
Su información

¿En calidad de qué o en representación de quién participa en esta consulta pública?

Organismos públicos y reguladores

Nombre completo (del particular o de la institución representada)

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

¿Desea publicar el nombre junto a su respuesta o mantenerlo confidencial (en cuyo caso se publicará como respuesta anónima)?

Público

E-mail de contacto (se mantendrá confidencial)

Breve justificación del interés del particular o de la institución por el sector de la publicidad online (máximo 1.000 caracteres)

N/C

¿Con qué empresas se relaciona en este ámbito? (máximo 1.000 caracteres)

N/C

¿Desea publicar esta información (la relativa a las empresas con las que se relaciona) dentro de su respuesta o mantenerla confidencial para que se publique su respuesta sin esta información?

Pública

¿Cuáles considera que son los principales operadores del sector en los distintos segmentos: anunciantes, plataformas digitales, agencias de mediación, etc.? (máximo 1.000 caracteres)

N/C

Impacto sobre el consumidor

Si lo desea, puede proveer comentarios adicionales a sus respuestas anteriores (máximo 4.000 caracteres)

En referencia a la información requerida, podemos indicar que en el Departamento de Veracidad de la Publicidad de la Dirección Nacional de Protección al Consumidor, no hemos tenido este tipo de experiencia, por lo que no contamos con datos estadísticos, para

responder.

Problemas específicos de competencia

El sector de la publicidad online presenta problemas específicos de competencia.

0

El acceso a datos supone una barrera para la entrada de nuevos operadores o para el crecimiento de los de menor tamaño

0

Existe un problema de concentración excesiva del sector en unos pocos operadores

5

Se pueden producir cambios bruscos de condiciones contractuales por parte de los principales operadores del sector

5

La integración vertical de las plataformas, que intermedian pero también alquilan espacio publicitario como creadoras de contenido y proveedoras de servicio, supone condiciones más perjudiciales para los anunciantes, como empaquetamiento de otros servicios o trato discriminatorio

5

Si lo desea, puede proveer comentarios adicionales a sus respuestas anteriores (máximo 4.000 caracteres)

Las respuestas antes expuestas son la percepción de un equipo de funcionarios de la Autoridad. Actualmente, no hemos desarrollado estudios relacionados al sector de la publicidad online, no obstante, somos de la idea que los bajos costos de accesibilidad permiten que pequeñas empresas puedan competir. Las economías basadas en plataformas tecnológicas, han basado su desarrollo en gran medida por este sector de bajo costo, a diferencia de la publicidad tradicional.