

# GACETA OFICIAL DIGITAL

Año CV

Panamá, R. de Panamá viernes 22 de mayo de 2009

N°  
26287-A

---

## CONTENIDO

---

### MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS

Resolución N° 2009-129  
(De lunes 20 de abril de 2009)

"DECLARAR A LA EMPRESA PRODUCTOS MARIBEL S.A. ELEGIBLE DE ACUERDO CON LAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE RECURSOS MINERALES, PARA LA EXTRACCIÓN DE MINERALES NO METÁLICOS (ARENA SUBMARINA)".

### MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS

Resolución Administrativa N° 2009-137  
(De martes 28 de abril de 2009)

SE DECLARA ELEGIBLE A LA EMPRESA TECNOSCAVI CONTRACTOR, S. A., DE ACUERDO CON LAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE RECURSOS MINERALES, PARA ACTUAR COMO CONCESIONARIA.

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

Resolución N° A - 24 - 09  
(De martes 21 de abril de 2009)

"POR LA CUAL SE APRUEBAN LOS LINEAMIENTOS PARA EL ANÁLISIS DE LAS CONDUCTAS HORIZONTALES A TRAVÉS DE UNA "GUÍA PARA LA COLABORACION LÍCITA ENTRE COMPETIDORES"

### COMISIÓN NACIONAL DE VALORES

Acuerdo N° 2009-01  
(De martes 3 de febrero de 2009)

"POR EL CUAL SE MODIFICA EL ARTÍCULO 2 DEL ACUERDO 18-2000 DE 11 DE OCTUBRE DE 2000, A TRAVÉS DEL CUAL SE ADOPTÓ EL REPORTE DENOMINADO INFORME DE ACTUALIZACIÓN, A CARGO DE LOS EMISORES DE VALORES REGISTRADOS ANTE LA COMISIÓN NACIONAL DE VALORES".

### COMISIÓN NACIONAL DE VALORES

Opinión N° 1-09  
(De lunes 26 de enero de 2009)

"POR LA CUAL SE HA SOLICITADO A LA COMISIÓN NACIONAL DE VALORES SENTAR SU POSICIÓN ADMINISTRATIVA RESPECTO DE SI PUEDE ENTENDERSE QUE LA COMPRAVENTA E INTERMEDIACIÓN EN MERCADOS DE DIVISAS (FOREX) CONSTITUYE UNA ACTIVIDAD DE LAS QUE PUEDE CONSIDERARSE INCIDENTAL AL NEGOCIO DE CASA DE VALORES, A LA LUZ DE LO QUE ESTABLECE EL ARTÍCULO 27 DEL DECRETO LEY 1 DE 1999".

### CONSEJO MUNICIPAL DE ATALAYA / VERAGUAS

Acuerdo Municipal N° 29  
(De martes 1 de abril de 2008)

"POR MEDIO DEL CUAL SE ORDENA LA CANCELACIÓN DE LA MARGINAL SOBRE LA(S) FINCA(S) INSCRITA(S) EN EL REGISTRO PÚBLICO, CUYOS PROPIETARIO(S) HAYAN PAGADO LA TOTALIDAD DEL PRECIO AL MUNICIPIO DE ATALAYA"



REPUBLICA DE PANAMÁ  
MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS  
DIRECCION NACIONAL DE RECURSOS MINERALES  
RESOLUCION N°2009-129

de 20 de abril de 2009.

EL DIRECTOR NACIONAL DE RECURSOS MINERALES

CONSIDERANDO:

Que mediante memorial presentado ante este Despacho por el Lic. Alberto R. Mendoza C., con oficinas ubicadas en Avenida Ramón Arias, Nuevo Reparto El Carmen, Edificio Elisabel, de esta ciudad, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **PRODUCTOS MARIBEL, S.A.**, debidamente inscrita en el Registro Público bajo Ficha 86,115, Rollo 389 e Imagen 449, se solicitó una concesión para la extracción de minerales no metálicos (arena submarina) en siete (7) zonas de 497.8 hectáreas, ubicadas en el corregimiento de Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá, la cual ha sido identificada con el símbolo **PMSA-EXPL(arena submarina)95-03**;

Que se adjuntaron a la solicitud los siguientes documentos:

- a) Poder (Notariado) otorgado a el Lic. Alberto R. Mendoza C., por la empresa **PRODUCTOS MARIBEL, S.A.**;
- b) Memorial de solicitud;
- c) Copia (autenticada) del Pacto Social;
- d) Certificado del Registro Público sobre la personería jurídica de la empresa;
- e) Declaración Jurada (notariada);
- f) Capacidad Técnica y Financiera;
- g) Plan Anual de Trabajo e Inversión;
- h) Planos Mineros e Informe de Descripción de Zonas;
- i) Declaración de Razones;
- j) Informe de Evaluaciones de Yacimientos;
- k) Estudio de Impacto Ambiental;
- l) Recibo de Ingresos N° 76991 de 17 de enero de 1995, en concepto de Cuota Inicial;

Que de acuerdo con el Registro Minero, las zonas solicitadas no se encuentran dentro de áreas amparadas por solicitudes, concesiones o reservas mineras;

Que se han llenado todos los requisitos exigidos por la Ley para tener derecho a lo solicitado,

RESUELVE:

**PRIMERO:** Declarar a la empresa **PRODUCTOS MARIBEL, S.A.** Elegible de acuerdo con las disposiciones del Código de Recursos Minerales, para la extracción de minerales no metálicos (arena submarina) en siete (7) zonas de 497.8 hectáreas, ubicadas en el corregimiento de Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá, de acuerdo a los planos identificados con los números 99-151, 99-152, 99-153, 99-154, 99-155, 99-156, 99-157 y 99-158.

**SEGUNDO:** Ordenar la publicación de tres Avisos Oficiales, en fechas distintas, en un diario de amplia circulación de la capital de la República, y por una sola vez en la Gaceta Oficial, con cargo al interesado. Se hará constar en los Avisos Oficiales la descripción de las zonas solicitadas, nombre de las personas que aparecen como propietarios en el catastro Fiscal o catastro Rural, tipo de contrato por celebrarse y el propósito de la publicación del aviso. Copia del aviso se colocará en la Alcaldía del Distrito respectivo y el Alcalde lo enviará a los Corregidores y Juntas Comunales de los Corregimientos involucrados en la solicitud de concesión, para la fijación del edicto correspondiente por el término de quince (15) días hábiles. Los Avisos Oficiales deberán ser publicados dentro del término de 31 días calendario a partir de la publicación en la Gaceta Oficial de la presente Resolución y el interesado deberá aportar al expediente, el original y dos copias de cada una de las publicaciones, inmediatamente sean promulgadas, de lo contrario la solicitud será negada.

**TERCERO:** Informar que la presente declaración de elegibilidad de la empresa **PRODUCTOS MARIBEL, S.A.** solicitante de una concesión minera, no otorga ningún derecho de extracción de minerales.

**CUARTO:** La peticionaria debe aportar ante el funcionario registrador para que se incorpore al expediente de solicitud, cada una de las publicaciones, original y las copias correspondientes, inmediatamente éstas sean publicadas, advirtiéndosele que transcurrido tres meses desde el momento en que el proceso se encuentre paralizado con causa



imputable a ésta, se producirá la Caducidad de la Instancia, con archivo de las actuaciones.

**QUINTO:** La presente Resolución admite recurso de Reconsideración y/o apelación ante el respectivo funcionario del Ministerio de Comercio e Industrias en el término de cinco días (5) hábiles a partir de su notificación.

**FUNDAMENTO LEGAL:** Artículo 177 del Código de Recursos Minerales y Artículo 9 de la Ley 109 de 8 de octubre de 1973, modificado por el Artículo 10 de la Ley 32 de 9 de febrero de 1996.

NOTIFÍQUESE Y PUBLÍQUESE.

**TEMISTOCLES VELARDE**

Director Nacional de Recursos Minerales, a.i.

/mg

#### AVISO OFICIAL

LA DIRECCION NACIONAL DE RECURSOS MINERALES,

A quienes interese,

#### HACE SABER:

Que mediante memorial presentado ante este Despacho por el Lic. Alberto R. Mendoza C., con oficinas ubicadas en Avenida Ramón Arias, Nuevo Reparto El Carmen, Edificio Elisabel, de esta ciudad, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **PRODUCTOS MARIBEL, S.A.**, debidamente inscrita en el Registro Público bajo Ficha 86,115, Rollo 389 e Imagen 449, se solicitó una concesión para la extracción de minerales no metálicos (arena submarina) en siete (7) zonas de 497.8 hectáreas, ubicadas en el corregimiento de Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá, la cual ha sido identificada con el símbolo **PMSA-EXPL(arena submarina)95-03**, la cual se describen a continuación:

**ZONA N°1:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°44'25.3" de Longitud Oeste y 8°34'10.78" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,833.80 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°43'40" de Longitud Oeste 8°34'49.88" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,201.72 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°43'40" de Longitud Oeste y 8°34'10.78" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,385.17 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 83.2 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°2:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°43'26.35" de Longitud Oeste y 8°35'01.36" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,633.52 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°42'46" de Longitud Oeste 8°35'36.21" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,070.47 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°42'46" de Longitud Oeste y 8°35'01.36" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,233.89 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 66 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°3:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°42'45.5" de Longitud Oeste y 8°35'36.28" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,757.06 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°42'02.1" de Longitud Oeste 8°36'13.76" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,151.43 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°42'02.1" de Longitud Oeste y 8°35'36.28" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,327.20 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 76.4 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°4:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°41'58.3" de Longitud Oeste y 8°35'17.17" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,833.80 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°41'13" de Longitud Oeste 8°36'56.29" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,201.72 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°41'13" de Longitud Oeste y 8°36'17.17" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,385.17 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.



Esta zona tiene un área de 83.2 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°5:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°41'10.5" de Longitud Oeste y 8°36'57.64" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,740.82 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°40'27.5" de Longitud Oeste 8°37'34.78" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,140.79 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°40'27.5" de Longitud Oeste y 8°36'57.54" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,314.94 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 75 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°6:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°40'27.5" de Longitud Oeste y 8°37'34.78" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 1,511.80 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'50.15" de Longitud Oeste 8°38'07.03" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 990.71 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'50.15" de Longitud Oeste y 8°37'34.78" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 1,141.95 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 56.6 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

**ZONA N°7:** Partiendo del Punto N°1, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'48.65" de Longitud Oeste y 8°38'08.41" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección N49°03'23"E por una distancia de 999.89 metros hasta llegar al Punto N° 2, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'23.95" de Longitud Oeste 8°38'29.74" de Latitud Norte, se sigue una línea recta en dirección Sur por una distancia de 1,088.10 metros hasta llegar al punto al Punto N°3, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'23.95" de Longitud Oeste y 8°37'54.32" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Oeste por una distancia de 755.27 metros hasta llegar al Punto N°4, cuyas coordenadas geográficas son 79°39'48.65" de Longitud Oeste y 8°37'54.32" de Latitud Norte. De allí se sigue una línea recta en dirección Norte por una distancia de 432.84 metros hasta llegar al Punto N°1 de Partida.

Esta zona tiene un área de 57.4 hectáreas, ubicada en el corregimiento de Punta Chame, distrito de Chame, provincia de Panamá.

Este AVISO se publica para cumplir con el contenido del artículo 9 de la Ley 109 de 8 de octubre de 1973, modificada por el Artículo 10 de la ley 32 de 9 de febrero de 1996. Las oposiciones que resulten deberán presentarse mediante abogado dentro de los sesenta (60) días calendarios siguientes con los requisitos que establece la Ley.

Este AVISO deberá publicarse por tres (3) veces, con fechas distintas en un diario de amplia circulación de la capital de la República y por una vez en la Gaceta Oficial, a cargo del interesado, además de las fijaciones por 15 días hábiles en la Alcaldía, Corregiduría y Junta Comunal (respectiva).

Panamá, 20 de abril 2009.

**TEMISTOCLES VELARDE**

Director Nacional de Recursos Minerales, a.i.

**ANIBAL VALLARINO I.**

Subdirector Nacional de Recursos Minerales

REPUBLICA DE PANAMA

MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS

DIRECCION GENERAL DE RECURSOS MINERALES

RESOLUCION N° 2009-137

de 28 de abril de 2009.

EL DIRECTOR GENERAL DE RECURSOS MINERALES

CONSIDERANDO:



Que mediante memorial presentado ante este Despacho por el Lic. Juan Carlos Guerra Pinzón, abogado en ejercicio, con oficinas ubicadas en Santiago, provincia de Veraguas, lugar donde recibe notificaciones personales, en su condición de Apoderado Especial del señor **FERNANDO ANTONIO MIRANDA PINO**, titular del Contrato N°33 de 25 de julio de 1995, solicita el traspaso de la concesión de minerales no metálicos identificada con el símbolo **FAMP-EXTR(piedra de cantera)94-47**, a la empresa **TECNOSCAVI CONTRACTOR S.A.**, inscrita en el Registro Público bajo la Ficha 393946, Documento 191494, de la sección de Micropelículas del Registro Público;

Que el Artículo 28 de la Ley 109 de 1973, establece que "los contratos celebrados de acuerdo con la presente Ley podrán ser traspasados a otras personas natural o jurídica con el consentimiento previo y expreso del Ministerio de Comercio e Industrias. La solicitud de traspaso deberá presentarse a la Dirección General de Recursos Minerales por medio de abogados, cumpliendo el adquirente los requisitos establecidos en el Artículo 8 de esta Ley para las solicitudes de contrato";

Que se adjuntaron a la solicitud los siguientes documentos:

- a) Poder (notariado) otorgado por ambas empresas;
- b) Memorial de solicitud de traspaso;
- c) Certificado del Registro Público que acredita la existencia legal de la empresa **TECNOSCAVI CONTRACTOR S.A.**;
- d) Copia (autenticada) del Pacto Social de la empresa **TECNOSCAVI CONTRACTOR S.A.**;
- e) Declaración Jurada (notariada);
- f) Capacidad Técnica y Financiera;
- g) Plan de Trabajo y propuestas ;
- h) Declaración de las razones por las cuales sería conveniente el traspaso,
- i) Contrato o acuerdo hecho entre ambas empresas;
- j) Recibo de Ingreso No.50854 de 2 de noviembre de 2004 en concepto de Cuota Inicial;
- k) Listado del personal técnico.

Que se han llenado todos los requisitos exigidos por la Ley para tener derecho a lo solicitado,

**RESUELVE:**

**PRIMERO:** Declarar la empresa **TECNOSCAVI CONTRACTOR S.A.**, **ELEGIBLE** de acuerdo con las disposiciones del Código de Recursos Minerales, para actuar como concesionaria.

**SEGUNDO:** Ordenar la preparación de la Resolución de Traspaso para la firma de la Señora Ministra de Comercio e Industrias.

**FUNDAMENTO LEGAL:** Artículo 168 del Código de Recursos Minerales y Artículo 28 de la Ley 109 de 1973.

NOTIFIQUESE Y PUBLIQUESE.

**TEMISTOCLES VELARDE**

Director Nacional de Recursos Minerales, a.i.

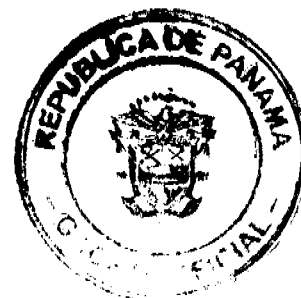
**ANIBAL VALLARINO L.**

Subdirector Nacional de Recursos Minerales

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

**RESOLUCIÓN No. A-24-09**

**(De 21 de Abril de 2009)**



*El Administrador de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, en uso de sus facultades legales, y:*

**CONSIDERANDO:**

Que la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante la Autoridad) es una Entidad Pública Descentralizada del Estado, con personería jurídica propia, autonomía en su régimen interno y creada por la Ley 45 de 2007.

Que el artículo 7 de la citada Ley 45 de 2007 establece que se prohíben los actos unilaterales, contratos y demás prácticas que restrinjan, disminuyan, dañen, impidan o vulneren de cualquier otra manera la libre competencia y la libre concurrencia en el mercado.

Que es función de la Autoridad investigar y sancionar, dentro de los límites de su competencia, la realización de los actos y conductas prohibidas en la Ley 45 de 2007.

Que de conformidad con el numeral 7 del artículo 86 de la Ley 45 de 2007, en concordancia con el artículo 17 del Decreto Ejecutivo No. 8-A de 22 de enero de 2009, la Autoridad está facultada para emitir instructivos o guías para el uso público.

Que en atención a la expedición de la Ley 45 de 2007, por medio de la cual se derogó la Ley 29 de 1996, el Decreto-Ley 9 de 2006 y se dictaron normas sobre protección al consumidor y, defensa de la competencia, resulta conveniente expedir una **GUÍA PARA LA COLABORACION LÍCITA ENTRE COMPETIDORES** con el fin de adoptar los lineamientos generales que la Autoridad seguirá al analizar las conductas horizontales e identificar los casos en los cuales dichas conductas contravienen las prohibiciones establecidas por la Ley 45 de 2007.

Con base en las consideraciones expuestas,

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar los lineamientos para el análisis de las conductas horizontales a través de una "GUÍA PARA LA COLABORACION LÍCITA ENTRE COMPETIDORES", cuyo tenor es el siguiente:

república de panamá

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

**GUÍA PARA LA COLABORACIÓN LÍCITA ENTRE COMPETIDORES**

**Panamá, 17 de abril de 2009**

**GUÍA PARA LA COLABORACIÓN LÍCITA ENTRE COMPETIDORES**

**PARTE I: PROPÓSITO, DEFINICIONES Y ALCANCE DE LA GUÍA**

**1.1 Propósito y definiciones.**

1. La Ley 45 de 2007 (en adelante, la Ley) que "dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia y otras disposiciones", incorpora en sus artículos 12, 13, 14 y 20 las disposiciones concernientes a las prácticas monopolísticas absolutas, es decir, a las prácticas anticompetitivas realizadas entre agentes económicos competidores o potencialmente competidores, entre sí, o a través de asociaciones. La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante la Autoridad) es una entidad especial y descentralizada que tiene entre sus funciones velar por el cumplimiento de los preceptos normativos contemplados en la Ley 45 y el Decreto Ejecutivo No. 8-A de 2009 (en adelante Decreto 8-A) que reglamenta el Título I (Monopolio) de la Ley.

2. De conformidad con el numeral 7 del artículo 86 de la Ley, y en concordancia con el artículo 17 del Decreto 8-A, la Autoridad está facultada para emitir instructivos o guías para el uso público.

3. El objetivo de esta Guía es establecer los lineamientos generales y los principios que seguirá la Autoridad al momento de evaluar las conductas horizontales o de colaboración entre competidores que están contempladas en el Capítulo II del Título I de la Ley y en el Capítulo IV del Decreto 8-A. Se entiende por conductas horizontales o de colaboración entre competidores aquellas que se realizan entre agentes económicos del mismo nivel de la cadena productiva y de comercialización.

4. La presente Guía sobre Colaboración entre Competidores (en adelante la Guía) presenta el procedimiento analítico que la Autoridad aplicará para evaluar si una determinada conducta horizontal se caracteriza o no como una práctica monopolística absoluta al tenor de la Ley y, si consecuentemente, podría ser considerada como un acto ilícito. Esta Guía analizará las modalidades más frecuentes de prácticas monopolísticas absolutas, tales como: la fijación de precios, los acuerdos sobre producción y distribución de bienes o servicios, la repartición del mercado, entre otras.



5. Con la publicación de esta Guía la Autoridad pretende orientar a los **agentes** económicos respecto a la legalidad de los actos de naturaleza horizontal que éstos establezcan en sus respectivas **relaciones comerciales** y ayudarlos a que realicen su propia evaluación de los mismos, a fin de adecuarlos a las **normas de competencia vigentes** y crear más transparencia en la actuación de la Autoridad.

6. Debe advertirse, sin embargo, que los **parámetros y lineamientos contenidos** en la Guía, constituyen elementos de análisis para la Autoridad y los particulares, pero cada caso **será estudiado** y decidido a la luz de sus propios hechos. Asimismo, debe tenerse en cuenta, que la interpretación de la **Ley expuesta** en este documento, no es obligatoria para los tribunales competentes.

7. La Guía se divide en cuatro partes: la primera **Propósito, definición y alcance de la Guía**, describe el objetivo de la Guía, marco legal, los acuerdos horizontales y la distinción entre las **concentraciones empresariales** y la colaboración entre los competidores; la segunda **Principios Generales para la Evaluación de Acuerdos entre Competidores**, describe los potenciales beneficios procompetitivos, los potenciales **perjuicios anticompetitivos** y el análisis de las características de la colaboración empresarial y los **acuerdos particulares a través de los cuales se desarrolla**; la tercera, el **Marco Analítico para la Evaluación de Acuerdos entre Competidores**, en el cual se desarrollarán los diferentes tipos de acuerdos prohibidos por la Ley como son las **prácticas monopolísticas absolutas**, las **prácticas monopolísticas relativas** y las conductas enmarcadas dentro de la **cláusula general de la prohibición**; finalmente, la cuarta parte **Acuerdos Permitidos**, reseña cuales son los acuerdos o las conductas de **colaboración de competidores** que de conformidad con la Ley pueden realizarse si incurrir en ninguna violación de la misma.

### 1.2 Alcance y Marco Conceptual

8. De conformidad con el artículo 12 de la Ley, las **Prácticas Monopolísticas Absolutas** definidas por el artículo 13 de la misma norma, tienen en sí mismas el carácter de ilícitas, salvo las **excepciones** previstas en la misma Ley.

De conformidad con esas disposiciones, para que los acuerdos de **colaboración** entre competidores puedan sean considerados como **Prácticas Monopolísticas Absolutas**, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Que se realicen entre **agentes económicos competidores** o **potencialmente competidores** entre sí o a través de asociaciones; y
- Que tengan por objeto o como efecto cualquiera de las situaciones **anticompetitivas** señaladas en la Ley.

9. El artículo 13 de la Ley describe como **Prácticas Monopolísticas Absolutas**, cuatro tipos de acuerdos entre dos o más competidores actuales o potenciales, que actúen en forma directa o a **través de asociaciones**.

10. Los acuerdos de colaboración entre competidores pueden ser **dañosos para** la competencia, cuando las partes acuerdan fijar los precios de los bienes y servicios, intercambiar información con el **objeto** de fijar los precios, limitar el volumen de los bienes o la prestación de los servicios, **segmentar** o repartir de **cualquier manera** el mercado de bienes y servicios, o bien concertar o coordinar posturas en licitaciones u ofertas públicas y en **cualquier otra clase** de contratos con el Estado.

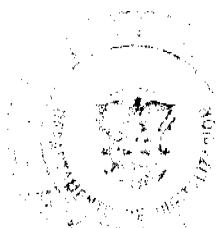
11. Sin embargo, no se puede dejar de lado que estos acuerdos pueden **resultar** meritorios cuando tengan como fin mejorar la eficiencia del mercado, innovar, compartir conocimientos técnicos, **permitir** que agentes con poca capacidad económica obtengan mejores condiciones al negociar en forma colectiva, e **incluso impedir** que determinados agentes salgan del mercado.

12. No obstante, y aún teniendo en cuenta las posibles **ventajas económicas** que pueden resultar de este tipo de acuerdos, la Autoridad está obligada a velar por la libre competencia de todos los **agentes económicos** del mercado.

13. Debido a la evolución y globalización de los mercados, cada vez se **presentan** nuevas formas de acuerdos que pueden considerarse con objeto o efecto ilícitos. Por esto, es necesario **disponer** de unas directrices actualizadas para que la aplicación de la Ley por parte de la Autoridad en esta materia sea lo **más clara** y transparente posible. Para el efecto, deben tenerse en cuenta criterios económicos que reflejen el avance de los mercados y el efecto que ciertas prácticas pueden tener en él.

14. Debido a las múltiples formas de prácticas que pueden llevar a **cabo** los agentes competidores o potencialmente competidores, es casi imposible referirse a todos, por lo cual esta Guía **es una pauta** para que estos agentes evalúen por sí mismos sus actuaciones y puedan determinar si se encuentran o no **ajustados a la Ley**.

15. La presente Guía los acuerdos entre dos o más agentes económicos que actúan en el mismo nivel del proceso productivo. En concordancia con lo dispuesto por el Artículo 2 de la Ley, **se consideran** agentes económicos las personas naturales o jurídicas, empresas privadas o instituciones estatales o **municipales**, industriales, comerciantes o profesionales, entidades lucrativas o sin fines de lucro, que a cualquier otro título **participen** como sujetos activos en la actividad económica. Así mismo, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 9 de la Ley se considera que conforman un mismo agente económico, el conjunto de personas jurídicas de derecho Privado que estén controladas por un mismo grupo económico.



16. Si bien esta Guía no es aplicable a los acuerdos de tipo vertical, es decir, aquellos celebrados entre agentes económicos que participen en diferentes niveles del proceso productivo, es posible que en algunos casos la Autoridad deba tenerlos en cuenta debido a la relación y efectos que dichos acuerdos puedan tener sobre los de carácter horizontales y los problemas de competencia que dichas relaciones puedan suscitar.

17. La determinación de si un acuerdo horizontal en especial es considerado legal y por tanto no violatorio de la Ley, se realizará con arreglo a la sección correspondiente de la Guía.

18. Lo expuesto en la presente Guía es aplicable a los acuerdos tanto sobre bienes como sobre servicios.

### 1.3. Distinción entre las concentraciones empresariales y la colaboración entre competidores.

19. El Capítulo III de la Ley se refiere a las Concentraciones Económicas, las cuales son consideradas actos jurídicos diferentes de los acuerdos de colaboración entre competidores y que a diferencia de las prácticas monopolísticas absolutas, se consideran permitidas, salvo las descritas en el parágrafo segundo del artículo 21, al tenor de lo establecido en la Ley. La presente Guía solo se aplicará a cualquier forma de práctica monopolística absoluta; en consecuencia, esta Guía no se aplica a las concentraciones económicas.

20. De conformidad con lo establecido por el artículo 21 de la Ley, se entiende por concentración económica la fusión, la adquisición de control o cualquier acto en virtud del cual se agrupan sociedades, asociaciones, partes sociales, fideicomisos, establecimientos o activos en general, que se realice entre proveedores o potenciales proveedores, entre clientes o potenciales clientes, y otros agentes económicos competidores o potenciales competidores entre sí.

21. La Ley prohíbe aquellas concentraciones cuyo efecto sea o pueda ser el de disminuir, restringir, dañar o impedir, de manera irrazonable, la libre competencia y la libre concurrencia respecto de bienes o servicios iguales, similares, o sustancialmente relacionados.

22. Los acuerdos que generen un incremento en la eficiencia económica y no perjudiquen al consumidor, al tenor del artículo 5 de la Ley, así como los acuerdos que tengan como objetivo el incremento, ahorro, o la mejora de la producción y/o distribución de bienes o servicios o fomenten el progreso técnico o económico y que generen beneficios para los consumidores o el mercado, conforme con el artículo 6 de la Ley, no serán considerados prácticas monopolísticas absolutas. En algunas oportunidades se pueden presentar acuerdos cuyo objetivo no es la restricción de la competencia; también se presentan casos en los cuales los efectos restrictivos de un acuerdo se ven compensados ampliamente por efectos positivos como los señalados en los artículos 5 y 6 de la Ley, caso en el cual se considera que no tienen objeto ilícito. En virtud de lo anterior, la Autoridad analizará los fines y los efectos de los acuerdos para determinar su legalidad.

23. Como se ha anotado, la Ley considera ilícitos en sí mismos los acuerdos de colaboración entre competidores o potenciales competidores, o a través de asociaciones, cuando se cumplan los supuestos de hecho establecidos por el artículo 13 de la Ley.

## PARTE II: PRINCIPIOS GENERALES PARA LA EVALUACIÓN DE ACUERDOS ENTRE COMPETIDORES

### 2.1 Beneficios Pro competitivos Potenciales.

24. Si bien es cierto que los acuerdos de colaboración entre los competidores por regla general conllevan efectos anticompetitivos, es posible que dichos acuerdos generen beneficios para los consumidores, por ejemplo aquellos que permiten llevar al mercado bienes o servicios a un menor precio, con un mayor valor o utilidad o más rápidamente.

25. Los acuerdos de colaboración pueden hacer que los competidores usen sus recursos de mejor forma y así obtengan unos beneficios mayores a los que tendrían de no existir los acuerdos de colaboración, beneficios que eventualmente se traducirán en beneficios para el consumidor.

26. Estos acuerdos de colaboración los pueden llevar a cabo los competidores a través de diferentes tipos de negocios tales como asociaciones o alianzas estratégicas. Los beneficios se obtienen por ejemplo cuando se combinan los distintos recursos o posibilidades de cada uno dentro del proceso productivo. También pueden ser obtenidos a través de economías de escala en las cuales un competidor sólo no podría ofrecer en el mercado precios bajos, o mejor calidad o rapidez en la entrega del bien o servicio, razón por la cual realiza un acuerdo de colaboración con sus competidores.

### 2.2 Perjuicios Anticompetitivos Potenciales.

27. Los acuerdos horizontales entre competidores pueden perjudicar la competencia o a los consumidores de diversas formas, por ejemplo, incrementando la capacidad para fijar precios supra-competitivos, restringir la oferta o disminuir la calidad, variedad o innovación respecto de un bien o servicio.

28. Estos perjuicios los pueden realizar a través de diferentes mecanismos como acuerdos que limiten la toma de decisiones independientes respecto al precio de venta al público, o reducir la capacidad de participación de los competidores o su posible incentivo para participar en el mercado por separado.





29. Los acuerdos de colaboración entre competidores también pueden facilitar la colusión explícita o tácita, al facilitar prácticas tales como el intercambio de información relevante o a través del incremento de la concentración del mercado. Esa colusión puede incluir el mercado pertinente en que se lleva a cabo el acuerdo de colaboración o en otro mercado en el que los participantes en el acuerdo son competidores o potenciales competidores.

### **2.3. Análisis de las características de la colaboración empresarial y de los acuerdos particulares a través de la cual se desarrolla**

30. De conformidad con el artículo 14 de la Ley, las prácticas monopolísticas absolutas serán sancionadas aun cuando no hayan producido efecto alguno.

31. Bastará que se configuren los supuestos de hecho establecidos por el artículo 13 de la Ley para considerar que una práctica infringe la Ley. No obstante lo anterior, el efecto o potencial efecto de los acuerdos de colaboración serán analizados en cada caso.

## **PARTE III: MARCO ANALÍTICO PARA LA EVALUACIÓN DE ACUERDOS ENTRE COMPETIDORES**

### **3.1 Acuerdos considerados como prácticas monopolísticas absolutas.**

32. Los acuerdos de colaboración cuyo objeto u efecto consista en limitar la competencia mediante la fijación de precios, limitación de la producción, repartición de los mercados o la clientela o colusión de posturas licitaciones públicas, interfieren directamente con el resultado del juego de la competencia.

### **3.2 Acuerdos considerados como prácticas monopolísticas relativas**

33. La Ley establece como prácticas monopolísticas relativas ilícitas los actos unilaterales, combinaciones, arreglos, convenios o contratos que tienen como objeto o efecto desplazar o impedir irrazonablemente a otros agentes su participación en el mercado o establecer irrazonablemente ventajas exclusivas a favor de uno o varios agentes económicos.

34. La enumeración de tales conductas que contiene el artículo 16 de la Ley, no es taxativa ya que el numeral 9 del mismo artículo establece que se prohíben todos los actos que "irrazonablemente" dañen o impidan el proceso de la libre competencia y la libre concurrencia en la producción, así como el procesamiento, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios. Debe tenerse en cuenta, en todo caso, que para que cualquiera de las conductas que se relacionan en este artículo sea considerada ilegal, debe demostrarse que el agente o los agentes económicos que la realizan tienen poder sustancial en el mercado pertinente.

35. Los acuerdos establecidos en los demás numerales del artículo 16 de la Ley se refieren a conductas tales como las siguientes:

- La colaboración entre agentes económicos no competidores para la fijación, imposición o el establecimiento de la distribución exclusiva de bienes o servicios. (numeral 1)
- La venta que se condiciona a proporcionar otro bien o sobre bases de reciprocidad. (numeral 3)
- La venta sujeta a la condición de no usar o adquirir, vender o proporcionar los bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero. (numeral 4)
- La concertación entre varios agentes económicos o la invitación de estos para ejercer presión contra algún cliente o proveedor, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias o de obligarlo a actuar en un sentido determinado. (numeral 6)
- Acuerdos tendientes a causar daños y perjuicios o a sacar del mercado a un competidor o a impedir el ingreso de un competidor potencial al mercado, cuando de este acto no busque un incremento en las ganancias sino la obtención de poder sustancial sobre el mercado. (numeral 7)
- Acuerdos tendientes a acaparar la producción, distribución o venta de bienes para obtener ganancias con su posible posterior venta a favor de un tercero. (numeral 8)

### **3.3 Acuerdos analizados bajo la cláusula general de prohibición**

#### **3.3.1 Análisis del mercado pertinente en el cual se realiza el acuerdo y de su concentración**

36. De conformidad con lo establecido con el artículo 8 de la Ley, el mercado pertinente se determina por la existencia de determinado producto o servicio dentro de un área geográfica determinada.

37. Lo primero que debe determinar la Autoridad es la posición en que se encuentran los competidores dentro de los mercados que afectados por el acuerdo de colaboración. De esta manera se podrá determinar si debido a estos acuerdos de colaboración se están produciendo efectos negativos en el mercado.



38. Si los colaboradores que realizan el acuerdo tienen conjuntamente en el mercado poca participación, es probable que dicha colaboración no produzca efectos restrictivos, y por tanto no será necesario análisis adicional alguno. Debido a que puede existir gran número de formas de colaboración y de los efectos que pueden producir en los mercados en función de las condiciones existentes, no es fácil establecer el umbral de cuota de mercado general a partir del cual se pueda suponer que existe un poder de mercado suficiente como para causar efectos restrictivos.

39. El grado de concentración del mercado, es decir, la posición y el número de competidores, puede tomarse en consideración como factor para evaluar el impacto de la colaboración en competencia de mercado.

### 3.3.2 Posibilidad de acceso al mercado: Posibilidad de Disputar el mercado

40. El numeral 3 del artículo 13 de la Ley señala como ilícito el acuerdo de colaboración por medio del cual los competidores actuales o potenciales se dividen o distribuyen el mercado o una porción de éste sobre bienes y servicios o sobre determinados agentes que forman parte o pueden llegar a formar parte del mercado pertinente existente o potencial.

### 3.3.3 Análisis de la naturaleza, propósitos y efectos del acuerdo

41. La naturaleza, propósitos y efectos del acuerdo de colaboración entre los competidores son los primeros y principales aspectos que debe revisar la Autoridad al momento de evaluar si dicha colaboración es ilícita o no.

42. Bajo la cláusula general de prohibición contenida en el artículo 7 de la Ley, el principal problema para la libre competencia se presenta cuando los competidores que celebran el acuerdo de colaboración tienen la capacidad suficiente para afectar negativamente el mercado.

43. Por otra parte, si bien el hecho de ser competidores no implica necesariamente una coordinación de sus actividades, en algunas oportunidades, dependiendo de la estructura de los mercados, se puede producir una cierta interdependencia no colusiva, que puede generar una mayor eficiencia e incentivar el proceso de libre competencia. En efecto, en mercados altamente concentrados, relativos a productos homogéneos que no se pueden diferenciar de manera sustancial, es común que los competidores determinen sus precios de manera bastante semejante, lo cual no implica que exista un acuerdo anticompetitivo de fijación de precios. Corresponderá a la Autoridad analizar de manera cuidadosa las características de cada mercado con el fin de identificar si las conductas que estudia constituyen prácticas anticompetitivas o responden a la estructura y funcionamiento competitivo de mercados oligopolísticos.

Por ejemplo, los comerciantes que tienen sus locales en un mismo centro comercial pueden colaborar en campañas comunes para atraer a la clientela, sin que por ello incurran en acuerdos anticompetitivos. Por ejemplo en el caso de la celebración del aniversario del centro comercial o alguna fecha comercialmente relevante como es el caso de la navidad. En estos casos es posible realizar conductas de colaboración que pueden incrementar las prestaciones mercantiles de todos los comerciantes, sin necesidad de incurrir en prácticas ilegales.

Dos empresas que explotan un mismo yacimiento minera, o yacimientos adyacentes pueden llegar a establecer mecanismos de cooperación y coordinación con el objeto de hacer más eficiente y segura la explotación de la mina, sin que por ello incurran en prácticas anticompetitivas.

Sin embargo, estas situaciones deben ser cuidadosamente verificadas por la Autoridad, ya que la cercanía que genera la colaboración y la tentación de obtener beneficios adicionales a través de la restricción concertada de la competencia, están siempre presentes.

44. También se pueden presentar problemas de exclusión en el acceso al mercado y otras consecuencias negativas para terceros, que no tienen su origen en una relación competitiva y de colaboración entre las partes, sino en su poder sustancial en el mercado pertinente. Es por esto que la posible exclusión debe ser analizada especialmente cuando hay producción conjunta o una colaboración muy estrecha entre los agentes económicos para la entrega final del producto.

### 3.3.4 Análisis de las posibles causas de preocupación desde el punto de vista de competencia

**a. Acuerdos que tienden a limitar la libertad de decisión de una empresa, o bien afectan el ejercicio del control o de sus intereses económicos.**

45. Las ventajas económicas pueden contrarrestar los efectos restrictivos de la competencia. Para que esto suceda, los competidores deben demostrar que la colaboración genera ganancias que no hubieran podido obtenerse de otra manera.

**b. Acuerdos que tienden a generar colusión**

46. Cuando los acuerdos de colaboración se realizan entre competidores en el mismo eslabón dentro de la cadena de producción se puede generar colusión.



47. En este tipo de mercados es más fácil que ocurra que cada uno de los **agentes** podría tomar el control del mercado del bien o parte del bien que produce y esto debe ser investigado y muy **tenido en cuenta** por la Autoridad.

### 3.3.5 Mercados pertinentes afectados por la colaboración

#### a. Mercados de bienes

48. Cuando la colaboración se refiere a bienes ya existentes, éstos y sus **posibles** productos sustitutos se constituirían en el mercado afectado por la colaboración.

49. No siempre los efectos de la colaboración se producen de inmediato o **sobre** los bienes específicos sobre los cuales se ha realizado el acuerdo, ya que cuando se trata de bienes que **sustituirán** o **reemplazarán** a otros, estos efectos se producen a largo plazo y en todo caso los agentes de económicos que **participan del** acuerdo de colaboración solamente podrán obtener los posibles beneficios si tienen suficiente poder sustancial **en el mercado** pertinente de los productos afectados.

50. Debe tenerse en cuenta también que cuando la colaboración es entre **agentes** económicos que elaboran partes para un producto final, los efectos de dicha colaboración se producirán en el **mercado** de cada una de las partes y en el mercado del producto final.

#### b. Mercados de servicios

51. Para el análisis del impacto de la colaboración de competidores **en los mercados** de prestación de servicios se aplican los mismos parámetros de análisis que se utilizan en los **mercados de bienes**, pues la Ley no establece diferencias en el trato de las prácticas monopolísticas que afectan los **mercados de bienes y los de servicios**.

#### c. Mercados de tecnología

52. De conformidad con lo dispuesto por el artículo 5 de la Ley, se **considera** que los acuerdos que generen incremento en eficiencia económica y no perjudiquen a los consumidores, como **pueden ser** los relativos a mercados de tecnología, no restringen la competencia. De otra parte, de conformidad con el **artículo 6 de** la Ley, se exceptúan de la aplicación de la misma los acuerdos que fomenten el progreso técnico o económico, **siempre** que consistan en intercambio de información o el aprovechamiento conjunto de la tecnología. Los acuerdos de **colaboración** pueden referirse también a tecnologías como cuando se comercializan derechos de propiedad intelectual, o **tecnologías** alternativas que pueden usar los consumidores en un momento dado. Los derechos sobre estas **tecnologías se** conceden a través de licencias.

53. Todo lo anterior indica que los acuerdos de colaboración **entre competidores** con el objetivo de crear nueva tecnología o de aprovechar de manera conjunta la existente, son considerados como **meritorios** por la Ley y deben ser evaluados en esa forma por la Autoridad.

54. En los mercados de tecnologías la Autoridad debe poner **especial cuidado** en la promoción de la competencia potencial, ya que las empresas propietarias de los derechos de **propiedad intelectual** sobre la tecnología pueden impedir el acceso de nuevos **compétidores** al mercado, al abstenerse de **otorgar licencias** sobre su tecnología.

Se debe considerar el caso de empresas que realizan **investigación y desarrollo** de un componente tecnológico que utilizan solamente para su propio consumo, con el fin de generar una **parte que incluyen** en un aparato más complejo, pero no fabrican para la venta ni otorgan licencias para la fabricación de dicha **parte**, es decir, que no participan en el mercado de las partes sino del aparato terminado.

Es posible que empresas más pequeñas que no pueden realizar la **inversión** en investigación y desarrollo, se encuentren sometidas a comprar este componente tecnológico o parte en el mercado, lo cual les puede resultar oneroso porque no hay muchos fabricantes y la tecnología no ha sido licenciada.

En ese caso la Autoridad puede no **impugnar** la colaboración y **cooperación** entre las empresas que han realizado la investigación y desarrollo, con el fin de que coordinen su **tecnología y produzcan** para la venta el componente tecnológico de que se ha hablado, o bien licencien su tecnología, con lo cual se **incrementará** la competencia tanto en el mercado de la parte como en el del producto terminado y se limitaría la tendencia a los **incrementos** de precios en el mercado de la parte o elemento tecnológico necesario para la fabricación del producto final.

#### d. Mercados de Investigación y desarrollo

55. La colaboración en investigación y desarrollo puede afectar la **competencia** tanto **presente** como la futura. En los casos de innovaciones o productos nuevos, se puede llegar a crear una **demanda nueva** y por lo mismo una modificación de la competencia.

56. El análisis de la Autoridad debe iniciarse por las actividades que **desarrolla** cada uno de los competidores en las diferentes fases de investigación y desarrollo del nuevo producto o la **nueva tecnología**.



57. Para este análisis hay que tener en cuenta las cuotas de mercado de **cada** uno de los competidores para lo cual se toma como punto de referencia situación actual de participación en el mercado en función de las ventas. Esta metodología se utiliza cuando se trata de productos que van a ser mejorados, pero no cuando se trata de nuevos productos.

58. En el caso de nuevos productos la Autoridad podría autorizar la **implementación** de los acuerdos de colaboración por un plazo definido, con el fin de poder examinar el comportamiento del mercado y así analizar los efectos que sobre el mismo produce la colaboración. En estos casos la Autoridad **debería realizar** mediciones específicas para determinar los efectos sobre el mercado.

### 3.3.6 Factores que pueden promover la competencia entre los competidores que colaboran.

59. La competencia entre los agentes que celebran un acuerdo de colaboración puede no terminar con ese acuerdo. Pueden seguir compitiendo el uno contra el otro a través de negocios **independientes** o en otros acuerdos de colaboración.

60. Los acuerdos de colaboración pueden llegar a ser manejadas por **agentes** ajenos al mismo acuerdo pero que tienen gran poder de decisión sobre los participantes en el acuerdo.

61. El control sobre las variables de competencia puede mantenerse **afuera** del acuerdo de colaboración, como cuando los competidores por separado fijan los precios a los cuales saldrá el bien **objeto** de la colaboración.

62. Sin embargo, en otros casos la competencia entre los competidores que colaboran se puede ver restringida a través de acuerdos contractuales explícitos, situaciones financieras y otras que **pueden** eliminar o disminuir el incentivo para competir.

63. La Autoridad debe tener en cuenta las ventajas competitivas o las **desventajas** que pueda llegar a tener el acuerdo de colaboración, y no solamente los términos formales del acuerdo de colaboración entre los competidores.

64. En los casos en los cuales la Autoridad evidencia una mayor **probabilidad** de daño anticompetitivo dada la naturaleza del acuerdo y la concentración del mercado, debe examinar con mayor **atención** si los competidores que colaboran tienen la suficiente capacidad e incentivo para competir en forma **independiente** el uno del otro.

65. La Autoridad deberá tener en cuenta los siguientes factores: a) La **exclusividad**; b) el control sobre los activos; c) Los intereses financieros; d) el control sustancial de la capacidad **decisoria** de la colaboración; e) las probabilidades de que los competidores compartan información en forma anticompetitiva; y f) la **duración** de la colaboración.

#### a. Exclusividad

66. La Autoridad deberá considerar en qué medida el acuerdo de **colaboración** permite a los competidores seguir compitiendo dentro del acuerdo o en operaciones separadas **independientes** de la colaboración o incluso como socios en otros acuerdos de colaboración.

67. La Autoridad debe investigar si la colaboración es no exclusiva no **sólo** por la forma como las partes denominen el acuerdo jurídico que las vincule, sino por la forma como se **lleva a cabo** la relación entre los agentes y tener en cuenta cualquier costo o impedimento adicional para competir con el acuerdo de **colaboración**.

68. Cuando la Autoridad esté evaluando la exclusividad en un acuerdo de **colaboración** que ya está operando, deberá tener en cuenta en qué medida los participantes en el acuerdo han seguido **compitiendo**.

#### b. Control sobre los activos.

69. La Autoridad deberá tener en cuenta si el acuerdo de colaboración **requiere** que los competidores contribuyan en el acuerdo con un activo significativo que antes había permitido o **podría** permitir a los participantes ser competidores independientes dentro del mercado en el cual tendrá efecto la colaboración.

70. Si la Autoridad determina que tales activos tenían que ser **aportados** a la colaboración y debido a su especialidad no podían ser sustituidos, debe tenerse en cuenta que los competidores **pueden haber** perdido toda o parte de su capacidad de competir el uno contra el otro e incluso contra el propio acuerdo, aún **cuando** conserven el derecho a hacerlo.

71. La Autoridad debe tener en cuenta que entre mayor sea la **contribución** de activos especializados, menor la capacidad de los participantes de tener una competencia independiente.

#### c. Intereses financieros

72. La Autoridad debe evaluar los intereses financieros de **cada uno** de los competidores dentro del acuerdo de colaboración y el impacto que tendría en el incentivo del participante a **competir** por fuera del acuerdo.



73. El impacto potencial puede variar dependiendo del tamaño y naturaleza del interés financiero. Si hay gran interés financiero en el acuerdo de colaboración, menor será la voluntad del agente de competir por fuera de este acuerdo.

74. La Autoridad también debe evaluar si la inversión realizada por los participantes es igual. Esa inversión puede reducir el interés de los participantes de competir entre ellos. En cualquier caso el análisis relevante debe ser sobre el nivel del interés financiero de cada competidor en la colaboración o en el otro competidor en relación con su nivel de inversión en sus negocios diferentes al acuerdo en los mercados afectados por la colaboración.

#### **d. Control sustancial de la capacidad decisoria de la colaboración**

75. En este punto debe tenerse en cuenta la forma en la cual la colaboración ha sido organizada y la manera en la cual se toman las decisiones, ya que esto influye en la capacidad e incentivo que tendrían los competidores de actuar por separado. Así, debe tenerse en cuenta de qué manera la estructura de toma de decisiones del acuerdo de colaboración permite que éste pueda tomar decisiones en forma independiente a sus participantes.

76. Por lo general, si los competidores en la colaboración tienen posibilidad de tener control sobre decisiones sustanciales como el precio al cual se venden los productos, tendrá menos incentivo para competir por fuera del acuerdo.

77. En el punto específico de la toma de decisiones, la Autoridad debe tener en cuenta si esta toma de decisiones está sujeta al control de los competidores y si éstos pueden tomar dichas decisiones conjuntamente, ya que esto puede crear o aumentar su poder en el mercado y aumentar la competitividad.

78. Dependiendo la naturaleza del acuerdo de colaboración, la preocupación por una conducta anticompetitiva puede surgir debido al control conjunto de las decisiones sobre asuntos sustanciales de la competencia, como el nivel de inversión.

79. Al contrario, en la medida en que los competidores establecen por separado el precio y la cantidad de productos suyos en el acuerdo, y de manera independiente ejercen control sobre otras decisiones de la colaboración, el daño probable de un acuerdo anticompetitivo se reduce.

#### **e. Probabilidades de que los competidores compartan información en forma anticompetitiva**

80. La Autoridad deberá evaluar la cantidad de información, que afectaría la competencia en el mercado en el cual tendrá efecto la colaboración, que podría llegar a ser revelada por los competidores. Esto dependerá, entre otras cosas, de la naturaleza de la colaboración, su organización, forma de tomar decisiones y las medidas de seguridad que se hayan tomado para prevenir al máximo la revelación de dicha información.

#### **f. Duración de la colaboración**

81. La Autoridad deberá evaluar el término de duración de la colaboración para determinar si los competidores conservan su interés y capacidad para competir el uno con el otro. Entre mas corta sea la duración de la colaboración, mayor será la probabilidad de los participantes de competir entre si.

### **3.3.7 Factores que pueden promover la competencia entre los competidores**

82. La competencia por lo general estimula firmas para alcanzar la eficacia internamente. Sin embargo, las colaboraciones entre competidores tienen el potencial para generar la eficiencia significativa que puede beneficiar a los consumidores de muchas maneras. Por ejemplo, la colaboración entre competidores puede permitir ofrecer bienes o servicios más baratos, o traerlos al mercado más rápido.

83. Los beneficios de eficiencia de colaboraciones entre competidores muchas veces son consecuencia de la combinación de capacidades y recursos de los competidores.

84. La eficiencia generada por los acuerdos de colaboración puede aumentar el incentivo para mantener dicha colaboración y por seguir compitiendo, lo cual tiene como efecto mejorar los precios, la calidad o el servicio ofrecido a los consumidores. Sin embargo, también es posible que dichos acuerdos tengan como efecto una disminución de la competencia y que resulten por lo tanto contrarios a la ley.

85. Si la Autoridad considera que el acuerdo de colaboración produce o puede producir un efecto dañino y anticompetitivo, debe analizar si el acuerdo es razonablemente necesario para alcanzar una eficiencia verificable.

#### **a. Las eficiencias deben ser verificables y potencialmente pro - competitivas**

86. La Autoridad debe tener en cuenta solamente eficiencias que sean verificables y mensurables. Deben descartarse aquellas que no provienen de reducciones anticompetitivas en los precios de venta de los productos. Verificada la eficiencia, se deben revisar los costos en que incurrieron los competidores para lograrla.



87. Estas eficiencias son difíciles de verificar y cuantificar, en parte porque la información solo la tienen los competidores que participan en la colaboración.

88. Los competidores deben argumentar la generación de las eficiencias, con el fin de que la Autoridad pueda verificar su existencia. La Autoridad verificará cómo y cuándo será alcanzada esa eficiencia, los gastos en que incurren los competidores para alcanzarla los incentivos que tienen los competidores para competir y las razones por las cuales los acuerdos de colaboración son necesarios para alcanzar esa eficiencia.

89. La Autoridad no puede considerar eficiencias que sean vagas o especulativas. Adicionalmente, las eficiencias deben ser potencialmente pro competitivas.

#### **b. Necesidad razonable de la colaboración y búsqueda de alternativas menos restrictivas.**

90. La Autoridad aceptará solamente aquellas eficiencias que son el producto de acuerdos de colaboración que resultan razonablemente necesarios. Un acuerdo puede ser razonablemente necesario sin necesidad de ser esencial. Sin embargo, si los competidores recibieron o pudieron haber recibido un beneficio similar con unas prácticas menos restrictivas, la Autoridad deberá determinar que el acuerdo de colaboración no es razonablemente necesario para obtener esas eficiencias.

91. Al analizar las alternativas disponibles frente al acuerdo de colaboración que se analiza, la Autoridad solamente aceptará aquellas que resulten prácticas frente a la situación en la cual se encuentran los competidores. La Autoridad no tendrá en cuenta alternativas que teóricamente podrían resultar menos restrictivas pero que no resultan prácticas frente a las realidades del negocio.

92. La necesidad razonable del mercado puede depender del contexto del mercado y de la duración del acuerdo. Un acuerdo que puede ser justificado por la necesidad razonable de un nuevo participante, por ejemplo, puede no ser razonablemente necesario para conseguir reconocidas eficiencias en unas circunstancias de mercado diferentes.

93. La necesidad razonable de un acuerdo también depende de si el acuerdo en cuestión hace que otros participantes sean disuadidos de participar en otras conductas en mercados en los cuales tienen poder sustancial y que podría reducir considerablemente la capacidad del acuerdo de colaboración de producir una eficiencia verificable.

94. Las colaboraciones generalmente incluyen acuerdos que desalientan a los participantes a destinar las ganancias de esa colaboración para lograr los objetivos de eficiencia del acuerdo.

95. La Autoridad debe tener en cuenta si estos acuerdos son razonablemente necesarios para reducir una conducta oportunista que de otra forma evitaría conseguir la eficiencia verificable del acuerdo.

#### **3.3.8 Efecto general sobre las condiciones de competencia**

96. Si el acuerdo de colaboración en estudio es razonablemente necesario para alcanzar una eficiencia verificable, la Autoridad evaluará tanto la probabilidad y magnitud de las eficiencias que el acuerdo generaría, como el daño anticompetitivo que podría producir, todo ello con el fin de poder determinar el efecto total, real y probable del acuerdo de colaboración sobre la competencia en el mercado pertinente.

97. Con el fin de evaluar el efecto del acuerdo de colaboración sobre el mercado pertinente, la Autoridad deberá aplicar un test de balanceo, con el fin de establecer si la eficiencia verificable probablemente sería suficiente para compensar el potencial daño a los consumidores en el mercado pertinente, como por ejemplo previniendo el aumento en los precios.

98. La comparación que hace la Autoridad entre las eficiencias verificables y el daño anticompetitivo, es necesariamente un juicio aproximado. En la evolución del efecto competitivo total de un acuerdo de colaboración, la Autoridad debe considerar la magnitud tanto de un posible daño anticompetitivo como de una eficiencia verificable.

99. La probabilidad y magnitud del daño anticompetitivo en un acuerdo de colaboración determinado pueden ser insignificante frente a la eficiencia verificable esperada, y viceversa.

100. En la medida en que la probabilidad del daño anticompetitivo aumenta, la Autoridad requiere de una evidencia mayor de que la eficiencia verificable esperada es superior y por tanto el efecto total del acuerdo no será anticompetitivo.

101. Cuando resulta probable que el daño anticompetitivo que el acuerdo de colaboración produciría, sería particularmente grande, se necesitará de una extraordinaria eficiencia verificable para contrarrestar el daño, con el fin de que el acuerdo de colaboración no resulte anticompetitivo en su conjunto.

### **PARTE IV: ACUERDOS ADMITIDOS**

#### **4.1 Consideraciones preliminares.**



102. Debido a que algunos acuerdos de colaboración entre competidores tienen efectos pro competitivos, la Autoridad los puede permitir con el fin de incentivar estas actividades.

103. Las ventajas económicas que generan los acuerdos de colaboración entre competidores deben beneficiar no sólo a las partes en el acuerdo, sino también a los usuarios. Generalmente, la transmisión de las ventajas a los usuarios dependerá de la intensidad de la competencia en el mercado de referencia. Las presiones competitivas tienden a asegurar la repercusión de la reducción de costos en el abaratamiento de los precios e incitan a las empresas a lanzar cuanto antes nuevos productos al mercado.

104. Si se mantiene en el mercado un grado suficiente de competencia que sirva para disciplinar de manera efectiva la capacidad que tienen las partes del acuerdo de ejercer su poder de mercado, las presiones que genera la competencia asegurarán de manera natural que los consumidores obtengan una parte equitativa de las ventajas económicas.

105. En estos acuerdos las mejoras de eficiencia pueden ser estáticas o dinámicas, y se denominan «ventajas económicas», las cuales pueden contrarrestar los efectos restrictivos de la competencia. Por ejemplo, una colaboración puede permitir a las empresas ofrecer bienes o servicios a precios inferiores, mejorar la calidad o lanzar innovaciones al mercado más rápidamente. La mayoría de las ganancias de eficiencia se derivan de la combinación y la integración de distintas capacidades o recursos. Las partes deben demostrar que la colaboración puede generar ganancias de eficiencia que no podrían obtenerse por medios menos restrictivos.

106. En la presente Guía se enuncian de manera explícita algunos de los acuerdos de colaboración que en general se consideran permitidos, con el fin de darle a los competidores involucrados en ellos la certeza de que la Autoridad los considerará legales en principio, ya que sus efectos anticompetitivos son improbables.

107. Es importante resaltar, que pueden existir acuerdos de colaboración entre competidores que no se encuentren específicamente descritos en esta Guía, pero que resulten meritorios por cumplir con los requisitos aquí establecidos.

108. Esta Guía no se referirá a aquellos acuerdos de colaboración entre competidores que se encuentran expresamente exceptuados de la aplicación de la Ley, como es el caso de los acuerdos de colaboración que puede promover el Estado con miras a salvaguardar el interés público, de conformidad con el artículo 3 de la Ley; las actividades excluidas de la aplicación de la Ley de conformidad con el artículo 4 de la misma y las excepciones a la aplicación de la Ley de que trata el artículo 6 de la misma.

109. Para que se entienda que los acuerdos de colaboración se encuentren exceptuados de la aplicación de la Ley, será necesario que se le demuestre a la Autoridad que tienen como efecto el incremento, el ahorro o la mejora de la producción y/o distribución de bienes o servicios o fomenten el progreso técnico o económico y que generen beneficios para los consumidores o el mercado, siempre que se cumplan acumulativamente los cuatro elementos que establece el artículo 6 de la Ley.

#### 4.2 Regla general.

110. En ausencia de circunstancias extraordinarias, la Autoridad no investigará los acuerdos de colaboración entre competidores, cuando la participación en el mercado pertinente de los agentes económicos que participan del acuerdo de colaboración sea igual o inferior al veinticinco por ciento (25%) de cada mercado pertinente en el cual la competencia se pueda ver afectada.

111. La Autoridad considerará dentro de esta categoría los acuerdos de colaboración entre competidores con escasa participación de mercado y poder económico, cuyo efecto sea el de brindar a los miembros del acuerdo una mejor posición y capacidad para negociar de manera conjunta condiciones más ventajosas que las que obtendrían si negociaran en forma individual. En especial cuando la contraparte de la negociación ostente poder sustancial en el mercado pertinente.

112. Esta regla general no aplica a los acuerdos que consistan en la realización de prácticas monopolísticas absolutas.

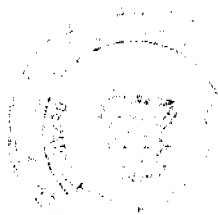
#### 3. Acuerdos de "joint venture" o de asociación accidental.

113. En ausencia de circunstancias extraordinarias, la Autoridad no investigará los acuerdos de joint venture o de asociación accidental que se celebren entre competidores, con el fin de desarrollar un proyecto específico o superar una situación coyuntural de mercado o una restricción técnica de los procesos de producción, distribución o comercialización.

114. Esta regla general no aplica a los acuerdos que consistan en la realización de prácticas monopolísticas absolutas.

#### 4. Acuerdos de colaboración entre competidores, para la investigación y desarrollo de nueva tecnología

115. En aquellos casos en los cuales no opere la excepción de que trata el artículo 6 de la Ley, por no encontrarse demostrados de manera simultánea los cuatro (4) requisitos en él contenidos, la Autoridad, en ausencia de circunstancias extraordinarias, se abstendrá de investigar los acuerdos de colaboración entre competidores, cuyo objetivo principal sea la investigación y desarrollo de nueva tecnología, siempre que simultáneamente exista al menos otro esfuerzo investigativo,



que pueda sustituir a aquél fruto de la colaboración.

116. Al analizar la existencia de un esfuerzo de investigación y desarrollo sustituto de aquél creado por el acuerdo de colaboración, la Autoridad considerará, entre otras cosas, la naturaleza, objetivos, magnitud de los esfuerzos de investigación independientes, su acceso a fuentes de financiación, bienes de propiedad intelectual y personal especializado, y su habilidad para comercializar los frutos de la investigación, en forma independiente o a través de otros agentes económicos.

117. Esta regla no aplica a los acuerdos que consistan en la realización de prácticas monopolísticas absolutas.

#### **4.5 Acuerdos de colaboración entre competidores para el intercambio de información técnica o tecnológica**

118. Los acuerdos de colaboración pueden referirse no sólo a productos sino también a tecnologías. Cuando se comercializan derechos de propiedad intelectual independientemente de los productos a los que corresponden, también debe definirse el mercado tecnológico de referencia. Los mercados de tecnologías incluyen los derechos de propiedad intelectual que se conceden bajo licencia así como las tecnologías alternativas similares, es decir, otras tecnologías que los clientes podrían utilizar como alternativa.

119. Para definir los mercados de tecnologías se tienen en cuenta los mismos principios que para la definición de mercado de productos. Empezando por la tecnología comercializada por las partes, hay que determinar esas otras tecnologías a las que los clientes podrían pasarse como respuesta a un pequeño pero constante aumento de los precios relativos.

120. Una vez determinadas dichas tecnologías, pueden calcularse las cuotas de mercado dividiendo los ingresos de licencias generados por las partes, por los ingresos totales de las licencias de todos los vendedores de tecnologías sustitutivas.

121. En los mercados de tecnología la Autoridad debe poner especial atención en la preservación de la competencia potencial. Los agentes económicos que son propietarios de importantes bienes de tecnología o de propiedad intelectual y no la licencian, pueden llegar a impedir de manera efectiva la competencia y el acceso de los competidores actuales o potenciales al mercado.

#### **4.6 Acuerdos de colaboración entre competidores, para la adopción de estándares técnicos no obligatorios**

122. En ausencia de circunstancias extraordinarias, la Autoridad no investigará aquellos acuerdos de colaboración entre competidores, cuyo principal objetivo sea la adopción de estándares técnicos no obligatorios, con el fin de generar una mayor eficiencia, ahorro de costos y beneficios para los consumidores.

123. Al analizar este tipo de acuerdos de colaboración entre competidores, la Autoridad establecerá si la aplicación de las normas o estándares técnicos genera barreras artificiales de ingreso al mercado y si el efecto final de su aplicación es positivo para los consumidores.

124. Esta regla general no aplica a los acuerdos que consistan en la realización de prácticas monopolísticas absolutas.

#### **4.7 Acuerdos de colaboración entre competidores, para la producción conjunta o la utilización de facilidades comunes**

125. En ausencia de circunstancias extraordinarias, la Autoridad no investigará aquellos acuerdos de colaboración entre competidores, cuyo principal objetivo sea la utilización de facilidades comunes.

126. Generalmente, cabe distinguir entre tres categorías de acuerdos de producción: acuerdos de producción conjunta, por los que las partes acuerdan producir determinados productos en común (unilaterales o recíprocos); acuerdos de especialización, por los que las partes acuerdan unilateral o recíprocamente abandonar la producción de un producto y comprárselo a la otra parte, y los acuerdos de subcontratación, por los que una parte (el «contratista») encarga a otra parte (el «subcontratista») la producción de un artículo.

127. El hecho de que las partes sean competidores no conlleva automáticamente a la coordinación de sus actividades. Además, las partes necesitan cooperar, por regla general, en relación con una parte significativa de sus actividades para lograr un grado sustancial de asunción común de costos. Cuanto mayor sea este grado, mayor será el potencial para limitar la competencia de precios, especialmente en el caso de productos homogéneos.

128. Los acuerdos de compra pueden aportar ventajas económicas, como son las economías de escala en el ámbito de los pedidos y transportes, que pueden compensar los efectos restrictivos. Si, tomadas en conjunto, las partes disponen de un poder de compra o venta importante, la cuestión de las ganancias de eficiencia ha de analizarse cuidadosamente.





129. Esta regla general no aplica a los acuerdos que consistan en la **realización de prácticas monopolísticas absolutas**.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Esta Resolución empezará a regir a partir de su promulgación en la Gaceta Oficial.

**FUNDAMENTO DE DERECHO:** Ley 45 de 2007, Decreto Ejecutivo No. 8-A de 22 de enero de 2009.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**Pedro M. Mellán N.**

**Administrador General**

**Rogelio Fráiz Docabo**

**Secretario General**

REPÚBLICA DE PANAMÁ  
COMISIÓN NACIONAL DE VALORES

Acuerdo No.1

(De 03 de Febrero de 2009)

Por el cual se modifica el artículo 2 del Acuerdo 18-2000 de 11 de octubre de 2000, a través del cual se adoptó el reporte denominado Informe de Actualización, a cargo de los emisores de valores registrados ante la Comisión Nacional de Valores

La Comisión Nacional de Valores en uso de sus facultades legales, y



## CONSIDERANDO:

Que el Decreto Ley 1 de 8 de julio de 1999 es la norma legal que crea la Comisión Nacional de Valores y le confiere a ésta la atribución de fomentar y fortalecer las condiciones propicias para el desarrollo del mercado de valores en la República de Panamá, así como la facultad para adoptar, reformar y revocar acuerdos.

Que mediante el Acuerdo No. 18-2000 de 11 de octubre de 2000, modificado por el Acuerdo 12-2003 de 11 de noviembre de 2003, Acuerdo 8-2004 de 20 de diciembre de 2004 y el Acuerdo 2-2007 de 5 de marzo de 2007, se adoptó el reporte denominado Informe de Actualización, anual y trimestral, que son presentados por los emisores de valores registrados en la Comisión Nacional de Valores.

Que el Acuerdo 2-2007 de 5 de marzo de 2007 que modificó el artículo 2 del Acuerdo No. 18-2000 de 11 de octubre de 2000, se adoptó por la conveniencia, tanto para el público inversionista, los emisores como para la propia Comisión Nacional de Valores, de establecer un método moderno y ágil en la entrega de los Informes de Actualización Trimestral (IN-T) por los emisores con valores registrados en esta Comisión, luego de haber sido sometido al proceso de consulta pública a que hace referencia el Título XV del Decreto Ley 1 de 1999.

Que por error involuntario, el artículo primero del Acuerdo 2-2007 de 5 de marzo de 2007 eliminó el literal b del artículo 2 del Acuerdo 18-2000 de 11 de octubre de 2000, que establecía la periodicidad en que los emisores registrados en la Comisión Nacional de Valores deben presentar los Informes de Actualización Anual a esta Autoridad y divulgarlos a los inversionistas y público en general.

Que no consta en el expediente del Procedimiento Administrativo para la Adopción del Acuerdo 2-2007 comentario del público que solicite la eliminación del literal b del artículo 2 del Acuerdo 18-2000 de 11 de octubre de 2000, razón por la cual, esta Comisión dada la importancia del contenido de la norma eliminada involuntariamente, considera que es prudente incorporarla nuevamente al texto del Acuerdo 18-2000. Por lo que se,

## RESUELVE

Artículo Primero: Modificar el artículo 2 del Acuerdo 18-2000 de 11 de octubre de 2000 para que lea así:

"**Artículo 2: Periodicidad.** Los emisores presentarán a la Comisión los Informes de Actualización, y los divulgarán a los inversionistas y al público en general, con la siguiente periodicidad:

a. Trimestralmente: Dentro de los dos (2) meses siguientes al cierre del trimestre correspondiente, cuando se trate de los Informes de Actualización Trimestral.

Se incluye el Informe de Actualización Trimestral correspondiente al cuarto trimestre.

b. Anualmente: Dentro de los tres (3) meses siguientes al cierre del periodo fiscal correspondiente, cuando se trate de los Informes de Actualización Anual.

Un ejemplar completo del Informe de Actualización deberá ser presentado a la (s) Bolsa (s) de Valores autorizadas en que se encuentre (n) listados los valores del emisor."

Artículo Segundo: Este Acuerdo entrará a regir a partir del día de su publicación en la Gaceta Oficial.

Fundamento Legal: Artículos 8 y 79 Decreto Ley 1 de 1999.

Dado en la Ciudad de Panamá a los tres (3) días del mes de Febrero del año dos mil nueve (2009)

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

JUAN MANUEL MARTANS S.

Comisionado Presidente

JULIO JAVIER JUSTINIANI

Comisionado Vicepresidente

YOLANDA G. REAL S.

Comisionada, a.i.



**REPÚBLICA DE PANAMA**  
**COMISIÓN NACIONAL DE VALORES**

**OPINIÓN No. 01 - 2009**

**(De 26 de enero de 2009)**

**Tema:** Se ha solicitado a la Comisión Nacional de Valores sentar su posición administrativa respecto de si puede entenderse que la compraventa e intermediación en mercados de divisas (forex) constituye una actividad de las que puede considerarse incidental al negocio de casa de valores, a la luz de lo que establece el artículo 27 del Decreto Ley 1 de 1999.

**Solicitante de la Opinión:** Licenciado Jaime Raúl Molina

El solicitante de la Opinión formula las siguientes interrogantes:

1. *¿Puede considerarse que la compraventa e intermediación en mercados de divisas por parte de una casa de valores, es una actividad incidental del negocio de casa de valores, a la luz de lo establecido en el artículo 27 del Decreto Ley 1 de 1999?*
2. *¿Puede, por tanto, una persona autorizada por la Comisión Nacional de Valores para realizar la actividad de casa de valores, dedicarse también como actividad incidental al negocio de casa de valores, a la intermediación financiera y compra y venta, tanto a cuenta propia como de terceros, en mercados de divisas (forex)?*

**I. Opinión del Solicitante:**

*La Comisión Nacional de Valores (en adelante, "la Comisión") ha sentado posición administrativa en sentido que las inversiones en mercados de divisas o forex no se asimilan a la definición de "valor" que establece el Decreto Ley 1 de 1999. De igual manera, y a consecuencia de lo anterior, la Comisión ha establecido también que para la intermediación de inversiones en dichos mercados de divisas, a favor de terceros, no requiere licencia de aquellas cuya autorización corresponde a la Comisión. Lo anterior es entendido sólo respecto a los mercados de divisas en sí, mas no se extiende a los instrumentos derivados que tengan divisas como subyacente.*

*En tal sentido, la Comisión se manifestó en Opinión 5 de 2004, en que manifestó lo siguiente:*

*"(δ) las inversiones en mercados de divisas (forex) no se asimilan a la definición de "valor" que reconoce el Decreto Ley 1 de 1999.*

*Debe quedar claramente entendido que el ámbito de esta respuesta se refiere exclusivamente a las divisas y no abarca la consideración de otros instrumentos derivados que tienen como subyacente las divisas"*

*Dicha posición ha sido reiterada por la Comisión en repetidas ocasiones, entre ellas mediante Opinión 5-2007, Opinión 7 de 2007, Opinión 5 de 2008 y Opinión 6 de 2008.*

*Considero importante resaltar lo señalado por la Comisión en Opinión 5-2007, a continuación:*

*"Con respecto a la actividad de compra y venta de divisas en el mercado internacional, la Comisión Nacional de Valores ya ha emitido su criterio a través de la Opinión No.5-2004 de 5 de mayo de 2004, en el sentido de que dicha actividad no es una actividad regulada por esta Institución, razón por la cual no se requiere la obtención de una licencia para operar la actividad en la República de Panamá, sin embargo la lectura e interpretación de esta idea debe ser analizada y considerada conjunta con lo expresado a continuación.*

*Si bien se indica que la actividad en sentido estricto no se encuentra regulada por las normas establecidas en el Decreto Ley 1 de 8 de julio de 1999 o sus reglamentos, la compraventa de instrumentos derivados como contratos de opciones y futuros sobre dichas divisas sí implicaría la intermediación de instrumentos financieros, actividad para la cual se requiere de la obtención de una licencia de Casa de Valores expedida por la Comisión Nacional de Valores." (Mi resaltamientos)*

*Resulta entonces, de la lectura consistente de las Opiniones antes mencionadas, incluyendo las dos citadas, las siguientes conclusiones:*

1. *Las divisas no constituyen un "valor" según el concepto que a éste término le reconoce el Decreto Ley 1 de 1999;*
2. *en virtud de (1), las inversiones en divisas, y la intermediación financiera en ellas, no constituyen actividades para las que se requiera licencia otorgada por la Comisión Nacional de Valores de Panamá;*



3. los instrumentos derivados cuyo subyacente sean divisas, si constituyen "valores" en el contexto del Decreto Ley 1 de 1999 y el resto de las normas sobre valores vigentes en Panamá, y

4. para ejercer en o desde Panamá la compraventa de instrumentos derivados cuyos subyacentes sean divisas, por ser "valores", se requiere licencia de Casa de Valores otorgada por la Comisión Nacional de Valores.

Del punto (4) resulta a su vez que la compraventa de instrumentos derivados de divisas o forex constituye una actividad propia de una casa de valores y por tanto cualquier persona que en Panamá tenga licencia de casa de valores, podrá dedicarse a la compraventa de instrumentos derivados de forex.

No obstante, y he aquí lo que motiva la presente consulta, el Artículo 27 del Decreto Ley 1 de 1999 establece:

**"Artículo 27. Actividades permitidas.**

La persona a quien la Comisión otorgue una licencia de casa de valores sólo podrá dedicarse al negocio de casa de valores, salvo en el caso de los bancos. No obstante, la persona a quien se le otorgue una licencia de casa de valores podrá prestar servicios y dedicarse a actividades y negocios incidentales del negocio de casa de valores, tales como el manejo de cuentas de custodia, la asesoría de inversiones, la administración de inversiones de sociedades de inversión y el otorgamiento de préstamos de valores y de dinero para la adquisición de valores. La Comisión podrá restringir las actividades que lleven a cabo las casas de valores cuando lo considere necesario para proteger los intereses del público inversionista." (Mis resaltamientos)

Una casa de valores sólo puede dedicarse al negocio de casa de valores. Pero puede dedicarse también a actividades y negocios incidentales del negocio de casa de valores. La mención que a continuación hace el artículo es claramente una de tipo ilustrativo, y no una enumeración taxativa.

Dado que la compraventa de divisas no es en sí una actividad de valores, no es en sí misma una actividad propia de casa de valores. La pregunta es si puede ser considerada como una "actividad incidental al negocio de casa de valores", a la luz de lo establecido por el Art 27

Dado que la compraventa de instrumentos derivados cuyo subyacente es divisas, constituye actividad propia de una casa de valores, sería lógico concluir que la actividad de compraventa de divisas en sí debería considerarse una actividad incidental al negocio de casa de valores. De no ser así, llegaríamos a una situación contradictoria en que una casa de valores podría dedicarse a la compraventa de instrumentos derivados de divisas (que son instrumentos claramente más complejos y riesgosos que las divisas en sí), pero no a la compraventa de las divisas mismas. Tomando en cuenta el objetivo de protección del público inversionista que tiene la legislación de valores y todo el sistema de regulación y supervisión de las actividades de valores, sería un contrasentido que una casa de valores esté impedida de llevar a cabo una actividad menos riesgosa y compleja que otra más riesgosa y compleja.

Adicionalmente, la lectura conjunta del Artículo 1 con el Artículo 27 del Decreto Ley 1 de 1999, hacen lógico concluir que una casa de valores puede dedicarse a la actividad de forex. El Artículo 1, en la parte en que define la sociedad de inversión, establece:

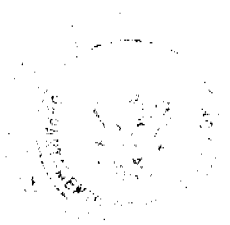
"sociedad de inversión es toda sociedad de inversión es toda persona jurídica, fideicomiso o arreglo contractual que, mediante la expedición y la venta de sus propias cuotas de participación, se dedique al negocio de obtener dinero del público inversionista, a través de pagos únicos o periódicos, con el objeto de invertir y negociar, ya sea directamente o a

través de administradores de inversión, en valores, divisas, metales e insumos, bienes inmuebles o cualesquiera otros bienes que determine la Comisión." (Mi resaltamiento)

Es decir, las divisas forman parte de las inversiones que puede hacer una sociedad de inversión., Y el Artículo 27 establece que la administración de inversiones de sociedades de inversión es una actividad incidental al negocio de casa de valores.

Por otro lado, en el mundo de las inversiones modernas, una apropiada diversificación de cartera requiere ineludiblemente, entre otras formas de diversificación, la geográfica. Es decir, el universo de títulos de inversión no puede estar limitado a títulos denominados en una sola moneda, en nuestro caso, el dólar americano. Dicha diversificación entonces necesariamente requiere poder invertir en títulos denominados en otras monedas, y para ello naturalmente se requiere comprar dichas monedas primero. Si una persona requiere invertir en la bolsa de Frankfurt, requiere primero poder comprar euros. Y requiere hacer de una manera efectiva, lo más directa y fluida posible, para garantizar liquidez. Desde el punto de vista de la diversificación de riesgos, el riesgo de divisas ("currency risk") es uno

contra el que sólo se puede diversificar mediante la inversión en títulos denominados en distintas monedas. El negocio de casa de valores, entonces, enmarcado en el mundo de las inversiones modernas, requiere tener la facilidad para transar divisas.



## II- Posición Administrativa de la Comisión:

En atención directa a las interrogantes planteadas por el solicitante, pasamos a dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. *¿Puede considerarse que la compraventa e intermediación en mercados de divisas por parte de una casa de valores, es una actividad incidental del negocio de casa de valores, a la luz de lo establecido en el artículo 27 del Decreto Ley 1 de 1999?*

2. *¿Puede, por tanto, una persona autorizada por la Comisión Nacional de Valores para realizar la actividad de casa de valores, dedicarse también como actividad incidental al negocio de casa de valores, a la intermediación financiera y compra y venta, tanto a cuenta propia como de terceros, en mercados de divisas (forex)?*

Sobre este tema anterior, se hace necesario citar los siguientes artículos del Decreto Ley No.1 de 1999 y Acuerdo No. 2 -2004:

### "Artículo 1. Definiciones

*Casa de Valores: es toda persona que se dedique al negocio de comprar y vender valores, ya sea por cuenta de terceros o por cuenta propia. Dicha expresión no incluye a los corredores de valores.*

### "Artículo 27. Actividades permitidas.

*La persona a quien la Comisión otorgue una licencia de casa de valores sólo podrá dedicarse al negocio de casa de valores, salvo en el caso de los bancos. No obstante, la persona a quien se le otorgue una licencia de casa de valores podrá prestar servicios y dedicarse a actividades y negocios incidentales del negocio de casa de valores, tales como el manejo de cuentas de custodia, la asesoría de inversiones, la administración de inversiones de sociedades de inversión y el otorgamiento de préstamos de valores y de dinero para la adquisición de valores. La Comisión podrá restringir las actividades que lleven a cabo las casas de valores cuando lo considere necesario para proteger los intereses del público inversionista."*

### Artículo 3 (Actividades y Servicios):

*Las Casas de Valores tendrán como objeto exclusivo dedicarse al negocio de Casa de Valores, salvo en el caso de Bancos. En consecuencia, las Casas de Valores podrán recibir y transmitir órdenes por cuenta de terceros, ejecutar dichas órdenes por cuenta de terceros y dar y ejecutar órdenes por cuenta propia.*

*Junto a tales actividades principales, las Casas de Valores podrán prestar servicios y dedicarse a actividades y negocios incidentales del negocio de Casa de Valores, tales como:*

1. *La asesoría de inversiones.*
2. *La gestión discrecional e individualizada de cuentas de inversión con arreglo a los mandatos conferidos por los inversionistas.*
3. *La mediación, por cuenta directa o indirecta del emisor, en la colocación de las emisiones y ofertas públicas de ventas.*
4. *La actuación como suscriptor o colocador de emisiones y ofertas públicas de venta.*
5. *El manejo de cuentas de custodia, que podrá comprender, en su caso, la llevanza del registro contable de los valores representados mediante anotaciones en cuenta.*
6. *La administración de carteras o portafolios individuales de inversión.*
7. *La ejecución de funciones inherentes a agencia de pago, registro y transferencia.*
8. *El otorgamiento de préstamos de valores y de dinero para la adquisición de Valores.*

*Las Casas de Valores podrán ejercer además otras actividades accesorias como, el alquiler de cajas de seguridad, el asesoramiento a empresas sobre estructura del capital, estrategia industrial y cuestiones afines, así como el asesoramiento y demás servicios en relación con fusiones y adquisiciones de empresas, las que igualmente deberán ser declaradas en su Plan de Negocios.*

*La Comisión podrá establecer limitaciones de carácter general a las actividades señaladas en el presente Artículo que lleven a cabo las Casas de Valores cuando lo considere necesario para proteger los intereses del público inversionista, el funcionamiento eficiente del mercado de Valores, o, de modo particular para alguna o algunas Casas de Valores, siempre que ésta considere que los medios personales y técnicos no son los adecuados para el preciso y eficiente desempeño de sus funciones.*



Tal y como se observa en normas que regulan la materia, las casas de valores con debida licencia expedida por la Comisión Nacional de Valores deben dedicarse en primacia solo al **negocio de casas de valores**; el cual según definición es toda persona que se dedica al **negocio de comprar y vender valores, ya sea por cuenta de terceros o por cuenta propia.**

El artículo 27 del Decreto Ley No. 1 de 1999, en efecto señala que las casas de valores podrán prestar servicios y dedicarse a actividades y negocios incidentales del negocio de casa de valores; a su vez el artículo 3 del Acuerdo No. 2-2004 reglamenta el mencionado artículo 27 enumerando de forma no exhaustiva las actividades incidentales; las cuales se derivan de la actividad principal. El artículo 3 del Acuerdo No. 2-2004 se extiende al señalar actividades accesorias las cuales se encuentran definidas expresamente y como señala el texto **deben ser cuestiones afines.** En el último párrafo del mencionado artículo 3, expresamente se faculta a la Comisión para que **establezca limitaciones de carácter general a las actividades señaladas cuando lo considere necesario para proteger los intereses del público inversionista y el funcionamiento del mercado de valores.**

En este sentido, procurando la esencia de la profesionalidad y actividad debidamente normada de las casas de valores, la cual debemos sustentar en los Objetivos y Principios para la regulación del mercado de valores de la Organización Internacional de Comisiones de Valores OICV - (IOSCO, por sus siglas en inglés); que señala en sus principios relativos a los intermediarios del mercado, la siguiente definición: *"son aquellos que realizan las actividades de gestionar carteras individuales, ejecutar órdenes, operar con valores o distribuirlos y proporcionar información pertinente para la negociación de valores"*. La anterior definición describe actividades propias de los intermediarios de valores, los cuales incluyen las casas de valores, todas relacionadas a la negociación de valores; por lo que debemos partir de la exclusividad del negocio, teniendo presente al organismo internacional que reúne a los reguladores del mercado de valores el cual asigna actividades concretas del negocio de casas de valores.

En la presente Opinión, debemos tener en cuenta las circunstancias importantes señaladas anteriormente, en especial que la actividad de intermediación en el mercado de valores es una actividad fundamentada en el principio legal de exclusividad, la normativa antes transcrita ya describe el ámbito de aplicación de las actividades propias, advirtiendo que la autoridad se reserva el derecho de limitar ciertas actividades con independencia de que sean incidentales o accesorias.

La Comisión Nacional de Valores sentó su posición administrativa mediante Opinión No. 5-2004 del 5 de mayo de 2004; Opinión 5-2007 de 23 de mayo de 2007; Opinión 7 -2007 de 16 de julio de 2007; Opinión 5-2008 del 20 de junio de 2008 y Opinión 12 -2008 de 24 de octubre de 2008, en cuanto a la definición de "valor" que consagra el Artículo 1 del Decreto Ley No. 1 de 1999 y con respecto a la actividad de compra y venta de divisas en el mercado internacional de monedas, en el sentido de que dicha actividad no es regulada por esta Institución, razón por la cual no se requiere obtención de una licencia expedida por ésta entidad para operar la actividad en la República de Panamá.

Es importante destacar que el Decreto Ley No. 1 de 1999 regula en exclusiva el Mercado de Valores en la República de Panamá; en dicha excoerta legal no se enmarca normativa de ningún otro mercado financiero, ni tampoco el mercado de divisas o mercado internacional de moneda.

Con base en lo anterior, reiteramos en la presente opinión que el mercado Forex, compra y venta de divisas, no es actividad propia del mercado de valores por lo que tampoco deben ser consideradas como una actividad incidental o accesorio al tenor de las normas citadas. Las casas de valores no pueden dedicarse de manera incidental al negocio del mercado forex, ya que las actividades incidentales son derivadas de la actividad exclusiva principal que es la compra y venta de valores.

Adicional a lo anterior es importante aclarar la siguiente conclusión presentada por el solicitante: *"83) Los instrumentos derivados cuyo subyacente sean divisas, si constituyen "valores" en el contexto del Decreto Ley 1 de 1999 y el resto de las normas sobre valores vigentes en Panamá"*

Tal como viene expuesta la conclusión transcrita anteriormente debemos aclarar que un instrumento derivado no necesariamente tiene entre sus características aquellas necesarias para ser considerados "valor". La definición de valor del artículo 1 del Decreto Ley No. 1 de 1999, alcanza a lo que comúnmente es reconocido como valor; vincula necesariamente a las particularidades y características intrínsecas tales como homogeneidad y negociabilidad atribuidas comúnmente a "valor".

Sobre las características de negociabilidad citamos la posición administrativa de la Comisión Nacional de Valores sentada mediante Opinión No. 4-2005 en relación a la negociabilidad que deben tener ciertos instrumentos para ser considerados valor.

"Debe igualmente reconocerse que la estructura del Decreto Ley 1 de 1999 está predicada sobre la base de que regula el ofrecimiento y negociación pública de instrumentos representativos de dinero, que reúnan ciertas condiciones mínimas de negociabilidad"

Por lo anterior, un título valor con las características antes enunciadas, a saber, un certificado de depósito no negociable representativo de bienes o mercancías, no sería registrable para los propósitos del Decreto Ley 1 de 1999 y por ende la oferta, venta o transacciones sobre los mismos, a personas domiciliadas en Panamá no estaría sujeta a autorización de la Comisión."



En este orden de ideas, a manera de ilustración presentamos algunas definiciones de instrumentos derivados, en las cuales se aprecian conceptos específicos, en donde comúnmente son definidos como productos o instrumentos financieros.

*"Los llamados productos financieros derivados son unos instrumentos financieros que permiten cubrir el riesgo de los activos "de contado" (acciones, obligaciones, divisas), así como ser utilizados para especular con ellos."*

*"Instrumentos Derivados: son instrumentos financieros, generalmente contratos, que estipulan que las partes se comprometen a comprar o vender, en una fecha futura, un determinado activo que puede ser bienes físicos (commodities), monedas e instrumentos financieros, a un valor que se fija en el momento de la negociación."*

*"Son productos derivados aquellos cuyo precio varía en función de la cotización que alcance en los mercados otro activo, al que se denomina subyacente. Hay una gran diversidad de instrumentos financieros e indicadores económicos que se utilizan como activos subyacentes: acciones, cestas de acciones, valores de renta fija, divisas, tipos de interés, índices bursátiles, materias primas... en productos más sofisticados, incluso la inflación o los riesgos de crédito."*

*En general, los productos derivados sirven para trasladar el riesgo de unos agentes (que desean venderlo) a otros (que quieren adquirirlo), por lo que se pueden usar con distintas finalidades. Por un lado, cabe emplearlos para limitar total o parcialmente el riesgo de pérdida de una cartera o de un fondo; por otro, también permiten añadir riesgo a una inversión (realizando una apuesta sobre el valor futuro de un subyacente), con objeto de alcanzar mayores rentabilidades."*

Tal y como se aprecia en las definiciones en especial aquella adoptada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España, existen instrumentos derivados cuyos subyacentes no solo son divisas, sino también otros bienes y hasta inmuebles. La Comisión Nacional de Valores no necesariamente tiene la facultad de regular los subyacentes de instrumentos derivados, ya que pueden incluir diferentes tipos de bienes no necesariamente valores. Según la conclusión del solicitante; de considerar a un instrumento derivado cuyo subyacente son metales preciosos, inmuebles o divisas como valores, llevaría a la situación de que los metales preciosos, las monedas o las fincas estarían reguladas por el Decreto Ley

No. 1 de 1999 y en consecuencia las casas de valores pudieran dedicarse al desarrollo de dichos negocios; algo que obviamente no coincide con dicha norma; lo que va en contravención a la exclusividad del ejercicio del negocio de una casa de valores.

En virtud de lo anterior, el Decreto Ley No. 1 de 1999 en su artículo 150, ha consagrado facultad legal a la Comisión

Nacional de Valores para que mediante Acuerdo dicte: "normas que regulen las ofertas, las negociaciones y los términos de opciones y contratos a futuro y otros contratos a futuro y otros instrumentos derivados, incluyendo la titularización de activos o derechos para proteger al inversionista". Tal y como se observa de la norma transcrita se le otorga atribución a la Comisión para reglamentar productos financieros derivados que por sus características especiales y complejas pudieran tener un tratamiento diferente al ya consagrado para la oferta pública de valores.

Por lo expuesto anteriormente, no podemos concluir de manera apresurada que un instrumento derivado cuyo subyacente sean divisas si constituyen "valores". Los instrumentos derivados son productos financieros que no necesariamente tienen las características para ser valores negociables.

Sobre este punto, es menester señalar que respecto a productos sofisticados como "derivados" esta autoridad se ha pronunciado anteriormente ante solicitud de parte a través de la Opinión No. 8-2004; la cual se mantiene vigente y de la cual debemos destacar el principio que a continuación transcribimos: "La prestación de servicios de intermediación en este tipo de instrumentos por parte de intermediarios de valores locales debidamente autorizados por la Comisión, quedaría sujeta a las normas generales que regulan el funcionamiento de estas entidades, tales como el Acuerdo 2-2004, entre otros. Por otro lado, la prestación de servicios de intermediación en este tipo de instrumentos por parte de personas que no cuenten con las autorizaciones correspondientes expedidas por la Comisión, en detrimento de los intereses del público inversionista, podría dar lugar a la adopción de medidas de protección a las que está facultada la Comisión por mandato expreso del Decreto Ley 1 de 1999."

Por otro lado, el Acuerdo No. 5-2004 del 23 de julio de 2004, reglamenta lo relativo a las sociedades de inversión y a los administradores de inversión. El artículo 1 del Decreto Ley No. 1 de 1999, en su definición de sociedades de inversión señala que éstas pueden invertir directa o indirectamente en valores, divisas, metales e insumos, bienes inmuebles o cualesquiera otros bienes que determine la Comisión.

Respecto a la conclusión del solicitante al tratar de interpretar el alcance de la norma que permite que una casa de valores ejerza la administración de inversiones de sociedades de inversión, tenemos a bien señalar que en efecto, las casas de valores que deseen dedicarse al negocio de administrador de inversiones pueden hacerlo siempre y cuando soliciten y obtengan la respectiva licencia de administrador de inversiones expedida por la Comisión Nacional de Valores. Tal licencia permitirá la administración de sociedades de inversión de acuerdo a las categorías legalmente establecidas en el Decreto Ley No. 1 de 1999 y en base a las políticas y reglas que surgen de éste y de las normas vigentes del Acuerdo No. 5-2004 dentro de las cuales se permite a una sociedad de inversión invertir entre otros, en derivados y en mercado monetario.



La Comisión Nacional de Valores, en base al artículo 106 del Decreto Ley No. 1 de 1999 sobre categorías de sociedades de inversión, según el riesgo; en concordancia con el artículo 3 y 19 del Acuerdo 5-2004 esta facultada para dictar normas específicas para las sociedades de inversión que inviertan en bienes inmuebles, para las que inviertan en opciones, futuros e instrumentos derivados, y para las que inviertan en instrumentos del mercado monetario. Así las cosas no debemos confundir la compra y venta e intermediación en el mercado de divisas por un lado, con la regulación y normas de política de inversión de las sociedades de inversión que según su riesgo pueden invertir en activos del mercado monetario.

La Comisión Nacional de Valores no puede regular los mercados en sí es decir, mercados inmobiliarios o mercados de divisas, en los que una sociedad de inversión dedique sus inversiones; sin embargo si tiene la obligación de establecer los parámetros y políticas de inversión de las sociedades de inversión con independencia de su categoría según el riesgo. No podemos entonces pretender y concluir en que si las sociedades de inversión pueden dedicarse a la inversión en los diferentes bienes mencionados (inmobiliario, metales o divisas) entonces las casas de valores con licencia de administrador de inversiones pudieran dedicarse incidentalmente a la compra venta de divisas, o inmuebles o metales preciosos.

Tal como lo establecen las Opiniones precedentes dictadas por la Comisión Nacional de Valores, la actividad de compra y venta de divisas no es regulada por la Comisión Nacional de Valores y por ende no requiere la autorización de una licencia de casa de valores. La compraventa e intermediación en mercados de divisas no se enmarca dentro de las actividades incidentales de una casa de valores.

**En conclusión:** Las divisas al no ser consideradas un "valor" de acuerdo a la definición que consagra el artículo 1 del Decreto Ley 1 de 1999, no ser su compra y venta regulada por ésta institución y no requerir dicha actividad una licencia expedida por la Comisión Nacional de Valores, no se enmarca dicha negociación dentro de las actividades incidentales permitidas a las Casas de Valores.

**Fundamento Legal:** Artículos 1, 23, 27, 106 y 150 del Decreto Ley No. 1 de 8 de julio de 2008, artículo 3 del Acuerdo No. 2-2004; artículo 3 y 19 del Acuerdo No. 5 -2004; Opinión No. 5-2004 del 5 de mayo de 2004; Opinión 5-2007 de 23 de mayo de 2007; Opinión 7-2007 de 16 de julio de 2007 y Opinión 5 de 20 de junio de 2008

Dado en la ciudad de Panamá, a los veintiséis( 26 ) del mes de enero del año dos mil nueve (2009).

#### **PUBLÍQUESE Y CUMPLASE**

**Juan Manuel Martans S.**

Comisionado Presidente

**Julio Javier Justiniani**

Comisionado Vicepresidente

**Yolanda G. Real S.**

Comisionada a.i.

#### **ACUERDO N° 29**

**De 1 de abril de 2008**

"Por medio del cual se ordena la cancelación de la marginal sobre la(s) finca(s) inscrita(s) en el Registro Público, cuyos propietario(s) hayan pagado la totalidad del precio al Municipio de Atalaya."

#### **EL CONCEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO DE ATALAYA,**

En uso de sus facultades delegadas,

#### **CONSIDERANDO:**





Que este Concejo Municipal del Distrito de Atalaya, por mandato legal **debe velar** por el cumplimiento específico de los fines señalados en el Artículo 230 de la Constitución Nacional, referente al **desarrollo social y económico** de su población.

Que mediante Acuerdo Municipal No. 19 de 6 de agosto de 2003 por el cual se reglamenta el procedimiento de adjudicación de lotes de terreno a favor de sus ocupantes en el Distrito de Atalaya, dentro de la metodología única del Programa Nacional de Administración de Tierras (PRONAT), se establece que sólo podrá cancelarse la marginal inscrita en el Registro Público mediante Acuerdo Municipal, previa certificación del Tesorero Municipal donde conste que el propietario de la finca ha pagado la totalidad del precio al Municipio de Atalaya.

Que este Concejo Municipal, previa presentación de la certificación de la Tesorería Municipal, procede a ordenar la cancelación de la marginal en beneficio del solicitante.

**ACUERDA:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Ordenar, como en efecto se ordena, la **cancelación de la marginal** que pesa sobre la siguiente finca inscrita en la Sección de Propiedad del Registro Público; en atención a certificación presentada por el Tesorero Municipal donde consta la cancelación del precio a favor del Municipio de Atalaya, en cumplimiento de lo dispuesto en el Acuerdo Municipal No. 19 de 6 de agosto de 2003:

PROPIETARIO	FINCA	CODIGO	DOCUMENTO	CERTIFICACIÓN TESORERIA N°
GLADIS ESTHER RAMOS SERRANO DE PINEDA	48054	9001	972069	400

**ARTICULO SEGUNDO:** Remitir copia de este Acuerdo Municipal **autenticada** por la Secretaría del Concejo al Registro Público, mediante oficio que será confeccionado igualmente por la **Secretaría del Concejo Municipal** y firmado por el Presidente del Concejo Municipal y el Alcalde del Distrito de Atalaya.

**ARTICULO TERCERO:** Este Acuerdo Municipal empezará a **regir a partir** de su sanción.

**APROBADO POR EL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO DE ATALAYA.**

Dado en el Salón de Sesiones del Honorable Concejo Municipal del Distrito de Atalaya a los seis (1) días del mes de ABRIL de dos mil OCHO (2008).

**H.R. JUAN POVEDA**

Presidente del Concejo Municipal  
del distrito de Atalaya.

**LCDA. DEYANIRA ALMENGOR**

Secretaria

Sancionado por el Honorable Alcalde del Municipio de Atalaya hoy **primero** (1) de abril de dos mil ocho (2008):

**CELESTINO GONZALEZ**

ALCALDE

**YELENYS QUINTERO**

SECRETARIA

