acceso libre (FTA). En ambos casos, se utilizan equipos de recepción similares (antenas, receptores satelitales, amplificadores de bajo ruido, etc.).

Las directrices surgen de reportes formales ante la ASEP de concesionarios del Servicio de Televisión Pagada denunciando a Agentes Económicos dedicados a la comercialización e instalación de antenas parabólicas y receptores satelitales que permiten el acceso libre y gratuito de canales de televisión cuya retransmisión y/o recepción requieren del pago de derechos y la autorización de las empresas proveedoras de contenido y/o de los concesionarios de los Servicios de Televisión Pagada, lo cual afecta la capacidad de competir.

La ASEP también constató la proliferación de publicidad relacionada con esta actividad de instalación de antenas parabólicas y equipos para la recepción de canales de televisión (satelitales). En dichos anuncios se destacan, en muchos casos, las frases “*Sin Mensualidades*”, “*Sin contratos*”, “*100% legal*”, “*Canales Libres – FTA*” o “*Recepta sólo Canales Internacionales*”, entre otras, con lo cual atraen la atención de la población respecto a esta actividad. Sin embargo, promocionan a su vez, el acceso a canales satelitales que coinciden con los ofertados por los concesionarios del Servicio de Televisión Pagada y que no corresponden a canales FTA, sino a señales de televisión codificadas que se comercializan exclusivamente en otros países de la región, específicamente en América del Sur, según las investigaciones realizadas por la ASEP.

La resolución en mención advierte a los Agentes Económicos que la comercialización, distribución y venta de equipos DTH-FTA deberá sujetarse a las siguientes reglas:

- a) Asegurarse que los equipos DTH no tengan acceso a los canales satelitales de pago.
- b) Mantener en el mostrador de los equipos DTH, el **AVISO INFORMATIVO** sobre las buenas prácticas en el uso del equipo en referencia, que para tales efectos pondrá a disposición la ASEP con concepto favorable de la ACODECO.
- c) Comunicar al público en general sobre las responsabilidades administrativas y penales asociadas a la actividad de recibir señales de televisión, de canales que no sean FTA, sin que dicho servicio sea prestado por un concesionario debidamente autorizado por la ASEP. El aviso ANARTV-005-12 de 24 de enero de 2012 en referencia indica lo siguiente:

La ASEP comunica al público en general, que la comercialización, instalación y utilización de antenas y dispositivos, TIPO DE TELEVISIÓN SATELITAL, sólo se permite en la República de Panamá para recibir señales de los conocidos canales libres (*FTA- Free to Air*). Los canales que normalmente brindan las empresas de televisión pagada, debidamente autorizadas por la ASEP, deberán ser contratados a dichas empresas.



Se advierte que la modificación, reconfiguración o reprogramación de los equipos de televisión satelital (*decodificadores*) para recibir canales distintos a los FTA, contribuye a la piratería de señales de televisión, por lo que dicha actividad se prohibió en la Resolución AN No. 5047-RTV de 30 de diciembre de 2011 y se considera una infracción, sin perjuicio de las sanciones que pueda aplicar la ACODECO y las responsabilidades penales correspondientes.

La ASEP recomienda a todos los consumidores a que se informen sobre el producto que están adquiriendo y le exijan al comercio la garantía de que los equipos para recibir señales de televisión satelital, sólo pueden recibir canales FTA.

2. ESTADÍSTICAS DE ANÁLISIS FINANCIERO DE NOVIEMBRE 2011 A OCTUBRE 2012.

Sector	Total	Análisis	Jubilado	Historial Crédito
Financieras	51	2	4	45
Mueblerías	36	17	0	19
Bancos	237	1	47	189
Cooperativas	16	0	1	15
Otros	207	24	82	101
Total	547	44	134	369
Porcentaje	100.0%	8.0%	24.5%	67.5%

3. CHARLAS Y SEMINARIOS.

- Participación en la Xª Edición de la Escuela Iberoamericana de Defensa de la Competencia 2012.
- Participación en el VI Foro Centroamericano de Competencia, Ciudad de Panamá.

- **Capacitación a Agentes Económicos**

La Empresa Varela y Rodríguez, CIA. LTDA. distribuidores de los productos de belleza Wella de la reconocida multinacional de bienes de consumo Procter & Gamble, solicitó a la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), una capacitación para sus ejecutivos en cuanto a la ley 45 específicamente en temas relacionados a la Competencia. Lo anterior se deriva de los esfuerzos de cumplimiento que solicita la Empresa Procter & Gamble Internacional como requerimiento para sus socios comerciales.

Por parte de la ACODECO la Licda. Mitzila Rodríguez y el Licdo. Aarón Alexander acompañados por el Director Nacional de Libre Competencia Licdo. Oscar García Cardoze, le brindaron a más de una docena de participantes, una inducción de las disposiciones generales del Título I de la ley 45 de 31 de octubre de 2007 que dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia.

Entre los temas que se abordaron tenemos: prácticas monopolísticas absolutas y relativas, concentraciones económicas y condenas, en cada uno de estos tópicos se explicaron diversos ejemplos a razón de lograr una mayor comprensión de los participantes.

4. CELEBRACIÓN DEL DÍA DE LA COMPETENCIA.

El 1 de febrero de 2011 marcó el inicio de la celebración anual del Día Nacional de la Competencia en Panamá.

El 1 de febrero de 2012 se celebró por segundo año consecutivo el Día Nacional de la Competencia en Panamá. Pedro Meilán Núñez, administrador de la ACODECO, señaló que, siguiendo una de las recomendaciones de la OCDE en el examen de internares, la institución dedicaba más esfuerzos al tema de Protección al Consumidor que al de Competencia y de allí surgió la propuesta, que hoy día es una realidad, de hacer un espacio para la promoción de la Competencia en Panamá.

En el marco de esta celebración se llevó a cabo el II Foro Nacional de Competencia, la jornada de actualizaciones, discusiones, conclusiones y metas para el futuro en materia de competencia, fueron puestas en marcha.

Este II Foro se desarrolló en el “Día Nacional de la Libre Competencia” recién declarado así por el Órgano Ejecutivo. Las pautas jurídicas de Competencia en Panamá tienen su origen el 1 de febrero de 1996 a través de la Ley 29.



Por su parte, Oscar García Cardoze, Director Nacional de Libre Competencia en ACODECO, dijo que, evidentemente la competencia requiere de mayor difusión porque aún hay personas que abogan por una regulación del comercio con la falsa esperanza de abaratar costos, sin tener presente que la reacción del comercio sea precisamente la contraria.

Participación como Expositor Internacional del Doctor Alfredo Bullard



5. TALLER DE CÁRTELES DE LA ICN EN PANAMÁ (OCTUBRE 2012).

Panamá fue por primera vez sede del “**TALLER SOBRE LUCHA CONTRA CÁRTELES**” de la Red Internacional de Competencia (conocida por sus siglas en inglés ICN, International Competition Network), que funciona desde el 2001 como foro informal de las autoridades de competencia de todo el mundo, con el propósito de analizar las herramientas efectivas para la detención, investigación y sanción de carteles que impiden la sana competencia en los mercados.

El taller se realizó del 2 al 4 de octubre de 2012 en un hotel de la localidad y reunió a oficiales de las autoridades de competencia a nivel mundial, manteniendo el vínculo de comunicación e intercambio de experiencias en materia de libre competencia entre los países.

Participaron autoridades de países procedentes de todas partes del mundo entre los cuales podemos mencionar: Israel, Namibia, Pakistán, Botsuana, Malasia, Taiwán, República Checa, Zambia, Turquía, Nueva Zelanda, Singapur, Australia, Dinamarca, Francia, España,

Alemania, Irlanda, Japón, Suecia, Corea del Sur, Holanda, Bélgica, Italia, Reino Unido, Suiza, Chile, El Salvador, Canadá, Costa Rica, México, Estados Unidos, entre otros.



Por otro lado, es importante mencionar que las jornadas de este evento de talla internacional se llevaron a cabo de la siguiente manera: en horas de la mañana sesión plenaria y en la tarde simultáneamente en cinco (5) salones diferentes del hotel se desarrollaron los talleres temáticos. Esta modalidad estimula a los presentes a participar activamente en los diversos temas que abarca la agenda que sean de su especial interés.

Por su parte, la agenda contempló temas especializados de competencia entre los cuales tenemos: Introducción a los Cárteles, Recopilación de las Mejores Prácticas, Elaboración y Aplicación de un Programa Efectivo de Clemencia, Recopilación de Evidencias Digitales, Investigaciones Internas (panel de NGA), Intercambio de Información, Estrategia de Investigación, Regímenes Penales, Civiles y Administrativos, Relaciones entre Agencias de Competencia, Disuasión en Tiempos de Crisis, Interacción con el Abogado de Clemencia.

Los países participantes fueron agasajados con un cóctel de bienvenida y con una cena típica en un restaurante a orillas de las esclusas Miraflores del Canal de Panamá. Los visitantes quedaron muy felices por todas las actividades, por la calidad del seminario y las experiencias vividas en nuestro país. Al final todos agradecieron a la ACODECO todas las atenciones brindadas y felicitaron a todo el equipo de ACODECO que trabajó en la organización y protocolo porque consideraban que la actividad fue un rotundo éxito.

6. DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN DE PRECIOS Y VERIFICACIÓN.

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

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

Con el propósito de dar a conocer al consumidor la información de precios sobre los distintos bienes y servicios fundamentales para el consumo, la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO), realiza mensualmente un monitoreo de precios de los productos de la CBFA, cubriendo las siguientes áreas: Bella Vista, Bethania, Juan Díaz, Parque Lefevre, Pueblo Nuevo, San Francisco, San Miguelito, Santa Ana y Calidonia,

Tocumen y 24 de Diciembre, La Chorrera y Arraiján. En dichas áreas se visitan un total de **57 supermercados, 36 minisuper y 7 abarroterías. En total 100 establecimientos.**

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

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

Costo de la Canasta Básica de Alimentos en los principales establecimientos de los distritos de Panamá, San Miguelito, La Chorrera y Arraiján		
Fecha: Octubre 2012		
SAN MIGUELITO	XTRA PAN DE AZÚCAR	246.19
SAN MIGUELITO	XTRA OJO DE AGUA	246.48
ARRAIJÁN VISTA ALEGRE	XTRA-VISTA ALEGRE	249.53
JUAN DIAZ	XTRA JUAN DÍAZ	255.49
JUAN DIAZ	XTRA LOS PUEBLOS	257.49
LA CHORRERA	XTRA LA CHORRERA	257.73
ARRAIJÁN VISTA ALEGRE	XTRA ARRAIJÁN	259.10
JUAN DIAZ	XTRA LAS ACACIAS	263.22
BETHANIA	XTRA TUMBA MUERTO	264.38
SAN MIGUELITO	EL FUERTE SAN MIGUELITO	265.01

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

COSTOS DE LA CANASTA BÁSICA FAMILIAR DE ALIMENTOS MÁS BAJOS Y MÁS ALTOS, EN LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS DE LOS DISTRITOS DE PANAMÁ, SAN MIGUELITO, LA CHORRERA Y ARRAIJÁN, SEGÚN SECTOR: OCTUBRE DE 2012

MES DE OCTUBRE - 2012						MES DE SEPTIEMBRE - 2012					
Sector	Local con el Costo Mínimo	Costo Mínimo	Local con el costo Máximo	Costo Máximo	Diferencia en B/.	Sector	Local con el Costo Mínimo	Costo Mínimo	Local con el costo Máximo	Costo Máximo	Diferencia en B/.
San Miguelito	Xtra, Pan de Azúcar	246.19	Rey, Milla 8	306.98	60.79	San Miguelito	Xtra, Ojo de Agua	240.41	Rey, Brisas del Golf	309.12	68.71
Arraiján	Xtra, Vista Alegre	249.53	Rey, Vista Alegre	293.48	43.95	La Chorrera	Xtra, La Chorrera	250.63	Rey, La Chorrera	301.90	51.27
Juan Díaz	Xtra, Juan Díaz	255.49	Super 99, Pedregal	297.33	41.84	Arraiján	Xtra, Vista Alegre	251.48	Super 99, El Tecal	301.13	49.65
La Chorrera	Xtra, La Chorrera	257.73	La Prosperidad N°1	304.55	46.82	Juan Díaz	Xtra, Los Pueblos	256.02	Super 99, Pedregal	299.75	43.73
Bethania	Xtra, Kings Park	264.38	Rey, El Dorado	310.05	45.67	Tocumen	Xtra, 24 de Diciembre	263.57	Super 99, 24 de Diciembre	295.13	31.56
Tocumen	Xtra, 24 de Diciembre	266.47	Rey, Las Americas	322.92	56.45	Santa Ana y Calidonia	El Machetazo, Calidonia	267.01	Super 99, Calidonia	294.91	27.90
Santa Ana y Calidonia	El Machetazo, Calidonia	268.49	Super 99, Calidonia	289.34	20.85	Bethania	Xtra, Kings Park	268.50	Rey, El Dorado	300.34	31.84
Pueblo Nuevo	Super 99, Vista Hermosa	288.47	Rey, 12 de Octubre	315.76	27.29	San Francisco	Super 99, Vía Porras	288.98	Casa de la Carne, Vía Porras	315.16	26.18
Parque Lefevre	Super 99, Chanis	290.87	Rey, Chanis	302.08	11.21	Pueblo Nuevo	Super 99, Vista Hermosa	290.01	Rey, 12 de Octubre	290.03	0.02
San Francisco	Super 99, Vía Porras	294.85	Casa de la Carne, Vía Porras	316.59	21.74	Parque Lefevre	Super 99, Portobelo	293.40	Super 99, Chanis	302.07	8.67
Bella Vista	Rey, Vía España	304.64	Riba Smith, Transistmica	328.96	24.32	Bella Vista	Rey, Vía España	299.03	Riba Smith, Transistmica	327.65	28.62

En cuanto al costo más bajo por sector, éste se observó en San Miguelito, 246.19, registrado en el Super Pan de Azúcar, seguido por el Super Xtra, Vista Alegre de Arraiján, mostrando un costo mínimo de B/.249.53; luego se ubicó el Super Xtra, Juan Díaz, donde se registró B/.255.49 como el costo mínimo en ese sector. (Ver Cuadro No.2).

Aportes a la Variación en el Costo de la CBFA

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

Con relación a la contribución por cadena a la variación (aumento) de la CBFA, puede señalarse que en el mes de Octubre, las cadenas que más influyeron en la variación de este mes con respecto al mes de Septiembre 2012 fueron en su orden: El Rey, seguido de la cadena de Tajonazo y El Fuerte, como las que más influyeron en el resultado que impulsó un incremento del indicador, en esta ocasión de B/.3.21.

Contribución Porcentual a la Variación de la Canasta Básica de Alimentos de Octubre 2012 con respecto a Septiembre 2012 por cadena de supermercado				
	# De Establecimiento Encuestados x Sector	Costo Ponderado Septiembre 2012	Contribución a la Variación Absoluta en el Costo Ponderado	Jerarquía
La Casa de la Carne	1	5.63	-2.29%	5
El Fuerte	1	4.47	5.58%	3
El Machetazo	6	28.62	-8.84%	8
El Pueblo	2	10.30	-6.71%	7
El Tajonazo	2	9.89	10.17%	2
La Prosperidad	1	5.21	4.15%	4
El Rey	12	58.43	174.33%	1
S/M Riba Smith	2	11.59	-5.21%	6
Super 99	20	104.60	-58.20%	10
Xtra	10	45.44	-12.98%	9
TOTAL	57	284.19	100.00%	

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

Los productos que incrementaron su precio para el mes de Octubre fueron: los plátanos por libra B/.0.06, el arroz de primera paquete de 5 libras B/.0.06, el tomate de perita por libra B/.0.20, la lechuga por libra B/.0.14 y la manzana mediana por unidad B/.0.02.

Por otro lado, se observaron reducciones en los precios de: el aceite vegetal de 1.8 lt. B/.0.14, el pollo limpio por libra B/.0.02, el pescado cojinua por libra B/.0.12, el pan flauta por libra B/.0.02 y las papas por libra B/.0.03.

Principales Rubros que Explicaron la Variación en el Costo de la Canasta Básica de Alimentos					
En el mes de octubre con respecto al mes septiembre 2012					
<i>Incremento (+)</i>			<i>Reducción (-)</i>		
Producto	Presentación	Var. Precios	Producto	Presentación	Var. Precios
Plátanos	Libra	B/. 0.06	Aceite vegetal	1.8 lt.	B/. 0.14
Arroz de primera	5 lbs.	B/. 0.06	Pollo limpio	Libra	B/. 0.02
Tomate de perita	Libra	B/. 0.20	Pescado - Cojinua	Libra	B/. 0.12
Lechuga	Libra	B/. 0.14	Pan flauta	Libra	B/. 0.02
Manzana mediana	c/u	B/. 0.02	Papas	Libra	B/. 0.03
Fuente: Acodeco					

Precios Topes de Combustible:

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

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

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

A continuación analizaremos la evolución de los precios topes del combustible en la provincia de Panamá para el año 2012, por el período comprendido de enero 2012 al segundo cambio de precios topes del mes de Noviembre. (Del 31 de Diciembre de 2011 al 30 de Noviembre de 2012).

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

PRECIOS TOPES DE ALGUNOS DERIVADOS DEL PETRÓLEO, EN LOS DISTRITOS DE PANAMÁ Y SAN MIGUELITO, SEGÚN MES POR TIPO DE DERIVADO: DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2012					
Mes	Fecha de Vigencia	Precios Tope			
		Gasolina de 91 Octanos	Gasolina de 95 Octanos	Diesel Liviano	Diesel Bajo en Azufre
Enero	Del 31 de Diciembre 2011 al 13 de Enero 2012	3.52	3.79		3.57
	Del 14 de Enero al 27 de Enero de 2012	3.69	3.99		3.75
Febrero	Del 28 de Enero al 10 de Febrero de 2012	3.69	4.11		3.75
	Del 11 al 24 de Febrero de 2012	3.69	4.18		3.75
Marzo	Del 25 de Febrero al 09 de Marzo 2012	3.99	4.27		3.80
	Del 10 al 23 de Marzo de 2012	4.11	4.39		3.98
Abril	Del 24 de Marzo al 06 de Abril de 2012	4.17	4.38		3.98
	Del 07 al 20 de Abril de 2012	4.32	4.67		3.95
Mayo	Del 21 de Abril al 04 de Mayo de 2012	4.28	4.68		3.91
	Del 05 de Mayo al 18 de Mayo de 2012	4.07	4.48		3.91
Junio	Del 19 de Mayo al 01 de Junio de 2012	3.92	4.36		3.75
	Del 02 al 15 de Junio de 2012	3.81	4.36		3.62
Julio	Del 16 al 29 de Junio de 2012	3.76	4.22		3.54
	Del 30 de Junio al 13 de Julio de 2012	3.63	4.05		3.40
Agosto	Del 14 al 27 de Julio de 2012	3.62	4.08		3.51
	Del 28 de Julio al 10 de Agosto de 2012	3.72	4.24		3.63
Septiembre	Del 11 al 24 de Agosto de 2012	3.85	4.32		3.68
	Del 25 de Agosto al 07 de Septiembre de 2012	4.01	4.43		3.88
Octubre	Del 08 al 14 de Septiembre de 2012	4.01	4.43		3.88
	Del 15 al 21 de Septiembre de 2012	4.17	4.58		3.96
Noviembre	Del 22 de Septiembre al 05 de Octubre de 2012	4.15	4.60		3.96
	Del 06 al 19 de Octubre de 2012	4.05	4.50		3.91
Noviembre	Del 20 de Octubre al 02 de Noviembre de 2012	4.09	4.40		3.98
	Del 03 al 16 de Noviembre de 2012	3.71	3.99		3.85
	Del 17 al 30 de Noviembre de 2012	3.67	3.88		3.77

Fuente: ACODECO
Miembro de CONCADECO; Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor.

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

COMPORTAMIENTO DE LAS VARIACIONES EN LOS PRECIOS TOPES DEL COMBUSTIBLE, EN LA CIUDAD DE PANAMÁ: DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2012				
Mes	Variaciones en los Precios Tope			
	Gasolina de 91 Octanos	Gasolina de 95 Octanos	Diesel Liviano	Diesel Bajo en Azufre
II Cambio de Enero - I Cambio Enero	0.17	0.20		0.18
I Cambio de Febrero - II Cambio de Enero	0.00	0.12		0.00
II Cambio de Febrero - I Cambio de Febrero	0.00	0.07		0.00
I Cambio de Marzo - II Cambio de Febrero	0.30	0.09		0.05
II Cambio de Marzo - I Cambio de Marzo	0.12	0.12		0.18
I Cambio de Abril - II Cambio de Marzo	0.06	-0.01		0.00
II Cambio de Abril - I Cambio de Abril	0.15	0.29		-0.03
I Cambio de Mayo - II Cambio de Abril	-0.04	0.01		-0.04
II Cambio de Mayo - I Cambio de Mayo	-0.21	-0.20		0.00
I Cambio de Junio - II Cambio de Mayo	-0.15	-0.12		-0.16
II Cambio de Junio - I Cambio de Junio	-0.11	0.00		-0.13
III Cambio de Junio - II Cambio de Junio	-0.05	-0.14		-0.08
I Cambio de Julio - III Cambio de Junio	-0.13	-0.17		-0.14
II Cambio de Julio - I Cambio de Julio	-0.01	0.03		0.11
I Cambio de Agosto - II Cambio de Julio	0.10	0.16		0.12
II Cambio de Agosto - I Cambio de Agosto	0.13	0.08		0.05
I Cambio de Septiembre - II Cambio de Agosto	0.16	0.11		0.20
II Cambio de Septiembre - I Cambio de Septiembre	0.00	0.00		0.00
III Cambio de Septiembre - II Cambio de Septiembre	0.16	0.15		0.08
I Cambio de Octubre - III Cambio de Septiembre	-0.02	0.02		0.00
II Cambio de Octubre - I Cambio de Octubre	-0.10	-0.10		-0.05
I Cambio de Noviembre - II Cambio de Octubre	0.04	-0.10		0.07
II Cambio de Noviembre - I Cambio de Noviembre	-0.38	-0.41		-0.13
III Cambio de Noviembre - II Cambio de Noviembre	-0.04	-0.11		-0.08
DIFERENCIA EN TODO EL PERIODO	0.15	0.09		0.20

Fuente: ACODECO
Miembro de CONCADECO; Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor.

Para el mes de enero los precios tope tuvieron un aumento de 0.17 y 0.20 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos respectivamente. De igual forma se dio un aumento de 0.18 centésimos en el diesel bajo en azufre, en relación con el primer precio tope del mismo mes, así mismo en el mes de febrero se produjo nuevamente un incremento en el precio tope de 0.12 centésimos en la gasolina de 95 octanos; mientras que el diesel bajo en azufre mantuvo su precio igual que el precio tope anterior. En el primer precio tope del mes de marzo el mismo subió 0.30 y 0.09 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos en tanto que el diesel bajo en azufre aumentó en 0.05, en relación al primer cambio de dicho mes.

Para el mes de abril los precios tope del combustible reflejaron un aumento de 0.06 centésimos en la gasolina de 91 octanos, mientras que la gasolina de 95 octanos bajó -0.01 centésimo, y el diesel bajo en azufre se mantuvo sin aumentos ni bajas en relación con el precio tope del mes de marzo; en el segundo cambio del mes de abril se registraron aumentos de 0.15 y 0.29 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos y el diesel bajo en azufre sufrió una rebaja de -0.03 centésimos con respecto al primer cambio de precio del mismo mes. En el primer cambio del mes de mayo el precio tope disminuyó -0.04 centésimo en la gasolina de 91 octanos y aumento 0.01 centésimo en la gasolina de 95 octanos, en cuanto al diesel bajo -0.04 centésimos en el diesel bajo en azufre, en relación al segundo cambio del mes de abril; del mismo modo en el segundo cambio del mes de mayo los precios tope disminuyeron -0.21 y -0.20 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos respectivamente y el diesel bajo en azufre no tuvo cambios en su precio por lo que se mantuvo igual al primer cambio de dicho mes. En el mes de junio en el primer cambio, los precios tope muestran una baja en el precio de la gasolina de 91 octanos con respecto al último precio tope del mes de abril en -0.15 centésimos, así mismo la gasolina de 95 octanos baja -0.12 centésimos y el diesel bajo en azufre baja también su precio en -0.16 centésimo. En el segundo cambio del mes de junio, la gasolina de 91 octanos baja su precio en -0.11, la gasolina de 95 mantiene su precio igual sin producir aumentos ni disminuciones (0.00), y se produce también una rebaja en el precio del diesel bajo en azufre de -0.13 centésimos, en relación al primer cambio del mismo mes.

De acuerdo a las variaciones que se han dado en los precios tope del combustible en los primeros meses del año hasta la fecha, se puede observar que aunque en ocasiones el precio tiende a bajar, la tendencia en las variaciones del precio tope se mantiene en aumento razón por la cual se observa en el cuadro que la diferencia en todo el periodo tomando en cuenta la baja del precio en algunos cambios aun mantiene un aumento de 0.15 y 0.09 centésimos en la gasolina de 91 y 95 octanos y de 0.20 centésimo en el diesel bajo en azufre, en lo que va del año 2012.

Verificación de Medicamentos

Entre las tareas que realiza diariamente DIPREV, y específicamente la sección de medicamentos, está la verificación de denuncias que llegan a la institución por diferentes medios, a saber: Página Web de la Institución, Twitter o a través de Call Center y que tienen que ver específicamente con Medicamentos: Ya sea por Productos Vencidos, Violación a la Ley 6ta, Falta de Precios a la Vista, etc.

En el siguiente cuadro, presentamos un resumen de las Denuncias atendidas en el período de enero a noviembre de 2012 en donde se atendieron un total de 19 denuncias.

DENUNCIAS ATENDIDAS, SEGÚN ANOMALÍA DESDE ENERO A NOVIEMBRE DEL 2012					
Mes	Total de anomalías atendidas	Ley 6ta	Medicamentos vencidos	Devolución dinero	Precio Vista
Enero	1				1
Febrero	1	1			
Marzo	1				1
Abril	2	2			
Mayo	3	2			1
Junio	1	1			
Julio	0				
Agosto	2	1	1		
Septiembre	2			2	
Octubre	4	4			
Noviembre	2	2			
	0				
Total	19	13	1	2	3
OBSERVACIÓN :					
De total 13 denuncias atendidas por Ley 6ta, 5 farmacias no ofrecen el descuento del 20 % a los jubilados.					
De las 3 denuncias por falta de precio, al momento de la verificación, si mantenian los precios a la vista					

De las 19 Denuncias recibidas y atendidas 13 eran por violación a la Ley 6ta. Es decir, que el jubilado o la persona de la tercera edad, denunciaba que el agente económico no le otorgó el descuento a que tiene derecho en la compra de medicamentos. De esas 19 denuncias, sólo en 5, es decir el 26%, se pudo comprobar que la denuncia era correcta, por lo que el personal de DIPREV procedió a levantar un Acta de Verificación señalando la anomalía. En el resto de los agentes económicos se comprobó que sí otorgan el descuento a las personas jubiladas y de la tercera edad.

En cuanto a la cantidad de denuncias atendidas por Medicamentos Vencidos (1) y Falta de Precio a la Vista (3), al momento de la verificación no se encontró la anomalía por lo que no se le levantó acta al agente económico. Por último, las dos denuncias que se atendieron por Devolución de Dinero su resultado fue favorable, ya que a los dos consumidores, se les devolvió el dinero que exigían producto de la compra de medicamentos los cuales resultaron que estaban vencidos.

Por último, es importante señalar que DIPREV da respuesta a las denuncias recibidas en no más de 3 días.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE COSTOS (TASA DE INTERÉS NOMINAL ANUAL (%) Y ANUALIDAD) DE ALGUNAS TARJETAS DE CRÉDITO Y OTRAS TARJETAS DE FINANCIAMIENTO, EMITIDAS EN LA REPÚBLICA DE PANAMÁ: PRIMERA SEMANA DE NOVIEMBRE DE 2012

ANTECEDENTES

“Tarjeta de Crédito: Instrumento magnético, electrónico o de otra tecnología proveniente de la ejecución de un contrato de crédito celebrado previamente entre un intermediario financiero y otra persona, con el fin de facilitarle el arrendamiento u obtención de bienes y servicios o la obtención de dinero de los comercios afiliados al sistema”²

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

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

El mencionado artículo enuncia que “La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia publicará, por lo menos en dos medios impresos de comunicación de circulación masiva nacional, un estudio comparativo de tarjetas de crédito u otras tarjetas de financiamiento”³. Estas publicaciones se realizarán en cumplimiento de la Ley, durante los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año y en estricto apego a la información aportada por los emisores.

OBJETIVOS

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

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

Tarjetas de Crédito

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

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

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

³ Artículo 38, Ley 81 de 31 de diciembre de 2009.

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

Tipo de tarjeta	Tasas Promedio de Interés más Bajas		Tasas Promedio de Interés más Altas	
	Entidad bancaria	%	Entidad bancaria	%
Visa Cash Back Clásica o Tradicional	Banco Nacional de Panamá	16.00	Credicorp, Citibank	21.00
Visa Clásica	Metrobank	12.00	BAC International Bank y HSBC	24.00
Visa o MC Empresarial o Corporativa	Banesco	10.99	BAC International Bank	20.88
Visa Dorada, Oro o Gold	Towerbank	10.50	HSBC	22.50
Visa Platino o Platinum	Coop. S/M Profesionales, R.L.....	7.50	BAC International Bank	15.96
Master Card Clásica, Esencial o Standard	Credicorp	13.50	HSBC y BAC International Bank	24.00
Master Card Dorada	Credicorp	13.50	HSBC	22.50

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

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

Tipo de tarjeta	Anualidades más Bajas		Anualidades más Altas	
	Entidad bancaria	B/.	Entidad bancaria	B/.
Visa Cash Back Clásica	Caja de Ahorros, Global Bank, Banconal	40.00	Citibank	89.00
Visa Clásica	Coop. S/M Profesionales, R.L.....	30.00	HSBC	75.00
Visa o MC Empresarial o Corporativa	Towerbank.....	45.00	Balboa Bank	250.00
Visa Dorada, Oro o Gold	Banesco, Bancafé..... Coop. S/M Profesionales, R.L.....	40.00	Citibank	89.00
Visa Platino o Platinum	Coop. S/M Profesionales, R.L.....	50.00	Citibank, BBVA, Banco General	150.00
Master Card Clásica, Esencial o Standard	Banco General..... Credicorp Bank.....	0.00	BAC International Bank	84.00
Master Card Dorada u Oro	Credicorp.....	0.00	HSBC	90.00

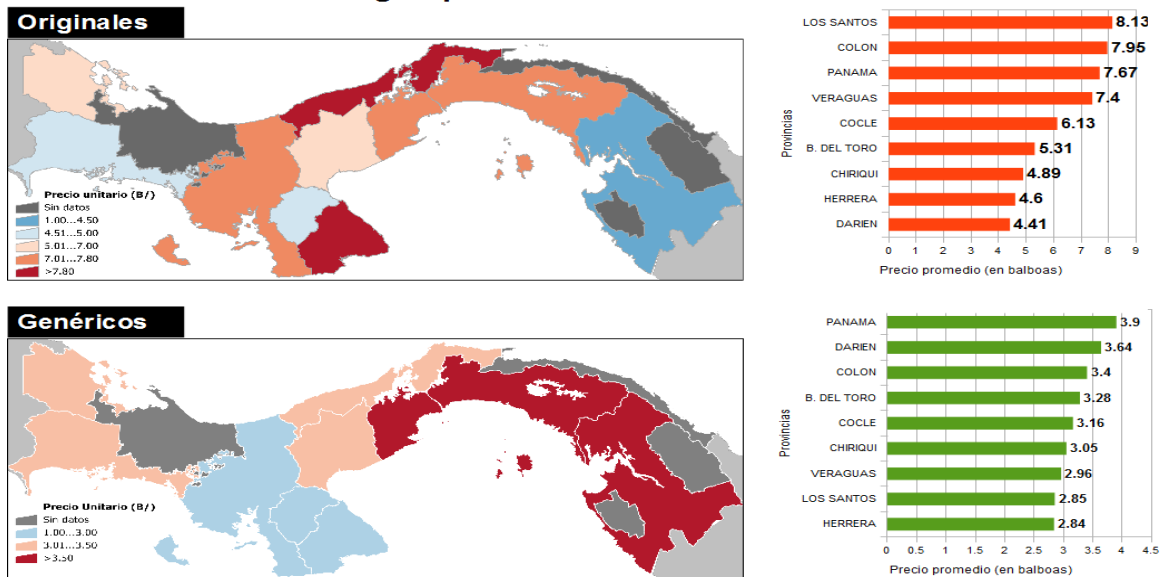
Nota: No incluye ITBMS.

Encuesta Nacional sobre Medicamentos Originales y Genéricos (Precios y Disponibilidad)

Se realizó en forma conjunta con el Instituto Commemorativo Gorgas de Estudios de la Salud. Tendiente a dar a conocer los precios de una lista de 60 medicamentos, y poder comparar las diferencias de precios. La idea principal es que los consumidores manejen información sobre precios que les permita comparar los precios de los medicamentos y puedan tomar mejores

decisiones en cuanto a precios y a la efectividad de los medicamentos que necesitan para curar o aliviar sus enfermedades.

Precio promedio unitario de medicamentos genéricos y originales según provincia. Panamá 2012



Innovaciones Tecnológicas

El 2012 ha sido un año de innovación tecnológica para el Departamento de Información de Precios y Verificación ya que a través de nuestra página web ofrecemos a los consumidores diferentes herramientas de consultas tales como:

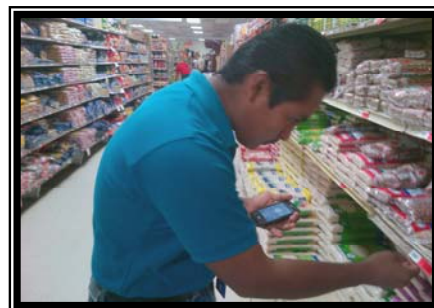
Sistema Interactivo de Consulta de Precios: Muestra a los consumidores el detalle del precio encuestado por sector y supermercado, según la fecha escogida. Esta opción complementa las publicaciones de la Canasta Básica del Ahorro (15 productos) que se realiza quincenalmente en diferentes periódicos de circulación nacional.

Mi Carrito Comparativo: Es una herramienta que nos permite escoger los productos de preferencia, así como el sector donde le gustaría comprar, luego se coloca la cantidad a cada producto escogido, dando como resultado el costo para cada uno de los supermercados, así como el detalle del precio unitario de los productos previamente escogidos que le permiten al consumidor comparar los precios y/o costos de su propio carrito de compras (canasta de productos).



Monitoreo de Precios en Línea: Tiene el objetivo de modernizar el proceso de captación de encuestas de precios transmitiéndolas mediante señal de celular, a través de un móvil Android, de esta manera se elimina el uso de los formularios (hojas de papel) y se mejora el tiempo de respuesta a los consumidores en cuanto a la disponibilidad de los precios en nuestra página web y para los medios de comunicación.

Por lo tanto a través de nuestra página web ofrecemos a los consumidores acceso a la información en tiempo real de los precios monitoreados en los distintos agentes económicos viéndose de esta manera beneficiados ya que, antes de salir a realizar la compra de un bien podrían comparar para tomar su mejor decisión de compra (inmediatez de la información), poniendo en práctica el lema de ACODECO: “Un consumidor informado tiene poder”.



Además de lo anterior, a partir de enero de 2012, tenemos disponible la *Consulta de Quejas en Línea*, que muestra información completa y veraz de las quejas recibidas y resueltas, ya sea por motivo de la queja, actividad económica y el valor de cada queja. A la vez nos da una información de cuántas quejas han sido resueltas a favor del consumidor y cuál es el monto devuelto. Este tablero de quejas en línea, nos da la opción de conocer cuál es la actividad y el Agente Económico con más quejas recibidas, según motivo y status en que se encuentra dicha queja. Esta información resulta muy útil para los consumidores que quieran o necesiten adquirir un bien o servicio, puesto que en la misma se listan los nombres de los agentes económicos sobre los cuales se presentan quejas en nuestra institución.

III. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA OFICINA DE ASESORÍA LEGAL

1. ASPECTOS GENERALES DE LA OFICINA DE ASESORÍA LEGAL.

Dentro de los objetivos de la Oficina de Asesoría Legal están la de coadyuvar en la efectiva actuación del Despacho Superior y de la Administración en general, siendo soporte jurídico de las actuaciones institucionales. Igualmente debe cumplir con la labor de analizar los distintos proyectos e investigaciones que requieran un criterio legal confrontado con la Ley 45 del 2007.

Para alcanzar dichos objetivos el Despacho Superior nos ha fijado como meta reformar la Ley 45 del 2007 en aquellos aspectos que han sido considerados por el equipo directivo como oportunidades de mejora, siendo la Oficina de Asesoría Legal la encargada de llevar a cabo la coordinación de esta actuación institucional.

Otra de las metas alcanzadas el presente año fue la culminación de la Resolución que establece el procedimiento para verificar el aumento de los costos de los materiales en las construcciones de viviendas nuevas así como el Borrador consensuado del Proyecto de Reglamentación de Arbitraje, completándose de esa manera el desarrollo normativo que la Ley exigía para determinados artículos.

Como funciones específicas, la Oficina de Asesoría Legal seguirá cumpliendo con su labor de ejecución estudio y análisis de los distintos aspectos legales que requieran las leyes, decretos, acuerdos, resoluciones, proyectos, convenios y anteproyectos de ley, que involucren directa o indirectamente a la Autoridad, así como asesorar al Administrador General, Directores Nacionales y a los demás departamentos en materia administrativa.

De igual manera actuará en representación de la Institución en todos los aspectos legales que le sean asignados de acuerdo a las funciones establecidas en el Manual Organizacional.

2. PROPUESTA CONSENSUADA DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 45 DEL 2007.

LIBRE COMPETENCIA:

- a. **Prácticas Monopolísticas Absolutas:** Para los efectos de estas prácticas se entiende que son igualmente responsables las personas naturales que ocupen los cargos de Representante Legal, Gerentes, Directivos, así como cualquier cargo equivalente que haya estado involucrado con la toma de decisiones para llevar a cabo la práctica monopolística. Los mismos serán sancionados de manera independiente y por los montos que establece la Ley para tales faltas.
- b. **Competencia en Materia de Prácticas Monopolísticas:** La Autoridad podrá conocer y decidir en única instancia administrativa la materia de práctica monopolísticas, las controversias que surjan como consecuencia de reclamaciones individuales o colectivas y/o que se susciten con motivo de la aplicación o interpretación de la presente Ley, así como en investigaciones sobre concentraciones económicas.

- c. **Concentraciones Económicas. Notificación obligatoria previa:** Antes de surtir sus efectos, las concentraciones cuyas partes involucradas, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos brutos superiores al monto de cincuenta millones de balboas (**B/.50,000.000.00**), están obligadas a notificar a la Autoridad la operación comercial de que se trate.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR:

- a. **Obligaciones de los Proveedores:** Retirar del anaquel o estantería los productos vencidos, sin fecha de vencimiento, con fecha alterada o que no puedan determinarse o con fecha expirada o mercancía deteriorada. Igualmente, **es obligación del proveedor mantener estos productos fuera del área de comercialización del establecimiento.**
- b. **Suministrar los repuestos o partes:** así como los servicios técnicos en relación a un bien adquirido en dicho local. De no brindar servicio técnico o la venta de repuestos o partes, deberá indicar cuál es el agente autorizado para brindar tales productos o servicios. En todo caso, si el consumidor o cliente requiere la venta de un repuesto o parte que el agente económico encargado de suministrarle no tuviere en existencia en ese momento, **será obligación de éste ponerlos a disposición del consumidor en un periodo máximo de 45 días calendario** posteriores a la solicitud formal del mismo, o la recepción de la orden de compra por parte de una empresa aseguradora, de ser el caso, salvo que el repuesto o parte requiera, por su naturaleza, más tiempo para su consecución, en cuyo caso el **plazo máximo para suministrarla será de 90 días calendario. Esta circunstancia deberá ser debidamente acreditada al consumidor o cliente.**
- c. **Garantía de Bienes:** Cuando los bienes no funcionen adecuadamente durante el periodo de garantía, por defecto del producto o por causa imputable al fabricante, importador, distribuidor o proveedor, este último queda obligado a garantizar el funcionamiento y, en su caso, dependiendo de la afectación del bien o alguno de sus componentes, **a su reparación gratuita.**

En caso de que se compruebe que el consumidor no haya podido utilizar el bien por desperfectos del producto en los primeros diez (10) días después de entregado, de conformidad con lo anterior, encontrándose el bien y los empaques en buen estado, el proveedor procederá a reemplazarlo o a la devolución de las sumas pagadas por el consumidor, cuando no sea posible su reemplazo.

- d. **Construcciones nuevas:**
Concepto favorable previo: Antes de comercializarse un proyecto de vivienda nuevo, los contratos modelos o tipos pueden obtener el concepto favorable de la Autoridad, quien fiscalizará que las cláusulas no violen la presente ley.

El contrato modelo se presentará ante la Autoridad para su aprobación, si al vencimiento del plazo de treinta (30) días calendarios, la Autoridad no ha resuelto la solicitud, el promotor podrá proceder a utilizar el contrato modelo presentado, el cual se considerará aprobado.

De los abonos al precio de venta. Los promotores de vivienda destinadas a domicilio personal o residencial, procederán a la apertura de una cuenta especial, en un banco de licencia general que opere en la República de Panamá, para depositar los dineros que reciban de los consumidores en concepto de abono al precio de venta de unidades inmobiliarias o viviendas nuevas, según se haya establecido en el contrato de promesa de compra venta o compra venta suscrito entre el promotor y el consumidor para uso residencial. El depósito de los abonos debe hacerse a más tardar tres (3) días después de haber recibido los abonos de los consumidores. Los abonos recibidos por el promotor en este concepto sólo podrán ser utilizados exclusivamente por el banco, para la devolución de los mismos.

Garantías para la atención de reclamos en caso de disolución o cierre de operaciones. Los promotores deberán obtener a su costo, una fianza para garantizar la atención de los reclamos que presenten los consumidores, en el caso de disolución de la sociedad o cierre de operaciones de la empresa promotora. **La cobertura será por el dos (2) por ciento del precio de venta de cada vivienda y su vigencia se extenderá por tres (3) años, a partir de la fecha de entrega de la vivienda objeto de compra venta.**

3. TEMAS VARIOS

Boletas expedida en el local comercial por faltas tales como: productos vencidos, sin fecha de vencimiento, productos deteriorados, sin precio a la vista, balanzas descalibradas, escáner desajustados, verificación de ácidos grasos, verificación de surtidores, verificación del uso no residencial del tanque de gas de 25 libras, verificación de la constancia del letrero de ley de jubilados en los comercios que corresponda, relojes no sincronizados en los locales que brinden servicio de estacionamiento pagado a automóviles.

No habrá condena en costas cuando el consumidor se haga representar por un abogado de Defensoría de Oficio, solamente habrá derecho a la reclamación de los gastos del proceso, además de la pretensión, daños y perjuicios, e interés legal.

Registro Nacional de Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión como un archivo nacional de fallos o decisiones judiciales emitidas por los Juzgados o Tribunales pertenecientes al Órgano Judicial en la República de Panamá, que se hayan pronunciado en torno de la existencia cierta o confirmada de alguna Cláusula Abusiva.

RESOLUCIÓN QUE ESTABLECE LOS PARÁMETROS Y PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS PARA VERIFICAR LOS AJUSTES DE PRECIOS DEBIDO AL AUMENTO DE LOS COSTOS DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.

El día 18 de septiembre de 2012, mediante la Gaceta Oficial N° 27123 se publicó la Resolución N° 042-12 del 7 de septiembre de 2012, la cual establece los parámetros y procedimientos técnicos en que la Autoridad se basará para verificar los ajustes de precios debido al aumento de costos en los materiales de construcción.

Dentro de sus generalidades más destacadas podemos mencionar que los parámetros y lineamientos contenidos en esta Resolución, constituyen elementos de análisis para la Autoridad y los particulares, pero cada caso será estudiado y decidido a la luz de sus propios hechos. Al igual que establece que el ajuste del precio en concepto de aumento por costo de materiales de construcción sólo podrá realizarse una vez.

Los métodos para el cálculo del porcentaje de aumento de costo de materiales de construcción de determinada obra, se podrán hacer de dos (2) maneras:

- a. **El Método de Índices:** El cual utilizará el índice de precios de Laspeyers (ponderado), el cual es un indicador que toma en consideración el precio relativo del costo de cada material respecto del presupuesto de construcción, a partir de una canasta de materiales de construcción.
- b. **El Método de Comprobación Documentada:** El cual consiste en la sustentación de los aumentos a través del aporte de presupuestos como: los costos presupuestados originalmente como los costos reales, los mismos sustentados con copias de facturas trimestrales; órdenes de compras o cualquier otro documento que la Autoridad considere idóneo.

Por último, se aprobó el procedimiento que dispondrá la Autoridad para resolver consultas de verificación de aumento de costo de materiales, que sean solicitadas por los consumidores.

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

En cumplimiento del artículo 109 de la Ley 45 de 31 de octubre de 2007, el cual consiste en que “la Autoridad, además de las asignaciones correspondientes para cubrir el costo de sus campañas de divulgación a favor de los consumidores, incluirá, en calidad de transferencia a las asociaciones de consumidores debidamente constituidas y reconocidas por las entidades correspondientes una suma total que en ningún caso excederá el diez por ciento (10%) de su presupuesto de divulgación y publicidad”; de las siete (7) asociaciones de consumidores registradas ante la Autoridad, sólo tres (3) optaron por solicitar la transferencia de fondos para el financiamiento de la ejecución de sus proyectos educativos de divulgación durante el año fiscal 2012. Entre las asociaciones de consumidores solicitantes de las transferencias de fondos podemos mencionar: la **Unión Nacional de Consumidores y Usuarios (UNCUREPA)**, **Institutos de Derecho de los Consumidores**

(IPADECU) y el **Instituto de Estudios y Defensa del Consumidor (INDECON)**, y una vez cumplida con la documentación requerida por la Autoridad, cada una recibió la suma de **OCHO MIL QUINIENTOS SETENTA Y UN BALBOAS CON 43/100 (B/.8,571.43)**.

Posterior a la primera asignación de fondos durante el año fiscal 2012, y en vista que ninguna otra asociación de consumidores además de las anteriormente descritas habían presentado solicitud de transferencia de fondos; las mismas solicitaron la transferencia del remanente del fondo de la partida destinada al apoyo de las asociaciones de consumidores para la ejecución de los proyectos educativos de divulgación en favor de los consumidores, consistiendo en la suma de **ONCE MIL, CUATROCIENTOS VEINTIOCHO BALBOAS CON 61/100 (B/.11,428.61)**, para cada una haciendo un gran total de **TREINTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS OCHENTA Y CINCO BALBOAS CON 85/100 (34,285.85)**, suma proveniente del diez por ciento (10%) del presupuesto de divulgación de la Autoridad la cual fue distribuida entre las tres asociaciones de consumidores solicitantes durante el periodo fiscal 2012.

4. PARTICIPACIÓN DE ASESORÍA LEGAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La Oficina de Asesoría Legal durante el año ha tenido alrededor de treinta participaciones tanto en medios de comunicación, tales como: el programa “Cuida Tu Bolsillo en el canal de televisión SERTV, el espacio “Defiende Tu Derecho” en Telemetro Canal 13, y en diversas emisoras de radio, así como en la asistencia a diversas charlas educativas sobre temas de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia entre las cuales se destacan presentaciones en universidades oficiales y privadas como: Universidad de Panamá, Universidad Latina, Universidad Santa María La Antigua (USMA), entre otras; al igual que en el Colegio Nacional de Abogados.

5. CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL ABOGADO.

El 9 de agosto de 2012, en conmemoración del “Día del Abogado”, la Oficina de Asesoría Legal agasajó a todos los profesionales del derecho que forman parte de la familia ACODECO, como todo los años, el evento estuvo acompañado de una charla de interés para estos profesionales que día a día realizan labores en pro de los consumidores.

En esta oportunidad, nos acompañó la Magter. Janina Small, destacada abogada que ha ocupado diferentes cargos en la administración pública, con ponencias relacionadas a las indemnizaciones en contra del Estado y la responsabilidad de los servidores públicos dentro de los procesos contenciosos administrativos.



El acontecimiento fue propicio para que los abogados de la institución compartieran un grato momento en celebración del día dedicado a esta noble profesión.

6. LA OFICINA DE ASESORÍA LEGAL EN NÚMEROS

ESTADÍSTICAS DE ASESORÍA LEGAL NOVIEMBRE 2011 A OCTUBRE 2012											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTALES
Consultas Escritas	11	3	5	4	12	8	9	12	9	9	82
Consultas Telefónicas	15	4	5	11	12	11	8	7	13	10	96
Consultas vía e-mail	2	3	1	1	1	1	1	5	2	4	21
Consultas Personales	3	3	2	3	2	3	4	4	3	5	32
Contratos	16	1	3	2	X	4	X	X	2	2	30
Adendas	2	1	X	X	1	X	X	X	X	X	4
Informe de Conducta	X	X	X	X	1	X	X	1	X	X	2
Denuncias de Medicamentos	1	X	X	X	2	X	X	1	X	X	4
Revisión de Expedientes de Defensoría de Oficio	43	5	9	9	11	13	10	13	12	15	140

IV. OTRAS ACTIVIDADES DE LA ACODECO

1. SECRETARÍA GENERAL

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

- Coordinar y dar seguimiento a los trabajos originados en las Direcciones y Departamentos que forman parte de la Autoridad.
- Confeccionar con la colaboración de los Directores y Jefes de Departamentos informes que sean requeridos por el Administrador.
- Mantener y facilitar las relaciones de tipo interno y externo que sean necesarias para la buena marcha de la Autoridad.
- Ordenar y aprobar el Plan de Divulgación y Publicaciones de la Autoridad.
- Mantener el registro actualizado de todos los edictos que se han firmado en la unidad.
- Firmar y autenticar aquellos documentos y circulares que sean autorizados por el Administrador y/o relacionados con el manejo administrativo de la Institución.
- La Secretaría General desarrolla sus objetivos y funciones a través de tareas estrechamente coordinadas entre cada uno de los funcionarios que la componen.

Actualmente está integrada por María Adan, Secretaria General, Boris Lasso Asistente, Esmeralda de Gálvez, Dayana de la Cruz y Leinayel Rueda secretarias del Despacho.

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

La Secretaría General en Cifras.

Anualmente son refrendadas una cantidad superior a las diez mil resoluciones, unos cuatro mil edictos y se autentican una cifra superior a los 800 expedientes. Todo esto sumado a la labor de recepción y distribución de la correspondencia dirigida al Administrador, proveniente de otras instituciones gubernamentales y entes privados.

2. 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 de octubre de 2007, Artículo 86, numeral 17 y Artículo 107.

Logros más significativos del Juzgado Ejecutor en el año 2012.

En el periodo del mes de noviembre del 2011, al mes de octubre del 2012, se ha recaudado la suma de **TRESCIENTOS SETENTA Y SEIS MIL TREINTA Y UN BALBOAS CON 42/100 (B/. 376,031.42)**, producto de ochocientos setenta y cuatro (**874**) expedientes provenientes de las diferentes Oficinas Regionales y Direcciones de la Autoridad.

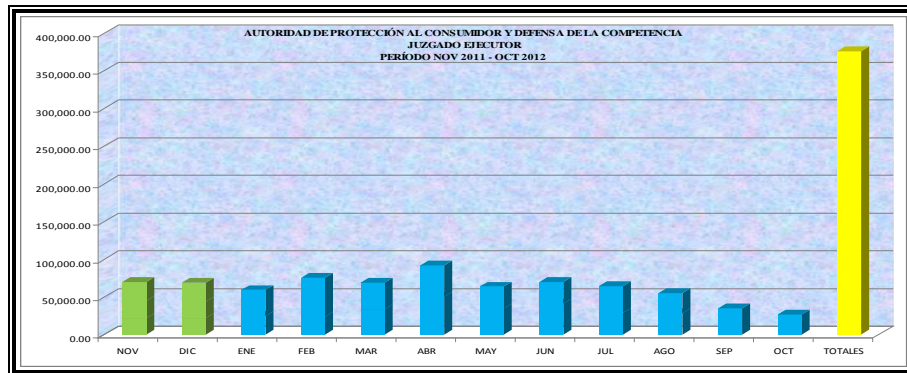
De los ochocientos setenta y cuatro (**874**) expedientes que ingresaron hasta el mes de octubre, podemos mencionar que: **trescientos treinta y seis (336)** expedientes fueron cancelados, **seis (6)** fueron anulados, **ochenta y seis (86)** expedientes se encuentran en arreglo de pago y **cuatrocientos cuarenta y seis (446)** se encuentran en trámite de gestión.

Se concluyó el Proyecto del Manual de Procedimiento de la Jurisdicción Coactiva.

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

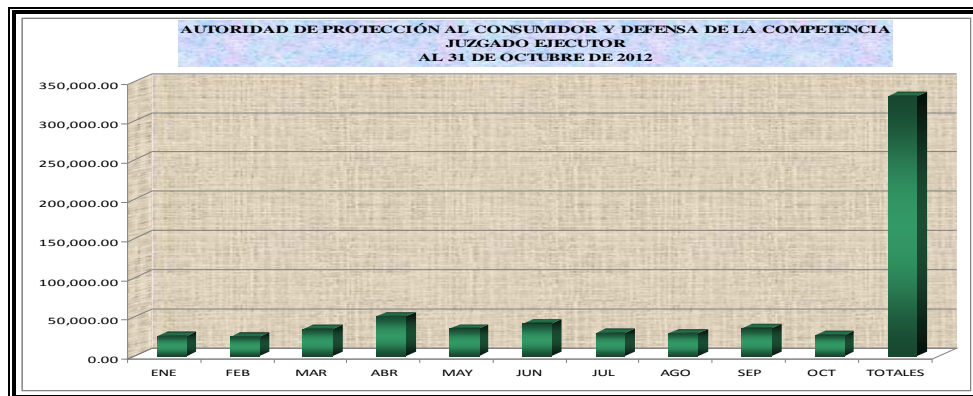
Durante el año 2012, el equipo del Juzgado Ejecutor, con mucha dedicación, compromiso, armonía y vocación de servicio, ha contribuido con el logro de los principales objetivos institucionales, procurando aumentar la eficiencia en el desempeño de sus labores, implementando las directrices emanadas del 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.

AÑO-2011		AÑO-2012										
NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	TOTALES
22,457.25	22,169.98	25,438.87	24,548.48	34,082.23	50,634.74	34,891.23	41,398.05	29,235.52	28,958.23	35,359.02	26,857.82	376,031.42



B/. 376,032.42

AÑO 2012	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	TOTALES
	25,438.87	24,548.48	34,082.23	50,634.74	34,891.23	41,398.05	29,235.52	28,958.23	35,359.02	26,857.82	331,404.19



B/. 331,404.16

Secuestro y Remate de los Bienes del Almacén de Mini Mundo



3. 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, además de la calidad de la información para la toma de decisiones.

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

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

Durante el año 2012, se realizaron inversiones en tecnología de informática, comunicaciones y otros en la Acodeco. Por un monto de **B/. 145,591.35**, 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.

Configuración y migración de base de datos SQL Server.

Inversiones en equipos informáticos, programas en todas las oficinas administrativas y Técnicas de la Acodeco:

- Computadoras.
- PC. Portátil de alta tecnología para el salón de reuniones.
- Baterías de seguridad (UPS).
- Impresoras láser a colores.
- Compra de herramientas para taller de Informática.
- Programas en general.
- Renovación de licencias.
- Compra de antivirus.
- Nuevos equipos para Call Center.

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

- Administraciones Regionales.

- Departamento de Conciliación.
- Departamento de Decisiones.
- Departamento de Defensoría de Oficio.
- Departamento de Verificación.
- Departamento de Investigaciones del Consumidor.
- DIPREV.
- Unidad de Acodeco En Tu Comunidad.

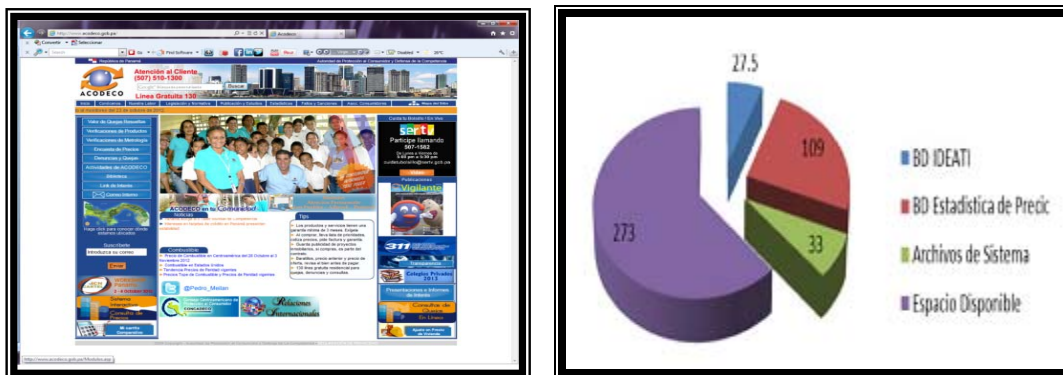
A Nivel Nacional

Mantenimiento de los equipos informáticos en las 10 Oficinas Regionales de la Acodeco.

Equipamiento y modernización de las Oficinas Regionales

Actualización diaria, mantenimiento y diseño de la página web de la Acodeco.
www.acodeco.gob.pa

En el 2012 se crearon nuevos botones de acceso y aplicaciones en nuestra página web.



4. RELACIONES PÚBLICAS

La Oficina Institucional de Relaciones Públicas de ACODECO se enfocó en el lema institucional “Un consumidor informado tiene poder”, para incrementar su labor informativa y mediática en todo el territorio nacional.

Como responsables del principal programa educativo televisado para los consumidores, Cuida Tu Bolsillo, se realizaron cambios en la escenografía y en su presentación, modernizando la línea creativa que pondera el concepto de las compras en general. El Sistema Estatal de Radio y Televisión (SERTV) destacó tanto en su escenografía, como en la presentación del programa, los códigos de barra y animaciones alusivas al tema de consumo. CUIDA TU BOLSILLO llevó a las pantallas de los televidentes, 237 ediciones, en donde se destacaron los “Miércoles de Jubilados”, programa dirigido especialmente a los consumidores de la tercera y los programas sobre orientación financiera desarrollando los temas de manejo

de crédito, al igual que las verificaciones que realiza la entidad, logrando recibir 778 llamadas, referentes a consultas y denuncias de los consumidores.



DEFIENDE TU DERECHO, segmento de ACODECO que se transmite los martes y viernes en el noticiero matutino de Telemetro Reporta, logró 99 participaciones, desarrollando temas de actualidad desde diversos puntos de la ciudad y captando el interés de la población, lo que nos llevó a realizar orientación a los consumidores desde otra ventana, la revista Tu Mañana, también de la Corporación MEDCOM, S.A. registrándose 17 participaciones de los funcionarios de ACODECO. Actualmente el programa Buenos Días que se transmite a través de la pantalla de TVN (canal 2), incluye un segmento para orientación y educación a los consumidores, dándose hasta la fecha, seis participaciones.



ACODECO procura llegar a las diferentes teleaudiencias para llevar su mensaje educativo sobre los deberes y derechos de los consumidores, por lo que durante el periodo en mención, se realizaron 14 dramatizaciones de casos comunes entre los consumidores y agentes económicos con el peculiar formato del programa “La Cáscara”, que transmite TVN-2.

ACODECO destacó en sus operativos de vigilancia en cuanto a la verificación por el uso indebido de tanques de gas, venta de productos vencidos, foros de competencia y carteles, entre otras actividades de relevancia, que ocuparon espacios informativos en los medios de comunicación social, escrita, televisiva, radial y virtual.

A través de su sección de edición audiovisual, se han producido diversos materiales sobre la labor que realiza ACODECO. En su canal de “You Tube”, “ACODECOVIDEOS”, se subieron 110 videos documentales. También se apoyó en la grabación de perifoneos, para las vistas comunitarias de ACODECO en tu Comunidad. Adicional a esto, el equipo de edición

creó 20 documentales, sobre diferentes temas de consumo y protección al consumidor, para ser transmitidos en el programa Cuida Tu Bolsillo.

Continuando con participación activa de los voceros institucionales, se logró la participación en 2,415 programas noticiosos y de comentarios, así como revistas informativas y de televisión. En la mayoría de las participaciones mediáticas se contó con la intervención del administrador de la ACODECO, Lic. Pedro Meilán.

En la actualidad, la institución cuenta con un equipo de 106 voceros institucionales, a nivel nacional, que tienen la labor de informar y divulgar las principales acciones institucionales en los medios de comunicación social. Con este propósito, se creó la Unidad de Vocería de la Oficina de Relaciones Públicas que tiene la responsabilidad y gestión operativa de los voceros de ACODECO.



La Oficina Institucional de Relaciones Públicas, publicó y distribuyó 25 ediciones del boletín interno informativo HOLA ACODECO. Este medio interno facilita la información de actividades de todas las unidades de la institución, así como las principales experiencias de los colaboradores de la ACODECO.

En lo referente a cobertura periodística de actividades, se elaboraron 121 notas de prensa, destacando temas como atención de quejas por más de 55 millones, operativos especiales de Cuaresma y Semana Santa, Navidad, inicio del año lectivo, entre otros. Se participó en la cobertura fílmica y fotográfica de 22 operativos de verificación y 82 actividades diversas.

En las publicaciones en los medios impresos se dio prioridad a los costos más bajos y más altos de la Canasta Básica del Ahorro (123 publicaciones); requerimiento de información sobre tarjetas de crédito y financiamiento (10); ACODECO en tu Comunidad (12); estudio comparativo de tarjetas de créditos y financiamiento (3); módulos de atención (2); recomendaciones navideñas (12); avances de operativos navideño (12); resultados de operativos (3); Día mundial de los Derechos del Consumidor (2); y Día del Jubilado y Pensionado (2).

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

(CONCADECO). Igualmente, semanalmente se mantiene actualizada la sección de noticias de la página web de la ACODECO.

5. OFICINA INSTITUCIONAL DE RECURSOS HUMANOS

CAPACITACIÓN

Para la ACODECO, el periodo 2012 la capacitación ha sido una de las áreas de la Administración.

El siguiente cuadro recoge la cantidad de servidores públicos capacitados según el área de trabajo y el número de horas de capacitación desde noviembre de 2011 a octubre de 2012:

ÁREA DE UBICACIÓN	No. S /Públicos	Horas de Capacitación
ADMINISTRADOR	98	2096
DIRECCIÓN DE LIBRE COMPETENCIA	21	386
DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	175	3348
TOTAL	294	5830

BIENESTAR AL EMPLEADO

Se realizaron actividades encaminadas a lograr los objetivos del área, como es el caso de la Semana de la Secretaria, Día de la Madre, Campaña del Autismo y la Campaña de la Cinta Celeste y Rosada. Sobre estas dos últimas actividades, se dictaron charlas sobre el tema, Confección de Murales, Exámenes de Papa Nicolau, Mamografía y se participó con un grupo representativo de funcionarios en la Camita de cierre de la Campaña en la Cinta Costera.

La institución es miembro de la Comisión Nacional de Discapacidad (CONADI) en el área de Derechos Humanos; participó de la jornada de sensibilización sobre la Ley 42, con una representación de seis funcionarios, como enlaces de la provincia de Bocas del Toro, Chiriquí, Veraguas, Los Santos, Herrera y Coclé.

Se prestaron los servicios de toma de presión arterial (39 funcionarios), vacunación contra el Sarampión, Influenza y Tétano (72 funcionarios), PAP (39 funcionarios), Mamografías (24 funcionarias), Examen de PSA (5 funcionarios) Asistencia Farmacéutica (330) funcionarios. Además se tramitaron citas médicas, y atención de casos de urgencias.

AGASAJO A LAS MADRES EN SU DÍA, 8 DE DICIEMBRE DE 2011



HOMENAJE A LAS SECRETARIAS, JEFAS Y JEFES EN SU DÍA 2012



CAMPAÑA DE LA CINTA ROSADA 2012



CAMPAÑA DE VACUNACIÓN 2012



CHARLA SOBRE CÁNCER DE MAMA



ÁREA TÉCNICA

Otro aspecto tratado a nivel de la OIRH, y que representa una práctica positiva encaminada a la búsqueda de un servicio de calidad para los usuarios, lo representa el Programa de Evaluación de Desempeño, cuyos resultados se están utilizando a nivel del recién creado

Programa de Meritocracia. Estas prácticas están encaminadas a lograr un servidor público identificado con la Institución.

En esta misma línea de pensamiento, se hace necesario anotar que a nivel de la OIRH, se está implementando el Sistema Workflow, mejor conocido como sistema de Flujo de Trabajo; el cual consiste en un conjunto de tareas ejecutadas de forma secuencial o en paralelo por distintos miembros para la consecución de un mismo objetivo. Este sistema permite acercar personas, procesos y maquinas, con el objeto de reducir tiempo y acelerar la realización del trabajo.

VARIOS

La Estructura de Personal de la ACODECO ha tenido un incremento del 58% en relación a la planilla del 2006, todo ello a raíz de la demanda del servicio que presta la institución a la comunidad:

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

6. DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

El propósito de la Dirección de Administración y Finanzas de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, es utilizar con eficiencia los recursos financieros del Estado, por lo cual se compromete a llevar con eficacia una buena planificación, coordinación, supervisión y ejecución de estos recursos para el buen desarrollo de nuestras funciones Institucionales.

La Dirección de Administración y Finanzas de la ACODECO ha enviado durante el año 2012 a funcionarios de los distintos departamentos que están bajo la dirección, a participar de capacitaciones y diplomados.

Igualmente nuestro personal ha participado en las distintas actividades de la institución a nivel Nacional, especialmente en los volantes, caminatas, y en la toma de barrios efectuada por ACODECO EN TU COMUNIDAD.

Participamos de todas las Ferias Nacionales, promocionando nuestros servicios y capacitando a los consumidores.

También se realizó el Convivio Anual de la Institución que se dio en las instalaciones del Gimnasio Yuyín Luzcando de Bethania.

Organizamos actividades como la celebración del Día de las Madres, Semana de la Secretaria y el Jefe y Caminata de la Cinta Rosada y Celeste.

Se realizaron giras de coordinación administrativa a las Oficinas Regionales a nivel Nacional, para supervisar y atender cualquier necesidad requerida.

6.1 DEPARTAMENTO DE ARCHIVO Y CORRESPONDENCIA

El objetivo del Departamento de Archivo y Correspondencia es apoyar a las distintas unidades Administrativas que conforman la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, con el fin de dar soporte logístico de mensajería, recepción, despacho de correspondencia y custodia de archivos entre otros.

El Departamento de Archivo nos esmeramos en dar un servicio óptimo a las solicitudes telefónicas que día a día se realizan desde los diferentes departamentos para el movimiento de documentos en el entorno, así como también la entrega y retiro de mensajería externa.

En el mes de julio 2012 se reforzó personal de mensajería interna con nuevas unidades , por la cual en la actualidad contamos con personal dedicados a la tarea, con el fin de dar respuesta a esas solicitudes de mensajería, también contamos con el apoyo de la unidad de Transporte para lo que es la mensajería externa.



6.2 DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

“Trabajar en unión y armonía es el camino del éxito en cualquier Institución.”

En el departamento de contabilidad reina el compañerismo y armonía laboral, esto hace que en conjunto seamos un equipo eficiente, colaborador y de vital importancia en la Institución.

COLABORADORES DEL DEPARTAMENTO

Este departamento consta del jefe encargado Lcda. Yadira Baloy y cuatro (4) funcionarios administrativos: Rufina Delgado, Diana Domínguez, Jeritza López y Misael Cisneros, juntos tratamos de fortalecer día a día dicho departamento.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Nos encargamos de garantizar la seguridad en los registros de las operaciones financieras, cuidando que las contabilizaciones se realicen en documentos comprobatorios y justificativos. El departamento de contabilidad está diseñado para que sus operaciones faciliten la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, gastos y otros dentro de las leyes, normas y reglamentos de la Institución.

OTRAS ACTIVIDADES

El departamento de contabilidad ha participado en diferentes charlas y seminarios dictado por profesionales en la materia tales como: Enfoque al Cliente, Registro de Reservas de Vigencia Expirada del Siafpa, Capacitación sobre Presupuesto de Financiamiento 2013, Conversatorios Interdepartamentales, Compras Públicas Responsables y el Rol del Sector Público, Proceso de Contrataciones Públicas, Salud Mental en lo Laboral, Capacitaciones sobre Pasajes Aéreos y Texto Único/ Ley 22- Panamá Compras y por último Caminata Institucional contra el Cáncer de Mamas y Próstata (14/10/12) en el cual participó todo el departamento.

6.3 DEPARTAMENTO DE ALMACÉN

La Unidad de Almacén con el fin de cumplir con el objetivo de apoyar a las distintas unidades administrativas que conforman la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, para este año 2012, abasteció de los diferentes Direcciones, Departamentos y Regionales de insumos que son indispensables para realizar sus objetivos.

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

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

Los logros de este año:

- Mantener el inventario al día.
- Lograr un eficiente trabajo en equipo.
- Mantener un buen desempeño y satisfacción en cuanto a los despachos de almacén.

- Una buena organización en cuanto a las requisiciones para que lleguen en el momento indicado para no desabastecer el inventario ni los departamentos.

Lo más importante de la Unidad de Almacén, es tener un buen personal de trabajo, donde haya un gran ambiente de trabajo y se maneje de una manera eficiente y coordinada con la cooperación de los colaboradores que pertenecen a la Unidad de Almacén.



6.4 DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES

El Departamento de Servicios Generales tiene como Finalidad y Objetivo de darle el Mantenimiento Preventivo a todos los Departamentos para cumplir las necesidades de todos los Funcionarios de la Institución.

Entre las Actividades más Importante que se desempeñas en el Departamento de Servicios Generales:

1. Instalación y Desinstalación de carpas en las diferentes actividades Educativas e Institucionales (Jumbo Feria).
2. Colocación de Rampas de madera y pasamanos en los pasillos de la Institución.
3. Remodelación de la Cafetería de Planta Baja.
4. Remodelación del Call Center, Atención al Consumidor, Biblioteca y Recepción.
5. Habilitación y Pinturas de Oficinas.
6. Almacenamiento de Mobiliarios de Descarte.
7. Reparación de Equipos y Mobiliarios de Activos Fijos de la Institución.
8. Actualmente tenemos un lavador de Autos que pertenece al Departamento de Servicios Generales.
9. Mudanza de Mobiliarios y Equipos de la Regional de Bocas del Toro.
10. Instalación de paredes de madera y pintura del Stand de la Feria de Tanara.
11. Adecuación y Pintura del Stand de la Feria de Boquete, Chorrera.



6.5 UNIDAD DE SEGURIDAD

Dentro de los logros más importantes obtenidos durante el año 2012, en la Unidad de Seguridad se puede señalar lo siguiente:

1. Hemos avanzado en cuanto a la vigilancia dentro de la institución, ya que es obvio que las novedades son menores a otros tiempos.
2. Se brindó los servicios de protección y seguridad institucional, tanto a los directivos personal y públicos que ingresa a las áreas labores, así como a los bienes e instalaciones físicas de la institución.
3. Se logró la capacitación del personal en Seguridad, para la Prueba del Polígono
4. Se le brindó capacitación en cuanto a la atención al consumidor.
5. Se logró la adquisición de los uniformes y zapatos para todo el personal del Departamento de Seguridad.
6. Se logró la adquisición de armas, archivadores, linternas, radios portátiles para el mejor funcionamiento del Departamento de Seguridad.
7. Se logró hacer un estacionamiento en la parte trasera de la institución para todos los vehículos de los funcionarios, el cual es custodiado por el Departamento de Seguridad.
8. Se llevó el registro y controles de entrada y salida del personal y público en general que acude diariamente a las oficinas.
9. Se ha logrado hacer la revisión diaria del control de entrada y salida de los vehículos de la institución.

6.6 UNIDAD DE TRANSPORTE

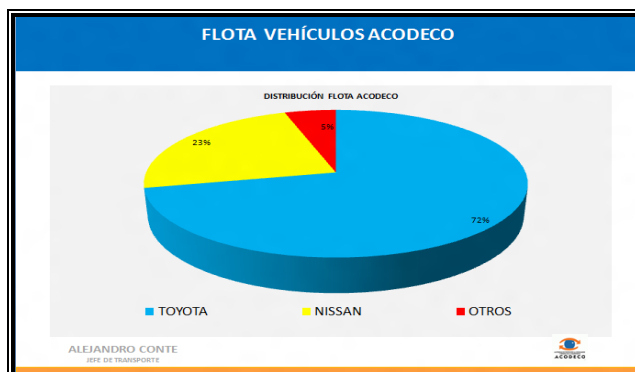
Actualmente este departamento cuenta con algunas nuevas unidades, para prestar el servicio a los diferentes departamentos que lo requieran, la demanda en las misiones ha ido en aumento por lo que se han tomado una serie de medidas con miras a satisfacer la misma, entre ellas el establecimiento de los nuevos formatos que deberán ser llenados por los requirentes, de esta forma, con un grado de eficiencia se cubren varias misiones, en este formato se solicita colocar además del destino, la duración en tiempo de la misión y quienes acudirán a ella, permitiendo programar otras misiones.

Dentro de las actividades realizadas están los conversatorios que se han dictado para todo el personal, que utiliza de manera directa los vehículos de la Autoridad, éstos se llevaron a cabo

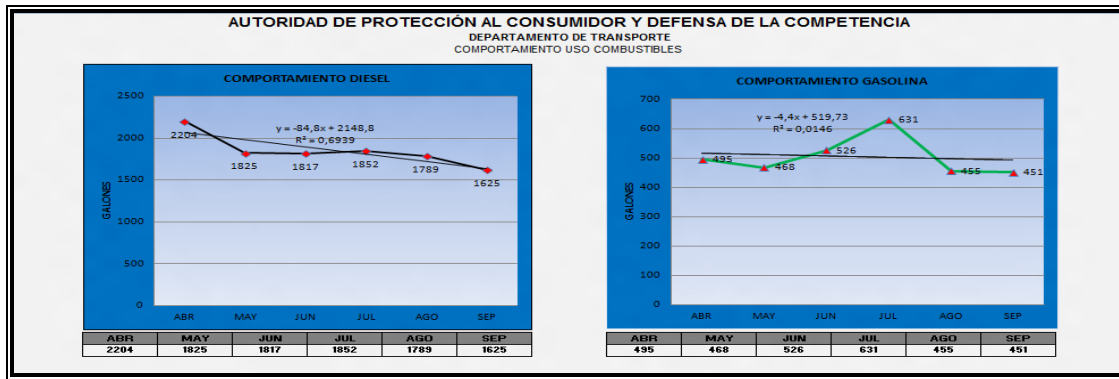
en la Sede Central, alcanzando algunas Regionales tales como la de Chiriquí, Herrera, Los Santos y Coclé, el primer tema: Concejos para el mejor Desempeño del Conductor y a finales de octubre se dio el otro tema que incluye a su haber conocimientos respecto a la importancia de la Lubricación del Motor y otro tema de actualización el de lo referente a las baterías y su tamaño para los diferentes vehículos.



La formación es un arma poderosa que transforma positivamente a las organizaciones gubernamentales o de carácter privado y también a las personas. En otro aspecto se hicieron las programaciones de mantenimiento preventivo con todos los proveedores involucrados con nuestra flota, permitiendo esta planificación cumplir con toda la flota de la institución.



Se hicieron los arreglos pertinentes para evitar los atrasos en las gestiones de cobro por parte del proveedor de combustible, haciendo las correcciones y las sugerencias para que al momento de conciliar no se tuviera diferencias estableciendo el formato adecuado para la hoja de trabajo. Cabe destacar que durante los meses de julio a septiembre se observa una disminución en el uso de combustible, el establecimiento de esta tendencia permite hacer los ajustes necesarios para terminar el segundo semestre del año.



Toda la Flota vehicular de la ACODECO, debe estar identificada con el logotipo de la institución el mismo debe estar en buenas condiciones, por lo que durante los meses de julio y agosto se estuvieron reemplazando los mismos, así como sus respectivas placas oficiales, las cuales deben portar en la parte posterior cada uno de los vehículos. Excepto aquellos vehículos con asignación permanente.



Todos los conductores realizan diariamente al inicio de la jornada laboral la revisión general del vehículo, que comprende: el motor, batería, el sistema eléctrico, los niveles de agua, combustible, aceite, llantas, frenos, dirección y el estado de la carrocería, a fin de garantizar las condiciones óptimas del vehículo.

El programa de mantenimiento de los vehículos ha permitido que éstos presenten un buen estado mecánico y eléctrico, de ocurrir algún desperfecto ajeno el conductor está obligado a reportar de inmediato cualquier eventualidad o anomalía que se presente, de esta manera, más del 90% de la flota fue atendida en los talleres autorizados por la Dirección Administrativa.

6.7 UNIDAD DE REPRODUCCIÓN Y FOTOCOPIADO

Durante el año 2012, se dio asistencia a todos los departamentos de la institución; en lo referente a copias, encuadernado, plastificaciones, letreros, afiches y folletos. De todos los Departamentos la asistencia más significativa se le otorgó al Departamento de ACODECO En Tu Comunidad, en lo que fue tirajes de folletos, volantes, encuestas, calcomanías y volantes de la Ley N°6. y el Departamento de Educación en folletos y volantes para ser distribuidos a todas las Oficinas Regionales tales como: Folletos de Derechos del Consumidor, Folletos de

Deberes del Consumidor, Folletos de Controle sus Gastos, Folleto de Quejas y Denuncias, Recomendaciones para adquisición de Vivienda, Como Ahorrar Energía, Adquisición de Autos, Orientación Historial de Crédito, Folletos de Ley 6, Folletos de Consumidores Vigilantes, , Volante de Consumo Saludable, Volante de Proveedor Exitoso, Libros de Colorear de Vigilín, Volantes de Peso de Pan, Encuestas de Precios.

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

En este año también se realizó el cambios de todos los equipos de fotocopiado, ya que finalizamos contrato con la empresa CDP Digital S.A; e iniciamos a partir del mes de Marzo contrato con la empresa DUPLIRISO S.A; en donde esta última sule de equipos que realizan tres funciones, fotocopiado, impresión y escáner.



Presentamos Cuadro Comparativo de los equipos de fotocopiado Bizhub 350, full color y duplicador desde Enero hasta Septiembre de 2012.

Panamá Centro										
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Total
Tesorería 31138147	6,029	4,514	1,494	5,441	6,392	6,837	6,012	6,946	5,798	49,463
Reproducción 4334328	8,227	10,046	2,231	7,236	7,697	6,189	8,132	11,761	22,211	83,730
Decisiones 4339416	11,257	8,741	3,803	7,902	10,007	8,710	7,583	8,078	8,782	74,863
Despacho 31106099	4,117	3,578	2,288	1,182	1,524	1,029	1,592	1,595	1,567	18,472
Conciliación 31138006	8,052	6,683	2,725	6,438	6,528	7,223	7,143	8,228	6,847	69,867
Investigaciones 4332487	4,444	5,126	8,266	9,179	9,691	9,348	8,636	5,905	6,506	67,101
Presupuesto 31138429	5,519	7,706	1,287	5,542	4,845	4,281	5,079	5,657	4,593	44,509
Recursos Humanos 4339179	6,202	9,000	1,983	5,650	5,635	4,310	4,575	4,521	3,943	45,819
Dirección de Protección al Consumidor 4330027	0	0	475	3,444	2,967	5,506	3,837	4,255	5,524	26008
Defensoría de Oficio 4333005	0	0	265	1,226	3,381	3,415	5,309	4,883	2,305	20784
Secretaría General 31132917	0	0	959	2,991	3,644	3,639	3,319	3,662	3,278	21492
Total Global										512,108

Regionales										
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Total
Coclé 4332362	4,207	7,278	6,324	5,710	4,956	5,436	7,816	7,947	5,272	54,946
Los Santos 4333177	2,645	3,455	3,022	2,778	3,833	4,277	3,199	4,146	3,233	30,588
Veraguas 4339509	5,167	6,896	7,168	5,177	5,961	8,039	6,389	7,771	6,407	58,975
Herrera 4339866	4,945	8,750	5,292	6,271	5,299	6,228	5,859	7,832	3,537	54,013
Colón 4332668	3,302	4,805	5,779	3,607	6,499	5,563	6,421	7,201	6,720	49,897
Chiriquí 4337165	5,937	1	8,801	6,569	7,170	6,648	8,606	8,112	9,194	61,038
Bocas del Toro 2955401439	5,608	5,383	8,344	4,584	4,775	5,299	6,101	4,092	2,884	47,070
Panamá Oeste 4337830	1,411	2,436	2,782	2,571	2,395	5,048	2,309	2,047	2,795	23,794
Panamá Este 4339852	6,566	1,705	7,475	2,242	8,292	7,587	5,390	6,183	6,498	51,938
Total Global										432,259

Full Color C353										
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Total
Color	3,754	3,020	Prestamo	4386	6,121	8,375	5,924	9,331	6,240	47,151
Blanco y Negro	344	467	Prestamo	596	1,504	65	1,614	2,113	5,731	12,434
Total Global										59,585

Duplicador										
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Total
EZ-390	53,422	103,382	95,360	77,021	43,219	37,300	33,848	40,411	15,859	499,822

-  Equipos RICOH DIGITAL S.A (Culminación de Contrato 28 de febrero de 2012.)
-  Equipos DUPLIRISO S. A

Participación en el taller de Competencia ICN (International Competition Network), llevado a cabo en el Hotel Sheraton; durante nuestra participación se confeccionaron gafetes y diédros personalizados previos al evento y apoyo al área de soporte con la impresión del material utilizados en los diferentes talleres.

6.8 DEPARTAMENTO DE TESORERÍA

El Departamento de Tesorería es sinónimo de custodio de los valores de la Institución. Desde el recibo de los documentos en recepción, la preparación de los gastos, viáticos, registro correcto de las cifras en libros, control del flujo de caja, entrega de cheques. Todo lo anterior representa una dinámica constante tanto de labor diaria como de verificación permanente. Lo anterior aunado a los controles financieros de los ingresos de las multas tanto del interior como de la ciudad de Panamá; implica una entrega y dedicación por parte de los funcionarios que laboran en Tesorería. El profesionalismo y la honradez, distinguen a este departamento. La dinámica desarrollada en la comunidad, y la gran cantidad de operativos de inspección por parte de ACODECO; obligan de cierta manera a que el personal del Departamento de Tesorería se mantenga cónsono con dicho incremento, en otras palabras, se debe de interactuar de manera conjunta para que la atención fluya en forma constante tanto para los Agentes Económicos y el propio personal de nuestra Institución.

Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia													
Recaudación Multas por Provincia													
Noviembre 2011 – Octubre 2012													
MESES	Nov.	Dic.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Total
Bocas del Toro	1,678.00	120.00	5,498.00	1,930.50	3,657.00	3,391.00	1,030.00	0.00	7,535.50	4,715.00	495.00	3,915.00	38,965.00
Chiriquí	5,730.00	000.00	1,617.50	4,235.00	2,265.00	4,020.00	5,100.00	4,895.00	5,135.00	13,996.50	7,387.50	2,445.00	59,826.50
Darién	2,885.00	200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3,085.00
Coclé	1,220.00	319.00	2,250.50	1,995.00	1,940.00	5,146.25	2,562.75	3,516.00	4,980.75	3,299.50	4,276.00	2,571.25	38,077.00
Colón	850.00	160.00	3,886.50	1,967.50	2,155.00	2,880.00	3,091.50	3,356.50	2,382.50	3,242.50	2,105.00	1,530.00	31,607.00
Herrera	4,371.25	392.75	2,477.25	1,083.50	2,008.75	2,711.25	2,933.75	3,389.59	3,292.75	3,600.75	3,521.75	3,472.25	35,255.59
Los Santos	605.00	810.54	2,773.77	546.25	841.25	490.00	963.25	1,958.75	822.25	1,938.50	804.00	1,400.00	14,953.56
Panamá	47,019.25	653.44	15,788.10	97,299.48	56,250.48	268,651.24	253,797.48	65,582.21	45,801.33	36,881.98	39,599.27	47,948.82	1,119,273.08
Panamá Oeste	1,325.00	275.00	3,515.00	3,000.00	8,135.00	10,579.00	4,647.50	2,480.00	3,017.50	1,915.00	2,210.00	9,277.50	52,376.50
Panamá Este	5,825.00	644.25	1,700.00	4,540.00	2,956.00	3,100.00	2,357.50	3,232.50	5,028.50	7,110.50	2,220.00	2,990.00	45,105.00
Veraguas	1,298.75	045.00	7,812.25	5,096.25	1,448.75	3,161.00	4,157.50	2,192.50	2,730.00	4,728.00	2,845.50	4,348.00	42,462.75
Total	807.25	619.98	7,318.87	1,693.48	657.23	1,129.74	1,641.23	603.05	726.08	428.23	464.02	897.82	80,986.98

RECAUDACIÓN DE MULTAS MENSUALES			
MESES	AÑOS		TOTAL
	2011	2012	
ENERO	147,318.87	147,318.87	
FEBRERO	121,693.48	121,693.48	
MARZO	81,657.23	81,657.23	
ABRIL	304,129.74	304,129.74	
MAYO	280,641.23	280,641.23	
JUNIO	90,603.05	90,603.05	
JULIO	80,726.08	80,726.08	
AGOSTO	81,428.23	81,428.23	
SEPTIEMBRE	65,464.02	65,464.02	
OCTUBRE	79,897.82	79,897.82	
NOVIEMBRE	72,807.25	72,807.25	
DICIEMBRE	74,619.98	74,619.98	
TOTAL	147,427.23	1,333,559.75	1,480,986.98

Cabe destacar que las cifras recaudadas en este periodo versus el año anterior se remarca la diferencia de B/.475,000.00 cobrados a los avicultores por prácticas monopolísticas en la Oficina Central. De igual forma, en las Oficinas Regionales podemos mencionar que la Regional de Chiriquí mantiene el primer lugar, en segunda posición está la Regional de Panamá Oeste con un aumento de B/.2,744.00 con relación al año anterior. La mayoría de las Regionales mostraron una disminución en las recaudaciones en comparación al mismo periodo del año anterior.

Las recaudaciones en concepto de la Ley 6 (FEJUPEN) mostraron una disminución de B/.28,770.00 en relación al mismo periodo del año anterior.

MULTAS FEJUPEN													
Noviembre 2011 - Octubre 2012													
MESES													
PROVINCIAS	NOV	DIC.	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	TOTAL
PANAMA	2,750.00	2,250.00	2,375.00	575.00	1,175.00	2,050.00	1,950.00	3,670.00	550.00	2,220.00	500.00	1,170.00	21,235.00
HERRERA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	110.00	50.00	0.00	0.00	50.00	260.00
LOS SANTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
BOCAS DEL TORO	100.00	0.00	50.00	200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	75.00	475.00
VERAGUAS	0.00	0.00	100.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	225.00	475.00
COLON	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	50.00	55.00	0.00	125.00	330.00
COCLE	150.00	50.00	0.00	0.00	200.00	0.00	250.00	75.00	0.00	50.00	100.00	250.00	1,125.00
CHIRIQUI	300.00	200.00	0.00	300.00	100.00	0.00	150.00	0.00	975.00	450.00	75.00	125.00	2,675.00
PANAMA OESTE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	50.00	150.00	250.00	0.00	250.00	250.00	1,050.00
DARIEN	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PANAMA ESTE	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	225.00	0.00	50.00	0.00	0.00	325.00
TOTAL	3,300.00	2,500.00	2,525.00	1,125.00	1,525.00	2,150.00	2,500.00	4,430.00	1,925.00	2,875.00	925.00	2,270.00	28,050.00

6.9 DEPARTAMENTO DE PRESUPUESTO

Presupuesto de Funcionamiento e Inversiones 2011-2012 (En Balboas)

TOTAL	Presupuesto 2011		Presupuesto 2012		
	Ley	Modificado	Solicitud	Recomendado	Modificado
TOTAL	9,400,000	10,238,816	12,987,280	10,235,200	10,129,322
Funcionamiento	9,304,500	10,143,316	12,591,780	10,214,200	10,108,322
Servicios Personales	6,402,700	6,385,419	6,434,839	6,434,839	6,481,638
Servicios No Personales	1,636,700	2,762,600	3,153,491	2,319,400	2,451,435
Materiales y Suministros	499,000	646,409	1,073,547	661,900	477,338
Maquinaria y Equipo	600,600	212,573	1,334,889	562,661	418,258
Transferencia Corrientes	145,500	125,815	575,014	215,400	272,153
Otras Asignaciones Globales	20,000	10,500	20,000	20,000	7,500
Inversión	95,500	95,500	395,500	21,000	21,000

Presupuesto Ley y Ejecución Presupuestaria 2006-2012				
(En Balboas)				
Año	Presupuesto	Presupuesto	Presupuesto	% de Ejecución
	Ley	Modificado	Ejecutado	
2006	3,915,900	5,410,900	4,768,441	88.0%
2007	5,174,200	5,213,830	5,015,868	96.0%
2008	5,594,100	6,418,430	6,101,241	95.0%
2009	5,618,900	7,161,406	6,700,559	94.0%
2010	7,025,600	9,773,550	9,476,143	97.0%
2011	9,400,000	10,238,816	9,856,839	96.0%
2012	10,235,200	10,129,322	8,140,615	80.0%

La ejecución del año 2012 es al 31 de octubre, faltan los meses de noviembre y diciembre

PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO E INVERSIÓN

Dentro del Presupuesto General del Estado para la vigencia fiscal de 2012, se le otorgó a la ACODECO, diez millones doscientos catorce mil doscientos balboas (B/.10,214,200.00), cuyo destino y uso fue para los gastos de funcionamiento y veinte un mil balboas (B/.21,000.00), para el presupuesto de inversión.

En el ejercicio de ejecución presupuestaria durante toda la vigencia fiscal de 2012, se modificó el presupuesto en primer lugar otorgándonos traslados interinstitucionales por cuatrocientos diecinueve mil doscientos cincuenta y cuatro balboas (B/.419,254.00); en segundo lugar debido al Decreto Ejecutivo No. 584 de 26 de julio de 2012, el cual se crea el Centro de Atención Ciudadana 3-1-1, la institución aportó de su presupuesto el monto de mil quinientos treinta y cuatro balboas (B/.1,534.00); en tercer lugar como parte del plan de contención del gasto público se nos aplicó el recorte presupuestario por quinientos veinte tres mil quinientos noventa y ocho balboas (B/.523,598.00), Siendo así que el Presupuesto de Funcionamiento se modificó a diez millones ciento veinte nueve mil trescientos veinte dos balboas (B/.10,129,322.00).

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:

- Se adquirieron nuevos locales que se habilitaron y adecuaron, para trasladar diferentes oficinas a nivel nacional.
- Se logró adecuar el sistema informático con equipos adicionales y herramientas con tecnología de punta en el sistema de planilla.
- Se le dio un significativo respaldo a todas las actividades de divulgaciones, mediante el uso óptimo del equipo de reproducción.

- d. Se divulgó a través de los medios de comunicaciones, las distintas actividades que se realizaron, como los: boletines informativos, canasta básica alimenticia, precios de combustibles.

La ejecución presupuestaria hasta el mes de octubre se ha logrado el 80%, considerando que falta dos meses por ejecutar nuestro presupuesto.

6.10 DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y PROVEEDURÍAS

FUNDAMENTO LEGAL

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

Este departamento realizó un total de 772 órdenes de compras de contrataciones de bienes y/o servicios, que comprende del 1 noviembre de 2011 al 30 de octubre de 2012.

Asistimos a la VIII Conferencia Anual de Compras Gubernamentales en las Américas.

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

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

En coordinación con la Dirección Administrativa se realizó capacitación para el personal de la Institución sobre Contrataciones Estatales.

Las Contrataciones más sobresalientes son las siguientes:

DESCRIPCIÓN	MONTO
Diseño e Implementación de un sistema gerencial de Gestión y Estandarización de Procesos para siete (7) unidades organizaciones de ACODECO	B/.150,000.00
Consultoría de Estudios Cuantitativos de Mediciones el cual tuvo como objetivo mantener una secuencia de mediciones que nos permita conocer la percepción de la Institución, así como medir la reacción de los panameños en torno a diferentes estrategias de comunicación y acciones implementadas en el transcurso del año.	B/. 7,222.50
Servicio de Comunicación a través de diez dispositivos para el monitoreo de precios en línea por el Departamento de Información de Precios y Verificación.	B/. 14,340.96
Adquisición de una Aplicación para el control de marcación y planilla y una aplicación para el manejo de flujo de trabajo de la Institución.	B/. 259,501.75
Consultoría sobre Auditoría de Diagnóstico sobre el nivel de cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad de las Áreas Institucionales que serán objeto de Certificación.	B/. 28.600.00
Consultoría en Gestión Institucional a través del Seminario Taller: Cambio de Paradigma Institucional.	B/. 29,753.49
Servicio de Hotel para la instalación del Taller IX Anual ICN (International Competition Network) en materia Red de Carteles de Competencia	B/. 53,160.40

6.11 DEPARTAMENTO DE BIENES PATRIMONIALES

Los Activos Fijo con que cuenta la institución al 31 de octubre 2012, es por un valor de B/.5,291,789.86, lo que representa un incremento de 8.9% con respecto al año anterior.

Durante la presente gestión se ha realizado:

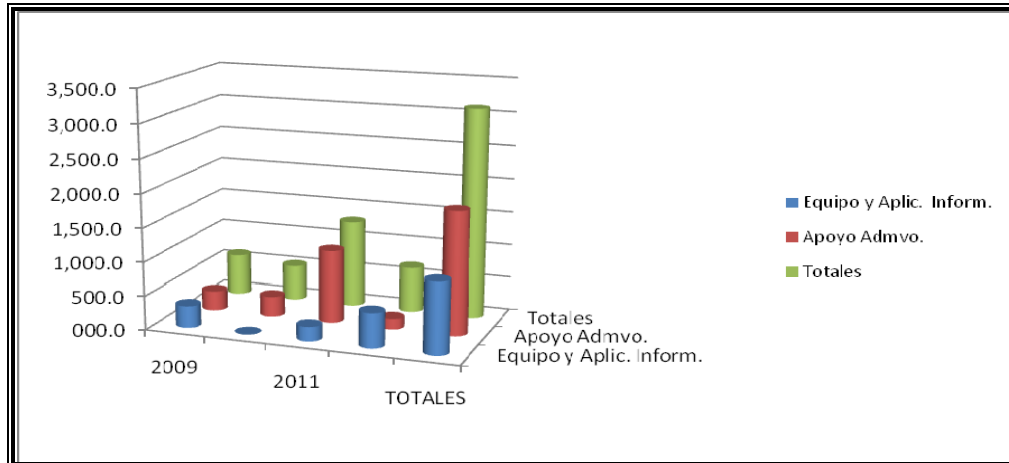
- 2 descartes de activos fijos.
- Se actualizó el Sistema de Registro Rahaman de activos fijos, lo que nos permite obtener un mejor rendimiento, eficiencia e información de existencia de los bienes con que cuenta la institución.



Las inversiones son por B/.676,248.71, resaltando el equipamiento de las renovaciones de licencias y programas informáticos para la actualización de los equipos con los que cuenta la institución y así estar a la vanguardia de la tecnología. A la vez las inversiones a los diferentes departamentos y unidades administrativas para brindar una mejor atención a los consumidores.

La presente gestión de gobierno ha dado un gran apoyo en inversiones a la ACODECO para la prestación de servicio de asistencia al consumidor siendo de B/. 3,119.448.71 es de un 81.2% una vez iniciado el período.

INVERSIONES 2009 - 2012.



(EN MILES DE BALBOAS)

Activos Fijos	2009	2010	2011	2012	TOTALES
Equipo y Aplic. Inform.	326.2	232,8	213.8	517.4	1,057.40
Apoyo Admvo.	290.1	297.8	1,082.50	158.8	1,829.20
Totales	616.2	530.6	1,296.30	676.2	3,119.30

V. ACTIVIDADES INTERNACIONALES

A. ACTIVIDADES INTERNACIONALES EN LAS CUALES PARTICIPÓ LA ACODECO

Noviembre 2011

Seminario sobre reparación de daños de productos defectuosos, en el marco de la Red Consumo Seguro Salud.

14 al 17 de noviembre en Bogotá, Colombia. Organizado por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de Colombia. Participaron dos funcionarios.

Febrero 2012

Foro Global de Competencia.

16 al 17 de febrero en París, Francia. Coordinado por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD). Participaron dos funcionarios.

Conferencia anual y Taller de buenas prácticas de la Red Internacional de Protección al Consumidor (ICPEN por sus siglas en inglés).

28 y 29 de febrero, 1º y 2 de marzo en San José, Costa Rica. Organizado por la Red Internacional de Agencias de Protección al Consumidor (siglas ICPEN en inglés) y la Dirección de Apoyo al Consumidor (DACO). Participaron cuatro funcionarios.

Marzo

Reunión extraordinaria de validación y toma de decisiones del grupo de trabajo de política de competencia de Centroamérica.

14 de marzo en San Salvador, El Salvador. Organizado por la Superintendencia de Competencia (SC) de El Salvador. Participó un funcionario.

Programa de la IX Edición de la Escuela Iberoamericana de Defensa de la Competencia.

Madrid, España del 26 al 30 de marzo. Organizado por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) de España. Participaron dos funcionarios.

Abril

Conferencia anual de la Red Internacional de Competencia (ICN por sus siglas en inglés). 17 al 20 de abril en Río de Janeiro, Brasil. Organizado por ICN. Participaron tres funcionarios.

Mayo

Taller de Desarrollo de la Infraestructura de la Calidad en Centro América.

10 y 11 de mayo en Guatemala. Organizado por la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Participó un funcionario.

Junio

Reunión del grupo de trabajo sobre comercio y competencia en América latina y el Caribe.

18 y 19 de junio en Lima, Perú. Organizado por SELA, UNCTAD e INDECOPI. Participaron tres funcionarios.

Foro Centroamericano de Competencia.

25 y 26 de junio en Ciudad de Panamá, Panamá. Organizado por ACODECO. Participaron 18 funcionarios.

Septiembre

IX Foro Latinoamericano de Competencia y IX Foro Iberoamericano de Competencia

18 al 20 de septiembre en Santo Domingo, República Dominicana. Organizado por la OECD y Procompetencia. Participaron tres funcionarios.

Octubre

Taller de Carteles de International Competition Network (ICN).

2 al 4 de octubre. Ciudad de Panamá, Panamá. Organizado por ICN y ACODECO. Participaron veinte funcionarios.

Taller de buenas prácticas y conferencia anual de ICPEN.

9 al 12 de octubre en Ghent, Bélgica. Organizado por ICPEN. Participaron tres funcionarios.

VII Reunión internacional y capacitación sobre cooperación internacional para la seguridad de productos.

15 al 19 de octubre en Bruselas, Bélgica. Organizado por Organización Panamericana de Salud (OPS) y Organización de Estados Americanos (OEA). Participaron tres funcionarios.

VIII Conferencia Mundial de Información de Crédito.

21 al 23 de octubre en Taipei, Taiwan. Organizado por el Banco Mundial. Participó un funcionario.

B. TELECONFERENCIAS INTERNACIONALES EN LAS QUE PARTICIPÓ LA ACODECO DE NOVIEMBRE 2011 A OCTUBRE 2012.

Alianza Interamericana de Competencia.

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

Red Internacional de Competencia.

Cada tres meses se participa 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.

Grupo de Trabajo Comercio y Competencia, Organizado por la Secretaría Económica de Latinoamérica (SELA) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés).

Periódicamente se participa en teleconferencia entre las Agencias de Competencia y Ministerios de Comercio de América Latina para mostrar los avances, asignar nuevas responsabilidades y tomar decisiones relacionadas con el Grupo de Trabajo.

Grupo de Trabajo Centroamericano de Competencia, proyecto de Bien Público Regional (BPR) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Periódicamente hay teleconferencias o videoconferencias entre las Agencias de Competencia de Centroamérica para mostrar los avances, asignar nuevas responsabilidades y tomar decisiones relacionadas con el Grupo de Trabajo.

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

La Dirección Nacional de Protección al Consumidor tuvo representación en varios eventos internacionales, enfocados precisamente en la importancia de velar por la protección y defensa de los derechos de los consumidores, entre los que destacan: reunión de OCDE el 16 y 17 de febrero de 2012, que tuvo lugar en París, Francia, en el que se trató la volatilidad de los precios de los productos, entre otros temas. En la reunión plenaria de la International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN) realizada en San José, Costa Rica, los días 28 y 29 de febrero de 2012 y en la reunión en Bruselas, Bélgica, los días 11 y 12 de octubre de 2012, en la cual se oficializó la elección de Panamá como la nueva Presidencia Pro-Témpore 2013-2014, que se recibirá en 2013. La ICPEN es una red internacional de agencias gubernamentales de protección al consumidor, cuyo objetivo es fomentar una mayor participación y cooperación entre los organismos encargados de hacer cumplir la protección de los consumidores, formada por 42 países y 9 organizaciones asociadas.



En su calidad de Secretariado Técnico 2011-2012, del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor, estuvo a cargo de la Dirección de Protección al Consumidor la realización del cronograma de trabajo, conformación de agenda, atención de consultas de los miembros y el desarrollo de gestiones de seguimiento a los grupos de trabajo y de apoyo para la realización del VI Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), que tuvo lugar en Santiago de Chile, los días 15 y 16 de

noviembre de 2012, instancia que convoca a las más importantes agencias gubernamentales de protección al consumidor de la región iberoamericana, acto en el que se presentó el informe de la Secretaría Técnica del Foro.

V Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC) el mes de Septiembre de 2012, Buenos Aires, Argentina.

Igualmente, se participó en la semana internacional de la seguridad de los productos, en Bruselas, Bélgica, del 15 al 19 de octubre de 2012, espacio en el que se tuvo la oportunidad de conocer experiencias regulatorias y de protección de los consumidores, en la que participaron más de 30 países a nivel mundial. Esto como parte del interés de esta Dirección en fomentar iniciativas regulatorias que permitan una más efectiva protección de la integridad y la salud de los consumidores, muchas veces puesta en riesgo por la existencia de productos con potencial riesgo para de afectación de los consumidores, siendo una de las áreas de mayor preocupación, la seguridad en los productos dirigidos a los más vulnerables, nuestros niños y niñas.

CARTA DE PRESENTACIÓN

II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

A. DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

1. DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN	
1.1 Consultas Educativas	15
1.2 Programas de Capacitación	15
1.3 Jornadas Educativas	16
1.4 Distribución de Material Educativo y Promocional	16
1.5 Participación en los Medios de Comunicación	16
1.6 Módulos de Atención al Consumidor	17
2. DEPARTAMENTO DE VERIFICACIÓN	18
3. DEPARTAMENTO DE METROLOGÍA	22
3.1 Implementación de la ley 52 del 11 de Diciembre de 2007 en Panamá	24
3.2 Verificación de Estaciones de Combustible	27
3.3 Verificación de Escáner	28
3.4 Verificación de Materiales de Construcción	29
3.5 Verificación de Balanzas	30
3.6 Verificación de Contenido Neto de Productos Preempacados	32
3.7 Verificación de Grasas y Aceites Reutilizables	32
3.8 Verificación de la Venta de Pan por Peso	33
4. DEPARTAMENTO DE DEFENSORÍA DE OFICIO	33
4.1 Recepción de Quejas Administrativas	34
4.2 Devolución de Quejas Administrativas	34
4.3 Quejas Administrativas Pendientes	34
4.4 Asesorías a los Consumidores	34
4.5 Proyectos de Demandas	35
4.6 Demandas	35
4.7 Audiencias y Prácticas de Pruebas	35
5. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN AL CONSUMIDOR	36
6. DEPARTAMENTO DE ASISTENCIA AL CONSUMIDOR Y CONCILIACIÓN	38
6.1 Estructura Organizacional	39
a. Área de Asistencia al Consumidor	39
b. Área de Veracidad de la Publicidad	43
c. Área de Conciliación	48
d. Área del Call Center	48
7. DECISIÓN DE QUEJAS	50

B. COORDINACIÓN DE REGIONALES	53
C. UNIDAD DE ACODECO EN TU COMUNIDAD	70
II. ACTIVIDADES EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA	
1. INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS	74
1.1 Prácticas Monopolísticas	74
1.2 Concentraciones Económicas	82
1.3 Procesos Judiciales	83
1.4 Concreción y Ejecución de Transacciones Judiciales	86
1.5 Transacciones Extrajudiciales	88
1.6 Notas Técnicas	90
1.7 Multas	92
1.8 Abogacía de la Competencia	93
1.9 Consulta de Viabilidad	93
1.10 Conceptos Favorables	94
2. Estadísticas de Análisis Financiero de Noviembre 2011 a Octubre 2012	96
3. Charlas y Seminarios	96
4. Celebración del Día de la Competencia	97
5. Taller de Cárteles de la ICN en Panamá (Octubre 2012)	98
6. Departamento de Información de Precios y Verificación de Precios	99
III. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA OFICINA DE ASESORÍA LEGAL	
1. Aspectos Generales de la Oficina de Asesoría Legal	113
2. Propuesta Consensuada de Modificación de la Ley 45 del 2007	114
3. Temas Varios	115
4. Participación de Asesoría Legal en los Medios de Comunicación	117
5. Celebración del día del Abogado	117
IV. OTRAS ACTIVIDADES DE LA ACODECO	
1. Secretaría General	120
2. Juzgado Ejecutor	121
3. Unidad de Informática	123
4. Relaciones Públicas	125
5. Oficina Institucional de Recursos Humanos	128
6. Dirección de Administración y Finanzas	130
V. ACTIVIDADES INTERNACIONALES	
A. Actividades Internacionales en las Cuales Participó la ACODECO	147
B. Teleconferencias Internacionales en las que Participó la ACODECO	148
C. Actividades Internacionales en las que Participó la Dirección Nacional de Protección al Consumidor	149