



Defensoría del Consumidor

INFORME DE LABORES

JUNIO 2009 MAYO 2010







**Defensoría
del consumidor**

INFORME DE LABORES
JUNIO 2009 **MAYO 2010**



“Debemos cuidar que las empresas se fortalezcan, pero debemos cuidar también que las empresas, sobre todo aquellas que tienen una posición dominante en el mercado, arbitrariamente no eleven los precios y abusen de los consumidores”.

Fragmento del discurso del Señor Presidente de la República
– 15 de marzo de 2010 –



Mauricio Funes

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR

Equipo redactor

José Armando Flores Alemán,
Manuel Antonio Vides Moreno
Silvia Soledad Orellana Guillén
Yanci Guadalupe Urbina González

Colaboración

Armando Enrique Mena Castro
Ana María Umaña de Jovel
Ana Patricia Silva Orellana
Ada Aurora Marquina Arce
Carlos Enrique Vargas Gálvez
Carlos Roberto González Ramirez
Elisa Echeverría Montúfar
Fausto Ernesto Valladares Portillo
Héctor Leonel Morán Ascencio
Julio Ernesto Sigüenza Tobar
Mauricio Antonio Pérez Villalobos
María Irma Larios Ochoa
María Luisa Claros de Reyes
Nelson Armando Guzmán Mendoza
Roberto Augusto Gutiérrez Funes
Rafael Valencia Argueta
Yesenia Salas Vargas

Fotografías

Fausto Ernesto Valladares Portillo
Patricia Evelyn Salinas
Sandra Margarita Portillo de Lara
Wilfredo Moreno Torres

Diseño y diagramación

Raul Lemus, Beyond Graphics

Impresión

7/24 Print

Mayo 2010

500 ejemplares

INDICE

I. Mensaje del Presidente de la Defensoría del Consumidor	6
II. Resumen Ejecutivo	11
III. Plan, estructura y presupuesto	27
1. Plan de trabajo	28
2. Estructura organizativa	30
• <i>Personal e instancias de dirección</i>	30
• <i>Organigrama</i>	32
3. Ejecución presupuestaria	33
IV. Principales logros	37
1. Información y transparencia de mercados	38
2. Educación para el consumo y el ejercicio de ciudadanía	44
3. Vigilancia de mercados	48
4. Acercamiento y ampliación de servicios	55
5. Atenciones brindadas	61
6. Protección del bolsillo de las personas consumidoras	65
7. Ejercicio de la potestad sancionatoria	66
8. Posicionamiento institucional	67
9. Fortalecimiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC) y del marco regulatorio vinculado	72
10. Relaciones y cooperación internacional	78
11. Fortalecimiento y desarrollo institucional	82
V. Estados financieros auditados	89



I. MENSAJE DEL PRESIDENTE DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

Durante años, en nuestro país la protección al consumidor ha generado enconados debates. Para algunas personas, esto no es más que una utopía o un derecho negado, mientras que para otras es una verdadera amenaza al sistema de libertades. Estas percepciones -que reflejan posiciones, aunque no dominantes en la opinión pública, han cohabitado y a veces conspirado -sin pretenderlo- en contra del desarrollo de una verdadera política de protección al consumidor en El Salvador.

Lo anterior posiblemente fue favorecido en los últimos veinte años por el impulso de políticas que “sacralizaron al mercado” y “satanizaron al Estado”. De hecho, en el pasado reciente el objetivo de proteger los derechos de las y los consumidores casi fue considerado “subversivo”.

En este contexto, se liberalizó la economía, se privatizaron servicios públicos básicos, se firmaron acuerdos comerciales y una de las ausencias -siempre presentes- fue la política de protección al consumidor. Ese déficit ha sido caldo de cultivo del comprensible malestar ciudadano respecto a la insuficiente protección de los derechos de las personas consumidoras. Al respecto, merece la pena destacar que el número anual de reclamos que recibe la Defensoría, en algunos casos duplica y en otros hasta triplica el número de reclamos que reciben las agencias de protección al consumidor en Centro América.

Es claro que el Gobierno del Presidente Mauricio Funes asumió sus funciones en un escenario de crisis y de limitados márgenes de acción. Pero eso no será excusa para no avanzar. Por el contrario, la Defensoría del Consumidor hace suya la esperanza de cambio en la política de consumo de nuestro país y reafirma el compromiso de actuar con firmeza, pero también con responsabilidad y transparencia en la defensa de los derechos de las consumidoras y los consumidores, conforme a la orientación ofrecida por el Presidente de la República.

De hecho, en este primer año de labores “avance” es la palabra más presente en el despliegue del trabajo de la Defensoría. Algunos ejemplos de ello son:

1. Formulación del plan estratégico 2009-2014.
2. Realización de 129 sondeos de precios de productos básicos, que permitió ejecutar 10,228 visitas a establecimientos comerciales donde se vendían los productos objetivo de los sondeos.
3. Realización de 176 charlas educativas, que en conjunto nos permitió llegar a 116,507 personas.
4. Evaluación de los avances de la educación al consumidor en la escuela y elaboración de una propuesta de fortalecimiento estratégico.
5. Preparación preliminar de una política de fomento a la asociatividad de las personas consumidoras, que tiene, entre otras iniciativas, la ejecución de un proyecto piloto de “fondos concursables”, dirigido a promover el activismo de las asociaciones de consumidores.
6. Realización de 1,743 inspecciones, con hallazgos de incumplimientos legales en 698 casos, que dieron origen al procedimiento sancionatorio que determina la ley.

*Lic. José Armando
Flores Alemán*



7. Plan de revisión del certificado de calibración de básculas existentes en 148 supermercados, con el hallazgo de 69 básculas que incumplían las disposiciones legales aplicables, activándose en estos casos el procedimiento sancionatorio.
8. Realización de 104 defensorías móviles, en 78 municipios ubicados en los 14 departamentos del país. Permitió brindar servicios de asesoría, recepción de denuncias, entrega de material educativo e informativo y además realizar acciones de vigilancia de mercado.
9. Apertura de “ventanillas departamentales” de atención a la población consumidora; en el marco de una estrategia de descentralización de los servicios que presta la Defensoría. Las primeras están ubicadas en Sonsonate y Chalatenango.
10. Atención a un total de 70,090 consumidores y consumidoras, de las cuales 65% fueron asesorías, 25% denuncias y 10% fueron gestiones y derivaciones.
11. Recuperación de US \$7.6 millones de dólares a favor del interés económico de las y los consumidores, de los cuales, US \$3.1 millones corresponden a resoluciones favorables en casos individuales y US \$4.5 a casos colectivos.
12. Durante este período, del total de casos cerrados, el Tribunal sancionó 460 que en conjunto fueron multados con US \$ 1,187,528.30, cifra que es la más alta en concepto de multas anuales impuestas por infracciones a la Ley de Protección al Consumidor.
13. Suscripción de siete convenios de colaboración con distintas instituciones del Estado, así como el impulso de cuatro iniciativas conjuntas para proteger a las y los consumidores en coordinación con otras entidades de gobierno, todas integrantes del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.
14. Elaboración de propuestas y acompañamiento de iniciativas de otras entidades, dirigidas a mejorar la protección legal de las personas consumidoras y entre las que sobresale la elaboración consensuada del proyecto de reformas a la Ley de Protección al Consumidor.
15. Fortalecimiento de la proyección regional e internacional del trabajo de la Defensoría. En particular, sobresale el aporte al Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor, instancia en la que la Defensoría ejercerá la Presidencia Pro témpore entre mayo de 2010 y abril de 2011.

16. Se ha elaborado la Política de Transparencia de la Defensoría y se encuentra en proceso de instalación de la Oficina de Información y Respuesta (OIR), que brindará información general sobre la institución y recibirá quejas por insatisfacción con los servicios prestados por la Defensoría. También recibirá denuncias por supuestos actos de corrupción u otros incumplimientos hacia los usuarios, generados por los servidores públicos que laboran en La Defensoría.
17. Renovación de un 31.7% del equipo informático, con el apoyo de la cooperación internacional, en el marco de un plan de modernización de la Defensoría.
18. Avances en la formulación de la Política Nacional de Protección al Consumidor, instrumento para mejorar la prevención de abusos, promover derechos, fomentar la participación ciudadana, la descentralización de servicios y fortalecer la coordinación del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

En este año 2010, en que se cumple el 25 aniversario de las Directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor, y en el que nuestra legislación de protección al consumidor cumple 18 años, la Defensoría expresa su inequívoco compromiso con un servicio de calidad y calidez que facilita la solución de conflictos en materia de consumo, acerca los servicios, profundiza la vigilancia de mercado y promueve la educación y la participación ciudadana y que coordina la acción conjunta con otras instituciones del Estado, para contribuir a un mejor funcionamiento del mercado y ejercicio de ciudadanía.



II. Resumen Ejecutivo



Tomando en cuenta sus atribuciones legales, la gestión de la Defensoría del Consumidor, en el período de junio 2009 a mayo 2010, se puede resumir en los siguientes logros:

INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA DE MERCADOS

Para conocer el comportamiento en los precios en el mercado y facilitar a la población, información útil sobre los precios en que se ofrecen los productos básicos, en el período se desarrollaron **129 sondeos de precios**, abarcando alimentos básicos, medicamentos, combustibles, materiales de construcción, útiles escolares, servicio de hoteles, entre otros. Fue especialmente positiva la realización de estos sondeos en el marco de la emergencia nacional generada por la “tormenta tropical Ida”, ya que esto provocó un importante efecto disuasivo y contribuyó a evitar alzas especulativas de precios. Para realizar todos estos sondeos, en el período, **la Defensoría visitó 10,228 establecimientos comerciales**.

Como parte de este eje de trabajo, también se realizaron estudios de hábitos de consumo para fechas especiales, como las celebraciones del día del padre y de navidad. Los resultados de los sondeos de precios y los estudios de hábitos de consumo, fueron difundidos a través de conferencias de prensa, así como en los medios de comunicación institucional (web, boletines) y en publicaciones en prensa escrita, todo esto, con el objetivo de brindar información a la población y recomendar sobre el manejo responsable de sus finanzas.

Merece la pena señalar que, según la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Economía, en el último año (abril 2009-abril 2010) la inflación punto a punto fue de 0.63% y en el rubro de alimentos y bebidas la inflación en el mismo período fue negativa (-1.65%).



EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO Y EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA

Algunas de las estrategias seguidas por La Defensoría para incidir en un mayor conocimiento de sus derechos por parte de las y los consumidores y al ejercicio de ciudadanía son, la realización de 176 charlas educativas, que en conjunto nos permitió llegar a 116,507 personas y la distribución de folletos y volantes; en el año **se entregaron 210,708 folletos**; esto ha permitido dar a conocer temas relevantes en materia de consumo y ofrecer información acerca de los servicios que presta la institución.

Para La Defensoría, el fortalecimiento de la educación al consumidor en la escuela es un paso esencial para avanzar hacia un mejor conocimiento y ejercicio de derechos y cumplimiento de deberes en el ámbito del consumo. Por esa razón, la institución realizó, con el apoyo de una especialista de origen español, **la evaluación de los avances de la educación al consumidor** en los programas que ejecuta el Ministerio de Educación y elaboró una propuesta de fortalecimiento estratégico. En el segundo año de gestión se buscará que esta propuesta se concrete en un mejoramiento del contenido y de la práctica educativa, favorable a la educación de las personas consumidoras.

Así mismo, como parte del **fomento a la asociatividad** que impulsa La Defensoría, fueron acreditadas dos nuevas asociaciones de consumidores, con las cuales, llegan a 15 las entidades registradas ante la institución como organizaciones civiles que promueven la defensa de derechos de las y los consumidores. El diálogo y coordinación desarrollada en este período entre La Defensoría y las asociaciones de consumidores, ha permitido la generación de sinergias que, por ejemplo, han potenciado el impulso de “La Defensoría móvil” en municipios donde tienen presencia algunas asociaciones.



VIGILANCIA DE MERCADOS

Para verificar el cumplimiento de los proveedores a las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor, su Reglamento y las Normas Salvadoreñas Obligatorias, en este período, la Defensoría realizó **1,743 inspecciones** en diversos establecimientos comerciales, como farmacias, supermercados, tiendas de conveniencia y almacenes, entre otros; lo cual se ejecutó con el objetivo de garantizar calidad y contenido de productos y servicios ofrecidos a consumidores. Como resultado de estas inspecciones, se obtuvieron **698 hallazgos de incumplimiento**, a raíz de los cuales se iniciaron los respectivos procedimientos en el Tribunal Sancionador de la Defensoría del Consumidor.

En el marco de la campaña vacacional agostina “En pueblos vivos, consumidores satisfechos”, La Defensoría verificó en 1,085 restaurantes la existencia o no de permisos de funcionamiento, extendidos por el Ministerio de Salud y Asistencia Social; como resultado de la inspección, se comprobó que el **27% de dichos establecimientos funcionaba sin permiso**, porcentaje inferior al 34% que se había encontrado en diciembre de 2008.

La labor de vigilancia de La Defensoría también se mantuvo activa durante la emergencia nacional, declarada a raíz de la tormenta tropical “Ida”; se realizaron sondeos de precios en 86 supermercados, 818 puestos de mercados, 118 tiendas mayoristas y 107 ferreterías, sin encontrarse anomalías en los precios. En este marco, se amplió el horario de atención del teléfono 910, hasta las 7 de la noche y se publicaron de manera periódica los precios de granos básicos, frutas y verduras, a fin de evitar posibles prácticas especulativas en el mercado.



Durante este año, también se realizó una vigilancia especial a 148 supermercados para comprobar el cumplimiento de la ley del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), en cuanto a que los equipos de medición posean la certificación emitida por dicho Consejo. En estos supermercados se inspeccionaron 991 básculas, encontrando anomalías en 69 básculas (7% del total). Dicha información, también fue enviada al Tribunal Sancionador, para su respectivo procedimiento.



Como parte de este eje de trabajo, la Defensoría desarrolló en el área metropolitana de San Salvador dos estudios comparativos sobre contenido neto, el primero de granos básicos y el segundo de quesos. El estudio de granos básicos, evaluó arroz, frijoles, azúcar y harinas; determinándose que el 89% de los productos cumplieran con el contenido neto que ofrecían y para el restante 11% que resultó con incumplimientos, se activó el respectivo proceso sancionatorio. El estudio de contenido neto en quesos evaluó 23 tipos de queso, entre duros y quesillos preempacados, de 50 marcas distintas en supermercados. De un total de 135 lotes inspeccionados, el 33% no aprobó los parámetros legales, por lo que también se iniciaron los respectivos procesos sancionatorios.

La Defensoría continuará vigilante del cumplimiento del Reglamento Técnico Centroamericano de contenido neto, con el fin de garantizar que los proveedores entreguen las cantidades de producto ofrecidas a las y los consumidores.



ACERCAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE SERVICIOS

El 25 de julio de 2009, se dio el banderillazo de salida a la “Defensoría Móvil”, iniciativa que permite acercar los servicios a lugares de mayor concentración poblacional, como centros comerciales, mercados, terminales de autobuses, entre otros; en días y horas accesibles; y en distintos municipios del país.

En este período se realizaron 104 Defensorías Móviles, que llegaron hasta 78 municipios, ubicados en los 14 departamentos del país y en las cuales se brindaron 2,378 atenciones, que incluyen 482 denuncias y de estas, ya han sido resueltas el 74%, lográndose una recuperación de \$18,817.66 en beneficio de las y los consumidores.

Siempre con el objetivo de facilitar el acceso a los servicios, el 29 de enero de 2010, La Defensoría inauguró el servicio de atención, recepción y seguimiento de denuncias en línea (“Defensoría en línea”), a través del sitio web: www.defensoria.gob.sv; en los primeros tres meses ya se recibieron 654 reclamos y consultas y se han registrado 1,082 personas para hacer uso del servicio. A este ritmo, solo en el primer año de la “Defensoría en línea” podrían recibirse por Internet un 15% del total de los reclamos.

Otro importante logro en materia de acercamiento y ampliación de servicios, es la alianza estratégica establecida con el Ministerio de Gobernación, que facilitará la apertura de las **ventanillas departamentales** para atender casos en materia de consumo, en coordinación con las Gobernaciones Políticas Departamentales. Actualmente ya están en funcionamiento las ventanillas de Sonsonate y Chalatenango.

El servicio de atención telefónica que la institución brinda a través del Centro de Llamadas “910”, también ha tenido importantes avances

en este período, ya que ha ampliado su horario de atención (dos sábados al mes hasta las 4 de la tarde) y ha implementado el buzón de mensajes las 24 horas al día, de tal manera que cualquier día y a cualquier hora, los consumidores y consumidoras puedan contactarse con el Centro de Llamadas y ser atendidos en la hora hábil inmediata posterior. Merece destacar que el Centro de Llamadas “910” logró un promedio de llamadas atendidas del 98%, es decir, no pudo atender solo el 2% de las llamadas entrantes.



ATENCIONES BRINDADAS

En este período, La Defensoría atendió a **70,090 personas consumidoras** a través de asesorías (65%), denuncias (25%), derivaciones (4%) y gestiones (6%). Al desagregar las atenciones por sector, se tiene que el 32% de las mismas estuvieron relacionadas con servicios financieros; el servicio de agua potable es el segundo en importancia, con un 24%; el tercero, es el sector de telecomunicaciones, con 16%. Estos tres rubros concentran el 72% de todas las atenciones.

En cuanto a las denuncias, el servicio de agua potable fue el más reclamado en el periodo (54%), lo que en buena medida fue ocasionado por la reforma, en noviembre de 2009, en el pliego tarifario que aplicó la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA), situación que fue subsanada por la modificación tarifaria que se realizó en febrero de 2010.

Así mismo, como parte de las atenciones que brinda a la ciudadanía, La Defensoría dio seguimiento y finalizó seis casos colectivos relacionados con servicios financieros, en los que determinó diversos incumplimientos, tales como cobros de intereses sobre comisiones y recargos, cobro de intereses sobre intereses en extrafinanciamientos, entre otros. El resultado de estas atenciones se presenta mas adelante.

En relación al período junio 2008-mayo 2009, las atenciones brindadas por La Defensoría crecieron en un 13.6%, incrementándose de 61,687 a 70,090 casos. La cantidad de denuncias que atiende anualmente La Defensoría duplica y en algunos casos triplica el número de denuncias que en el mismo período reciben las agencias similares en Centro América.





“...Quiero agradecer a la Defensoría del Consumidor, el trabajo eficiente y oportuno que para mí ha sido un gran alivio, por cuanto mantengo mi buen record crediticio, pago una cuota justa y recuperé una suma de dinero, que en estos tiempos de dificultad son una bendición. Lo que más me alegra es saber que mi caso, solo es uno de varios miles de compatriotas que han comenzado a recibir devoluciones de dinero...”

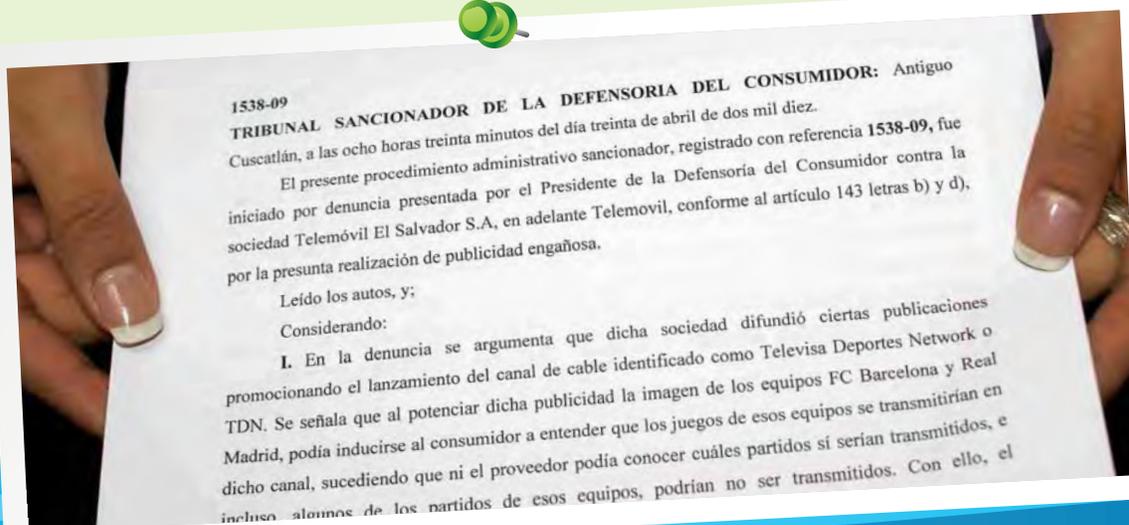
Alba de Zepeda, beneficiada con devolución por cobros indebidos.

PROTECCIÓN DEL BOLSILLO DE LAS Y LOS CONSUMIDORES

En este año, La Defensoría resolvió 17,997 casos individuales de consumidores, **logrando la devolución de \$3,130,991.55**; también se giraron órdenes de devolución de \$4,493,369.24 a un aproximado de 299,102 usuarios de servicios financieros en seis casos colectivos. En total, durante este año La Defensoría **logró la devolución de \$7,624,360.79** en beneficio del bolsillo de las personas consumidoras, cifra que es un 64.53% superior al presupuesto anual del 2010 asignado a la Defensoría del Consumidor.

EJERCICIO DE LA POTESTAD SANCIONATORIA

En el período, La Defensoría, a través del Tribunal Sancionador, recibió 1,846 denuncias sobre posibles infracciones a la ley; de las cuales, 517 corresponden a “denuncias de oficio”, es decir, que han sido iniciadas como resultado de procesos propios de la Defensoría, tales como inspecciones, estudios, etc.; Durante este período, del total de casos cerrados, el Tribunal sancionó 460 casos, que en conjunto fueron **multados con US \$ 1,187,528.30**, cifra que es la más alta en concepto de multas anuales impuestas por infracciones a la Ley de Protección al Consumidor, tomando como base las estadísticas contenidas en la “Memoria de labores 2004-2009 de la Defensoría del Consumidor.



POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL

Los principales mecanismos utilizados para difundir y posicionar en la opinión pública la labor de la Defensoría han sido la producción de materiales informativos y de orientación para las y los consumidores, en temas como recomendaciones para el uso de las tarjetas de crédito, obligaciones y prohibiciones de proveedores financieros y presupuesto familiar, entre otros.

Se produjeron y optimizaron los medios propios de comunicación: el primero es el sitio web de La Defensoría, con un promedio de **6,484 visitas mensuales**. En segundo lugar, se distribuyeron 30 boletines “Noticonsumo” en versión digital, que llega a unos 2,092 contactos y se imprimieron 9,000 ejemplares que fueron distribuidos en 316 entidades de diversos sectores. En tercer lugar, el programa radial “Defensoría 96 nueve”, transmitido semanalmente en Radio Nacional de El Salvador, se ha convertido en un importante espacio de interacción con los consumidores y consumidoras.

Como parte del posicionamiento institucional, se han implementado planes de medios, gracias a los cuales se ha tenido presencia periódica en programas radiales y televisivos. La presencia en entrevistas y otros espacios de opinión no pagados, han generado para la Defensoría **un ahorro de US \$1,020,051.86**. En cuanto a publicaciones pagadas, se ha priorizado la promoción de la “Defensoría móvil” y los resultados de sondeos de precios, por el hecho de beneficiar directamente a la población consumidora.



FORTALECIMIENTO DEL SNPC Y EL MARCO REGULATORIO VINCULADO

El Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC), establecido por la Ley de Protección al Consumidor -normativa que otorga a la Defensoría del Consumidor la calidad de entidad coordinadora-, ha sido fortalecido a través de: convenio de cooperación con la Superintendencia de Competencia; lanzamiento de la campaña “En pueblos vivos, consumidores satisfechos” junto con el Ministerio de Turismo; Convenio de cooperación y coordinación con el Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU); Convenio de cooperación con la Lotería Nacional de Beneficencia; Convenio de cooperación con el Banco Central de Reserva, la Superintendencia del Sistema Financiero, Superintendencia de Pensiones, Superintendencia de Valores y el Instituto de Garantía de Depósitos; Convenio de cooperación interinstitucional en materia alimentaria con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, permitiendo la constitución de la **Comisión Nacional de Alimentos**; Convenio de cooperación con la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET); Coordinación con el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano y el Centro Nacional de



Registros, para abordar de forma integral la problemática de las lotificaciones; integración y funcionamiento efectivo del Consejo Nacional de Energía; Integración y funcionamiento efectivo de la comisión tripartita para atender las reclamaciones de consumidores y consumidoras del servicio de agua; Convenio de cooperación interinstitucional con el Ministerio de Gobernación para apoyar la estrategia de acercamiento a los usuarios.

La Defensoría además ha aportado al mejoramiento de la protección legal de los consumidores y consumidoras, **elaborando propuestas y acompañando iniciativas de otras entidades**, tales como: la Ley de Tarjetas de Crédito, la cual fue analizada y en coordinación con el Banco Central de Reserva y la Superintendencia del Sistema Financiero, se presentaron aportes al proyecto de ley. La institución también participó y aportó al debate legislativo que finalmente concretó en la reforma al artículo 8 de la Ley de Telecomunicaciones. Un importante avance en este tema es la **propuesta de reforma integral a la Ley de Protección al Consumidor** que el Presidente de la Defensoría del Consumidor, entregó al Presidente de la República, que le apuesta a mejorar y ampliar la protección legal de los consumidores y consumidoras, fortalecer la vigilancia y promover la transparencia, entre otros aspectos importantes. La Defensoría también ha aportado a la discusión legislativa de la propuesta de Ley de Medicamentos.



Presidente Mauricio Funes juramenta al Consejo Nacional de Energía.

RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL



La Defensoría realizó una serie de acciones para la **construcción de sinergias**, para apoyar técnica y financieramente el trabajo y para mejorar la protección del consumidor; entre estas iniciativas se menciona: firma de memorándum de entendimiento con la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, y el Gobierno de Suiza, para apoyar la información y educación de los consumidores; ampliación del monto y plazo del Proyecto: “información y transparencia, herramientas del consumidor para fomentar la competencia”, ejecutado en cooperación con Booz Allen Hamilton, con fondos de USAID; cooperación del Banco Mundial, a través de la Secretaría Técnica de la Presidencia, para financiar la consultoría



para el fortalecimiento de las capacidades de La Defensoría para auditar los cobros que realizan las empresas que financian la compra de vehículos, muebles y electrodomésticos al crédito; obtención de cooperación internacional para renovación de parte del equipo informático; se gestionó y recibió asistencia técnica de Consumers Internacional, a través de una especialista europea en educación para el consumo responsable.

En el marco del fortalecimiento de las relaciones internacionales, la Defensoría del Consumidor, ha aportado al funcionamiento del Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO), entidad regional que en su última Reunión Extraordinaria (28 y 29 de abril de 2009), aprobó el plan anual de trabajo y reformó el reglamento del Consejo. A partir del 30 de abril de 2010, la Defensoría del Consumidor, por medio de su presidente Armando Flores, **asumió la Presidencia Pro témpore del CONCADECO.**



FORTALECIMIENTO Y DESARROLLO INSTITUCIONAL

Gracias al efectivo apoyo de la Dirección de Administración, todas las áreas ejecutoras disponen de los bienes y servicios necesarios para el desarrollo de sus actividades, incluyendo la logística de las operaciones. La UACI ha prestado un apoyo constante, realizando en el periodo 524 órdenes de compra para la adquisición de bienes y servicios, 8 contratos de servicios profesional y 22 contratos de bienes y servicios, entre otros.

Como parte del fortalecimiento y desarrollo institucional, se trabaja por alcanzar liderazgo y respeto en la garantía de la probidad y la transparencia en el uso de los recursos, para lo cual se ha elaborado la **Política de Transparencia** de la institución, se trabaja en la instalación de la Oficina de Información y Respuesta y la sección de transparencia en la página web institucional. Otra de las estrategias implementadas en esta área es el fortalecimiento de las **capacidades del personal**, para lo cual se han capacitado durante este año a 83 personas de diversas áreas, en variedad de temáticas relacionadas al quehacer institucional.



EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

El presupuesto votado por la Asamblea Legislativa para el año 2009 fue de US \$4,615,780.00, pero, con las modificaciones que se dieron durante el año, el presupuesto se redujo a US \$4,453,023.00, debido a disminuciones por ajustes en salarios y en bienes y servicios. Del presupuesto modificado se ejecutó el 99.72%, es decir, US \$4,440,668.16. El 80% se invirtió en remuneraciones, un 17% se destinó a la compra de bienes y servicios, el 2% fue utilizado para cubrir gastos financieros y el 1% restante se invirtió en la adquisición de activos fijos.

El presupuesto votado por la Asamblea Legislativa para el año 2010 fue de \$4,633,955.00, del que para el primer trimestre el presupuesto asignado fue de \$1,144,300.00 Ese monto tuvo una modificación de US \$127.80, con lo cual el presupuesto modificado ascendió a US \$1,144,427.80, del que se ejecutó \$1,111,495.80. Con la proyección correspondiente a los meses de abril y mayo, el presupuesto votado pasó a ser de US \$1,782,200.00, el modificado a US \$1,749,395.80 y lo ejecutado ascendió a US \$1,728,465.80, con lo que el porcentaje de ejecución alcanzaría el 98.80%. Similar al comportamiento del año 2009, del presupuesto ejecutado y proyectado en este período, la mayor parte correspondió a remuneraciones, con el 81%, mientras que el 18% se destinó a la compra de bienes y servicios y el 1% fue utilizado para cubrir gastos financieros. No se realizaron inversiones en activo fijo.





III. Plan, estructura y presupuesto



1. PLAN DE TRABAJO

En este período, la Defensoría del Consumidor ejecutó el plan operativo previsto para el segundo semestre del año 2009. También realizó, en forma participativa, el proceso de planeación estratégica 2010-2014.

La nueva estrategia concebida bajo el enfoque de “cuadro de mando integral” supone un modelo de gestión institucional que se basa en la integración de objetivos en torno a cuatro áreas estratégicas, cada una de ellas determinada por distintos ámbitos de actuación institucional. A continuación se presenta un resumen del plan:

CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS USUARIOS

Esta área agrupa los objetivos relacionados con la atención a las reclamaciones individuales y colectivas que las personas consumidoras interponen ante la Defensoría. Dentro de los objetivos relevantes previstos en esta área están:

- * Ampliar y acercar los medios de atención al sector usuario.
- * Potenciar la identificación y atención de casos colectivos para proteger el interés económico de las personas consumidoras.

EFICACIA EN LOS PROCESOS INSTITUCIONALES

Los objetivos integrados en esta área son aquellos relacionados con el análisis y la vigilancia del mercado, la generación y difusión de información, la promoción de educación y participación ciudadana, así como la necesaria coordinación con la institucionalidad del Estado, por lo que la Defensoría se propone:

- * Analizar el fenómeno del consumo en El Salvador.
- * Fomentar y estimular en los proveedores prácticas respetuosas de los derechos de las personas consumidoras.
- * Promover el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de los derechos de las personas consumidoras.
- * Garantizar una comunicación institucional proactiva que asegure el posicionamiento y respeto de la institución.
- * Establecer alianzas sólidas con actores claves para la implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor.

EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS

En este apartado, la Defensoría se plantea objetivos dirigidos a optimizar los recursos, así como el logro de probidad y transparencia en el uso de los mismos. Los objetivos en esta área son:

- * Garantizar el apoyo efectivo y oportuno de la administración hacia las áreas ejecutoras;
- * Garantizar que la gestión, la asignación y uso de recursos responda a las prioridades institucionales y en forma óptima; y
- * Alcanzar liderazgo y respeto en la garantía de la probidad y la transparencia en el uso de los recursos.

CRECIMIENTO Y DESARROLLO INSTITUCIONAL Y DEL TALENTO HUMANO

La apuesta por el fortalecimiento institucional se muestra en esta área, al incluir objetivos tendientes a la cualificación y optimización del talento humano, así como al fortalecimiento de la relación y cooperación nacional e internacional. Algunos objetivos relevantes en esta área son:

- * Garantizar la gestión óptima del talento humano de la institución.
- * Fortalecer el sistema de planificación, monitoreo y evaluación institucional.
- * Fortalecer la cooperación nacional e internacional.

Para el logro de cada uno de los objetivos previstos en las cuatro áreas estratégicas expuestas, la Defensoría ha planeado la ejecución de una serie de iniciativas, que orienta y concreta la proyección estratégica del período 2010-2014.

2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Personal e Instancias de Dirección

Presidente

José Armando Flores Alemán

Asesores

Yanci Guadalupe Urbina González
Armando Enrique Mena Castro

TRIBUNAL SANCIONADOR

Presidente

María Irma Larios Ochoa

Primer vocal

William Efraín Calderón Molina

Segundo vocal

René Eduardo Cárcamo

UNIDADES STAFF

Gerencia de Aseguramiento de la Calidad

María Luisa Claros de Reyes

Gerencia de Cooperación y Relaciones Internacionales

Nelson Armando Guzmán Mendoza

Unidad de Auditoría Interna

José Moreno Moreno

Unidad Financiera Institucional

Héctor Leonel Morán Ascencio

Unidad de Transparencia

Silvia Soledad Orellana Guillén

ÁREAS PROGRAMÁTICAS

Dirección de Vigilancia de Mercado

Yesenia Salas Vargas

Dirección de Ciudadanía y Consumo

Ana Patricia Silva Orellana

Dirección de Servicios Jurídicos

Mauricio Antonio Pérez Villalobos

Dirección de Comunicaciones

Fausto Valladares

ÁREA DE SERVICIO A LA CIUDADANÍA

Dirección del Centro de Solución de Controversias

Ana María Umaña de Jovel

Dirección de Descentralización

Carlos Enrique Vargas Gálvez

ÁREAS DE APOYO

Dirección de Administración

Rafael Valencia Argueta

Integrantes del Consejo Consultivo

PROPIETARIOS:

José Enrique Argumedo
Carlos Roberto Ochoa Córdova
Luis Meza Pérez
René Alfredo Portillo Cuadra
Vacante

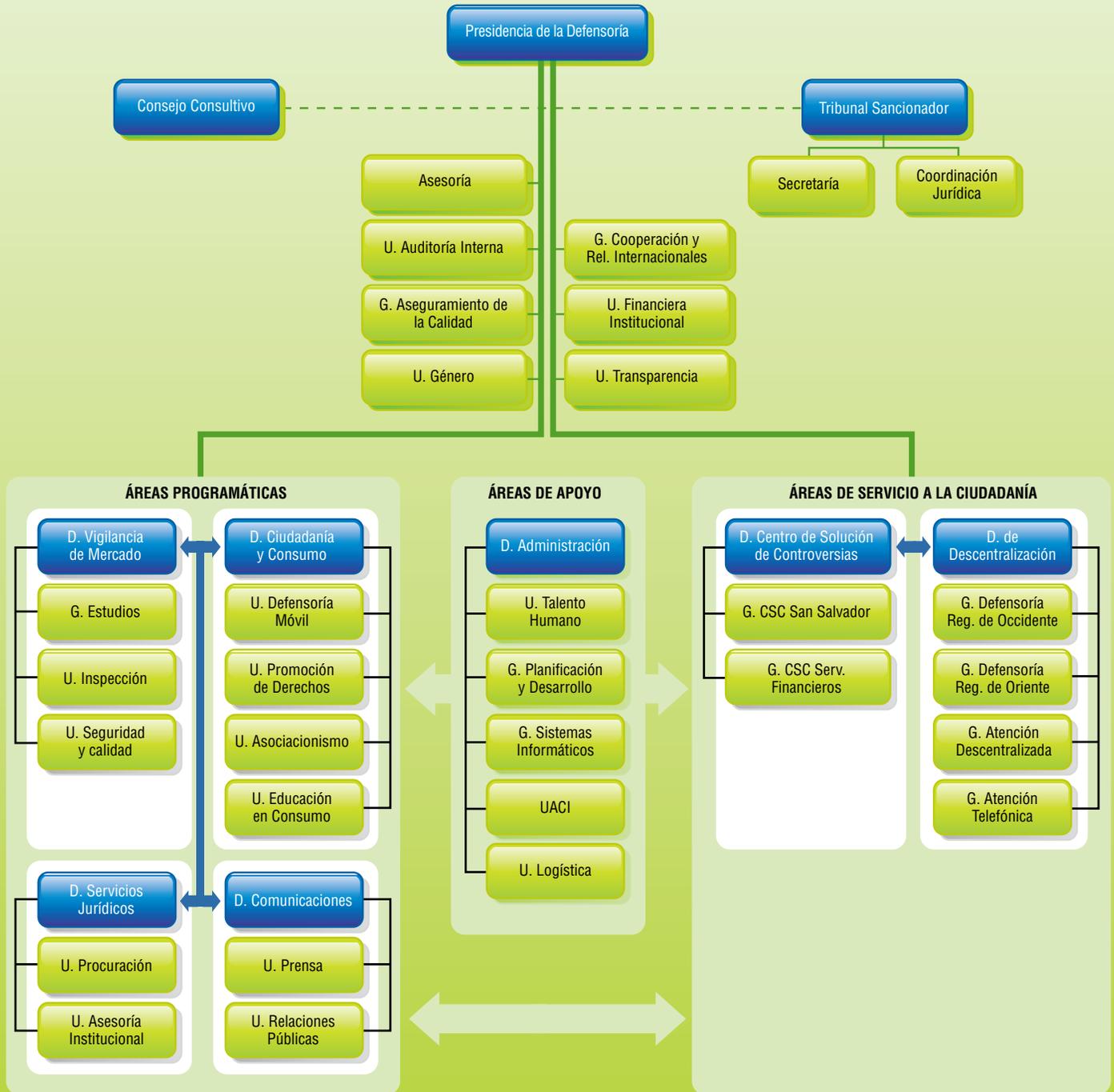
Superintendente de Competencia
Director CONACYT
Representante de la empresa privada
Representante de universidades
Representante de las asociaciones de consumidores

SUPLENTES:

Hugo Alfredo Girón
Elena María Lacayo de Alfaro
César Augusto Calderón

Representante de las asociaciones de consumidores
Representante de la empresa privada
Representante de universidades

ORGANIGRAMA



3. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO 2009

El presupuesto votado por la Asamblea Legislativa para el año 2009 fue de \$4,615,780.00, pero, con las modificaciones que se dieron durante el año, el presupuesto se redujo a \$4,453,023.00, debido a disminuciones por ajustes en salarios y en bienes y servicios. Del presupuesto modificado se ejecutó el 99.72%, es decir, \$4,440,668.16.



Presupuesto por rubro y ejecución a diciembre de 2009
(En dólares de los Estados Unidos de América)

Presupuesto 2009					
Rubro	Concepto	Votado	Modificado	Ejecutado	%
51	Remuneraciones	3,819,590.00	3,556,428.00	3,554,775.63	99.96%
54	Bienes y servicios	776,070.00	776,139.98	765,486.47	98.63%
55	Gastos financieros y otros	20,120.00	86,285.72	86,285.39	100.00%
61	Inversión en activos fijos	0	34,169.30	34,120.67	99.86%
TOTAL GENERAL		4,615,780.00	4,453,023.00	4,440,668.16	99.72%

Como se muestra en el cuadro anterior, del presupuesto ejecutado el 80% se invirtió en remuneraciones; el 17% se destinó a la compra de bienes y servicios; el 2% fue utilizado para cubrir gastos financieros y el 1% restante se invirtió en la adquisición de activo fijo.



EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO 2010

El presupuesto votado por la Asamblea Legislativa para el año 2010 fue de US \$4,633,955.00, del que para el primer trimestre el presupuesto asignado fue de US \$1,144,300.00 Ese monto tuvo una modificación de \$127.80, con lo cual el presupuesto modificado ascendió a US \$1,144,427.80, del que se ejecutó US \$1,111,495.80. Con la proyección correspondiente a los meses de abril y mayo, el presupuesto votado pasó a ser de US \$1,782,200.00, el modificado a US \$1,749,395.80 y lo ejecutado ascendió a US \$1,728,465.80, con lo que el porcentaje de ejecución alcanzaría el 98.80%.

Presupuesto por rubro acumulado de enero a marzo 2010, más el proyectado de abril a mayo/2010 (En dólares de los Estados Unidos de América)

Presupuesto De Enero A Mayo/2010							
Rubro	Concepto	Pres.Votado A Mayo	Modificado A Mayo	Ejecutado A Marzo	Proyectado a Abril y Mayo	Ejecutado + Proyectado	%
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5=3+4)	6=5/2*100
51	Remuneraciones	1,411,475.00	1,411,602.80	863,632.80	537,000.00	1,400,632.80	99.22%
54	Bienes y servicios	351,530.00	321,483.00	232,023.00	79,500.00	311,523.00	96.90%
55	Gastos financieros y otros	19,195.00	16,310.00	15,840.00	470.00	16,310.00	100.00%
61	Inversión en activos fijos	0	0	0	0	0	0.00%
TOTAL GENERAL		1,782,200.00	1,749,395.80	1,111,495.80	616,970.00	1,728,465.80	98.80%

Similar al comportamiento del año 2009, del presupuesto ejecutado y proyectado en este período, la mayor parte correspondió a remuneraciones, con el 81%, mientras que el 18% se destinó a la compra de bienes y servicios y el 1% fue utilizado para cubrir gastos financieros. No se realizaron inversiones en activo fijo.



IV. Principales logros

De junio de 2009 a mayo de 2010, los principales logros en las áreas de intervención de la Defensoría del Consumidor fueron:

1. Información y transparencia de mercados
2. Educación para el consumo y el ejercicio de ciudadanía
3. Vigilancia de mercados
4. Acercamiento y ampliación de servicios
5. Atenciones brindadas
6. Protección del bolsillo de las personas consumidoras
7. Ejercicio de la potestad sancionatoria
8. Posicionamiento institucional
9. Fortalecimiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC) y del marco regulatorio vinculado
10. Relaciones y cooperación internacional
11. Fortalecimiento y desarrollo institucional

1 Información y transparencia de mercados

SONDEOS DE PRECIOS

Para facilitar a la población información útil sobre los precios en que se ofrecen los productos básicos, la Defensoría realizó 129 sondeos de precios de acuerdo con el siguiente cuadro:



N°	Tipo de sondeo de precios	2009							2010					Total
		Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May*	
1	Productos básicos en supermercados	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	14
2	Granos básicos	2	3		2	1	2	2	2	1	1	1	1	18
3	Frutas y verduras	2	2		2	1	2	2	2	1	1	1	1	17
4	Harina de trigo	2	2		2	1	2	2	2	1	1	1	1	17
5	Medicamentos				1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
6	Combustibles	4	5	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	47
7	Hoteles		1											1
8	Productos navideños							1						1
9	Tasas de interés en casas comerciales							1						1
10	Materiales de construcción								1					1
11	Tiendas mayoristas							1						1
12	Útiles escolares								2					2
	Total	12	14	4	12	10	14	14	14	9	8	9	9	129

* Datos proyectados.



Vale la pena mencionar que hubo tres meses consecutivos en los que se realizaron 14 sondeos de precios (noviembre-diciembre de 2009 y enero de 2010), debido a

que en noviembre se produjo una emergencia nacional y, luego, en diciembre y enero, se realizaron campañas (navideña y época escolar).

En relación con la campaña escolar “Útiles realmente útiles”, que estuvo vigente hasta el 15 de enero de 2010, incluyó sondeos de precios de útiles y materiales pedagógicos en librerías y proveedores de artículos escolares en las zonas central, occidental y oriental del país, así como la verificación de precios de los libros de texto vendidos en colegios privados. Los resultados fueron publicados en la página web y en los periódicos de mayor circulación.

Para poder efectuar todos estos sondeos de precios, la Defensoría ejecutó 10,228 visitas a los establecimientos comerciales donde se realizaron los monitoreos de precios, de acuerdo con el detalle siguiente:

N°	Tipo de sondeo	2009							2010					Total
		Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May*	
1	Supermercados	38	19	19	19	19	105	38	19	19	19	19	19	352
2	Mercados y distribuidores de harinas	466	560		551	283	1539	609	443	280	266	260	260	5517
3	Farmacias				36	36	37	34	34	36	36	36	36	321
4	Estaciones de servicio	312	390	234	316	395	316	237	316	256	222	250	250	3494
5	Hoteles		92											92
6	Tiendas de productos navideños							34						34
7	Casas comerciales							18						18
8	Ferreterías						107							107
9	Tiendas mayoristas						118							118
10	Librerías								175					175
	Total	816	1061	253	922	733	2222	970	987	591	543	565	565	10,228

* Datos proyectados.

Los sondeos de precios han sido publicados a través del sitio web de la Defensoría, o bien, se han utilizado como insumo para conferencias de prensa o para difusión a través de entrevistas ofrecidas en los medios de comunicación.

ANÁLISIS DE HÁBITOS DE CONSUMO

En este período, la Defensoría del Consumidor realizó dos estudios de consumo, con motivo de las celebraciones del Día del Padre y Navidad y con el objetivo de conocer patrones de compra y preferencias.

Al conocer el comportamiento de las personas consumidoras, se ha obtenido información específica para brindar consejos a la población sobre el uso responsable de sus finanzas y ofrecerle recomendaciones para el momento en que efectúen sus compras.

Estudio de hábitos de consumo en el Día del Padre

En mayo de 2009, la Defensoría realizó un estudio sobre los hábitos de consumo de la población con ocasión de la celebración anual del Día del Padre. La población objetivo del estudio fueron hombres y mujeres mayores de 15 años. En total, fueron entrevistadas 384 personas consumidoras. El proceso de entrevistas se realizó en las cercanías y en el interior de los principales centros comerciales de San Salvador, Soyapango, Zacamil, Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán.



El estudio reveló que el 66% de las personas consumidoras planeó festejar esta fecha. De acuerdo con los resultados del estudio, del total de personas consultado el 47% gastaría un monto similar al que gastó en el año anterior, el 33 % reduciría sus gastos y solo el 20% afirmó que gastaría más.

Encuesta sobre hábitos de consumo para la celebración de fiestas navideñas

En diciembre de 2009, la Defensoría realizó una encuesta sobre los hábitos de consumo, que reveló que el 77% de la población encuestada pretendía celebrar la Navidad. Del total de población que celebraría esa fiesta, el 45% lo haría con menos de lo que gastó en el año 2008, el 29% gastaría igual y el 26% erogaría un gasto mayor.



DIFUSIÓN MASIVA DE LOS SONDEOS

La Defensoría publicó los resultados de algunos sondeos de precios, ya que difícilmente un medio escrito de comunicación publicaría precios y marcas de los productos sondeados. Esta información ha sido clave para generar transparencia y mayor competencia en el mercado. Entre esos materiales figuran:

¿QUIÉNES QUIÉNS? EN LOS PRECIOS DE LOS MEDICAMENTOS

La Defensoría del Consumidor realizó recientemente un sondeo de precios en 40 medicamentos, tanto originales como genéricos, en 37 farmacias del área metropolitana de San Salvador, Santa Ana y San Miguel.

A continuación se presenta el ranking de las farmacias que reportaron los precios más baratos y más caros en los 40 medicamentos analizados.

FARMACIAS DE ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS		SE MEDICAMENTOS ORIGINALES	
1	San Nicolás, Col. México	1	México, La Esperanza
2	San Nicolás, P. An. Sur	2	San Nicolás, La Esperanza
3	Amalá, Pinar Grande (Central)	3	UNQ, Ciudad del Este
4	San Nicolás, La Esperanza	4	Colón, Pinar Grande (Central)
5	Colón, Ciudad del Este	5	San Nicolás, Col. México

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

6	San Nicolás, P. An. Sur
7	Colón, Ciudad del Este
8	San Nicolás, La Esperanza
9	Amalá, Pinar Grande (Central)
10	Colón, Ciudad del Este
11	San Nicolás, P. An. Sur
12	San Nicolás, P. An. Sur
13	San Nicolás, P. An. Sur
14	UNQ, Ciudad del Este
15	Colón, Ciudad del Este

SE MEDICAMENTOS ORIGINALES

1	Amalá, Pinar Grande (Central)
2	San Nicolás, P. An. Sur
3	Colón, Ciudad del Este
4	San Nicolás, P. An. Sur
5	San Nicolás, P. An. Sur
6	San Nicolás, P. An. Sur
7	San Nicolás, P. An. Sur
8	San Nicolás, P. An. Sur
9	San Nicolás, P. An. Sur
10	San Nicolás, P. An. Sur
11	San Nicolás, P. An. Sur
12	San Nicolás, P. An. Sur
13	San Nicolás, P. An. Sur
14	San Nicolás, P. An. Sur
15	San Nicolás, P. An. Sur

FARMACIAS DE SANTA ANA

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS		SE MEDICAMENTOS ORIGINALES	
1	Colón, P. An. Sur	1	Urgencia Química, 15 Calle Poniente
2	Urgencia Química, 15 Calle Poniente	2	Dalín-3, 15 An. Sur
3	Urgencia Química, 15 Calle Poniente	3	Urgencia Química, 15 Calle Poniente
4	Balón-3, 15 An. Sur	4	Balón-3, 15 An. Sur
5	Balón-3, 15 An. Sur	5	Balón-3, 15 An. Sur
6	FARMAN, 18 An. Vía a San Miguel	6	Colón, P. An. Sur

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

7	San Nicolás, P. An. Sur
8	San Nicolás, P. An. Sur
9	San Nicolás, P. An. Sur
10	San Nicolás, P. An. Sur
11	San Nicolás, P. An. Sur
12	San Nicolás, P. An. Sur
13	San Nicolás, P. An. Sur
14	San Nicolás, P. An. Sur
15	San Nicolás, P. An. Sur

FARMACIAS DE SAN MIGUEL

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS		SE MEDICAMENTOS ORIGINALES	
1	La Barro No. 2, 2 Calle Pío y 18 An. Norte	1	La Barro No. 2, 2 Calle Pío y 18 An. Norte
2	San Nicolás, P. An. Sur	2	San Nicolás, P. An. Sur
3	La Barro No. 2, 2 Calle Pío y 18 An. Norte	3	San Nicolás, P. An. Sur
4	San Nicolás, P. An. Sur	4	San Nicolás, P. An. Sur

SE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

5	San Nicolás, P. An. Sur
6	San Nicolás, P. An. Sur
7	San Nicolás, P. An. Sur
8	San Nicolás, P. An. Sur



Se publicó el resultado del sondeo de precios de medicamentos, en el cual se brinda información a las y los consumidores acerca de cuáles son las farmacias que ofrecen los precios más bajos.

¿QUIÉNES QUIÉN?

en las tasas de interés en casas comerciales

A veces las apariencias ENGANAN

SONDEO DE TASAS DE INTERÉS AL 11 DE DICIEMBRE DE 2009

Establecimiento	Tasas anuales efectivas	Plazo del crédito (en meses)
Comercial René, San Miguel	251.2%*	6
Almacenes Durán Turcios, San Miguel	159.7%	12
Casa Sandoval, Santa Ana	103.5%	12
Comercial Sandoval, Santa Ana	90.0%	15
Comercial Monterrosa, San Miguel	79.6%	12
El Gallo más Gallo	65.0%	42
Almacenes Prado	62.5%	12
Almacenes Tropigas	62.1%	12
La Curacao	62.0%	12
Almacenes Salgado, San Miguel	59.0%	24
Comercial Portillo	59.0%	12
Omniport	58.8%	13
Almacenes Way	55.0%	12
Almacenes Ronald, San Miguel	52.9%	12
Hiper Paiz Las Cascadas	45.0%	12
Super Tiendas MAX	45.0%	12
Almacenes Simán Dorians	42.0%	12
	36.1%	12

* Esta información es fiel a la entregada por escrito por Comercial René, el 11 de Diciembre de 2009, empresa que reconoce la herse equivocada, situación que ha sido corroborada por esta Defensoría, siendo la tasa efectiva anual calculada de 65.66%.

¡IMPORTANTE!
Con el fin de proteger la economía de la familia salvadoreña y brindarle mayor certeza de los cobros por intereses realizados por distintas casas comerciales, la Defensoría del Consumidor ha emprendido auditorías informáticas y financieras en este sector, cuyos resultados serán oportunamente informados a la ciudadanía consumidora.

RECOMENDACIONES:
1- Antes de comprar, compare precios y tasas de interés.
2- Antes de comprar, lea detenidamente lo que va a firmar, en caso de dudas, consulte a su proveedor.

RECUERDE:
Que ante cualquier reclamo, nos puede contactar llamando al **910**

Defensoría del consumidor

CONSULTA CALCULADORA FINANCIERA EN: www.defensoria.gob.sv

Publicación del resultado del sondeo de la tasa de interés aplicada por casas comerciales. Brinda información a la ciudadanía acerca de las tasas reales que cobran diferentes establecimientos comerciales en las compras a plazos, lo que facilita la toma de decisiones para las personas consumidoras.

Publicación con el resultado del sondeo de precios de granos básicos en supermercados, que facilita a la población información que le permite conocer los lugares en donde estos productos son vendidos a precios más cómodos.

¿QUIÉNES QUIÉN?

EN LOS PRECIOS

La Defensoría del Consumidor, realizó recientemente un nuevo sondeo de precios de granos básicos, harinas y café. A continuación los precios comparativos, para que tome decisiones de compra mejor informada.

¿Quién es quién en los precios?, por marca y cadena de supermercado*

Producto	No	Marca	Peso (gramos)	SELECCIÓN	DEPENSA DE DON JUAN	DEPENSA FAMILIAR	MEGA SELECCION	HIPER PAIZ	EUROPA
Arroz Blanco	1	Sulfi	454	ND	\$0.82	\$0.87	ND	\$0.82	ND
	2	5 Estrellas	454	ND	\$0.86	ND	ND	\$0.85	ND
	3	Mr. Rice	454	\$0.84	\$0.86	\$0.81	ND	\$0.84	ND
	4	Dany	454	\$0.80	\$0.86	ND	ND	\$0.89	ND
	5	Europa	454	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Arroz Precocido	6	Omosi	454	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	7	Sulfi	454	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	8	San Pedro	454	ND	\$0.87	ND	ND	ND	ND
	9	San Francisco	454	\$0.88	\$0.83	\$0.82	ND	ND	\$0.87
	10	Tres Coronas	454	\$0.89	\$0.88	\$0.88	ND	ND	\$0.89
	11	Europa	460	\$0.88	\$0.88	\$0.88	ND	ND	ND
	12	Dany	454	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	13	Sulfi	454	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	14	San Francisco	908	\$1.43	\$1.47	\$1.42	ND	ND	ND
	15	Don Frijol	908	\$1.43	\$1.49	\$1.42	ND	ND	ND
Frijol Rojo	16	Europa	908	\$1.45	\$1.52	\$1.42	\$1.43	\$1.44	ND
	17	Ditosa	908	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	18	Don Frijol	908	\$1.38	ND	\$1.44	\$1.45	\$1.43	ND
	19	El Cocinero	908	\$1.51	\$1.39	\$1.41	ND	\$1.48	ND
	20	Dany	908	\$1.69	\$1.61	ND	\$1.38	ND	ND
	21	Europa	908	\$1.69	\$1.74	ND	\$1.21	\$1.35	\$1.19
	22	Citro	908	ND	ND	ND	\$1.70	\$1.58	ND
	23	Aroma	350	ND	ND	ND	\$1.63	\$1.65	ND
	24	Coca	454	\$1.14	ND	ND	ND	ND	ND
	Café puro molido	25	Coscafé	454	\$2.12	\$2.12	ND	\$1.14	ND
26		El Cafetalito	454	\$2.34	\$2.03	\$2.04	\$2.12	\$1.11	\$1.16
27		Del Comal	350	ND	\$2.35	\$2.28	\$2.03	ND	\$2.16
28		Mateca	907	\$2.30	\$2.30	\$2.78	\$2.75	ND	\$2.89
29		Don Blanca	907	\$2.87	\$2.87	\$1.13	ND	\$2.70	ND
30		Dany	907	\$2.89	\$2.89	\$2.92	\$2.92	\$1.17	ND
31		Molasa	907	\$2.81	\$2.84	ND	\$2.81	\$2.82	\$2.81
32		Flora	908	\$1.70	\$1.59	ND	\$1.70	\$1.53	ND
									\$1.52
									\$1.65

¡Gáñele a los altos precios!

Producto	Más baratos			Más caros		
	Marca	Peso en gramos	Cadena de Supermercado	Marca	Peso en gramos	Cadena de Supermercado
Arroz blanco	Sulfi	454	Depensa Familiar	5 estrellas	454	Mega Seleccion
Arroz precocido	Sulfi	460	Depensa Familiar	Mr. Rice	454	Depensa de Don Juan
Frijol rojo	Europa	454	Depensa Familiar	San Francisco	454	Mega Seleccion
Frijol rojo de seda	Ditosa	908	Europa	Don Frijol	908	Depensa de Don Juan
Café puro molido	Citro	350	Hiper Paiz	El Cocinero	908	Depensa de Don Juan
Harina de Maiz	Dany	907	Seleccion	Coscafé	454	Depensa de Don Juan
Harina de Trigo	Molasa	908	Europa	Mateca	907	Depensa de Don Juan y Seleccion
				Flora	900	Depensa de Don Juan

* Definitiva según precio por gramo.
* Sondeo el 26 de noviembre de 2009.

Defensoría del consumidor

Defensoría del Consumidor
promoviendo la transparencia en el mercado para proteger la economía de las familias salvadoreñas.

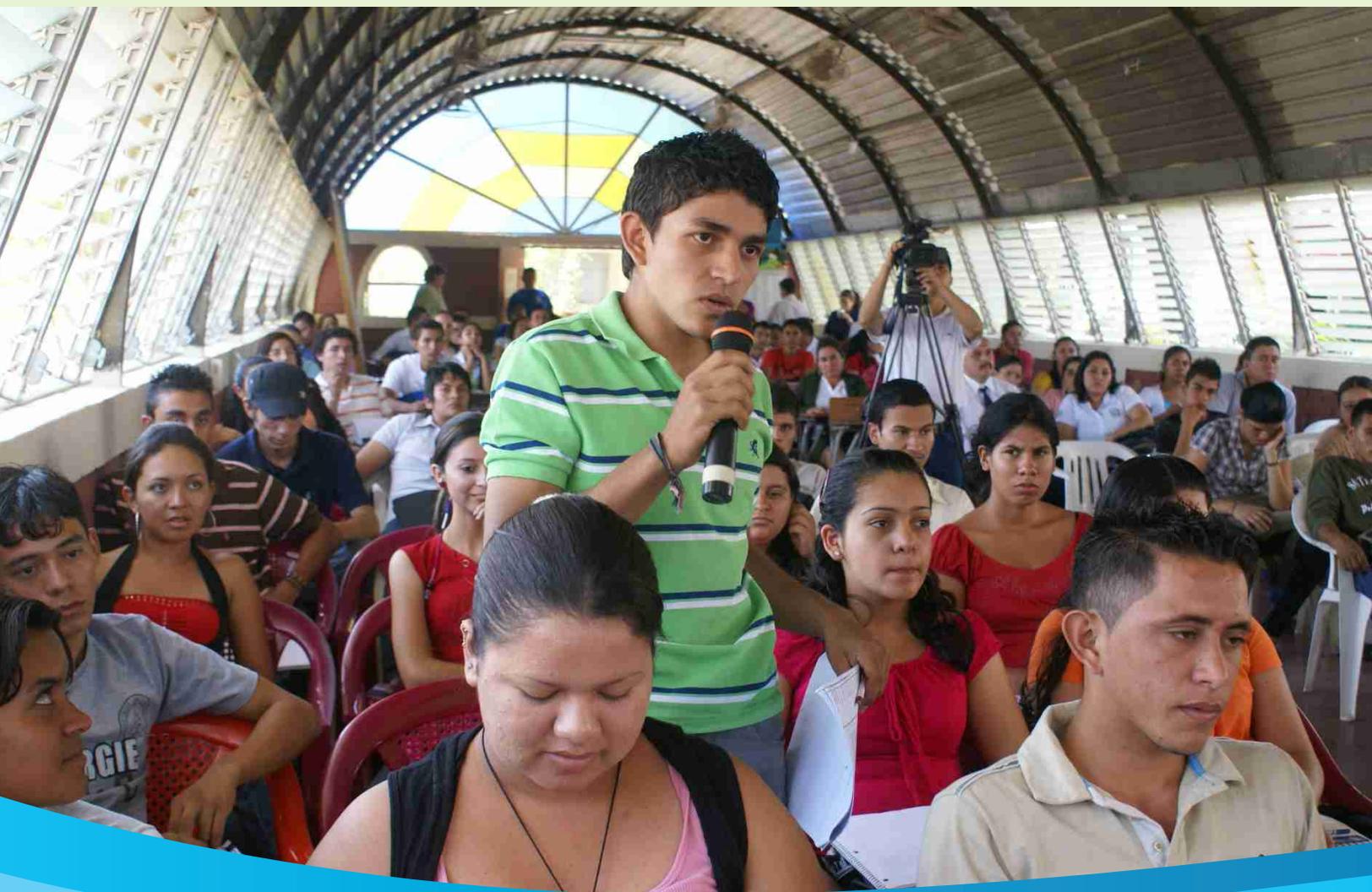
Mayor información llame al 910 o visite: www.defensoria.gob.sv

EL SALVADOR

2 Educación para el consumo y el ejercicio de ciudadanía

IMPULSAR LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO A NIVEL UNIVERSITARIO

Con el objetivo de incidir en la incorporación de la educación al consumidor en las universidades del país, en agosto de 2009 se suscribió un convenio entre la Defensoría del Consumidor y la Universidad de Oriente, para crear estrategias de acercamiento y aunar esfuerzos para lograr una profesionalización en la protección al consumidor, en particular mediante el desarrollo de la cátedra de “Derecho de Consumo” en las aulas universitarias.



PROCESO DE FORTALECIMIENTO DE LA EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR EN LA ESCUELA

Entre el 27 de enero y el 9 de febrero de 2010, la Defensoría realizó una evaluación de los avances de la educación al consumidor en los programas educativos y elaboró una propuesta de fortalecimiento estratégico. Dicha actividad estuvo a cargo de la experta española Dra. Nieves Álvarez.

Como resultado de la consultoría, la experta recomendó:

- Fortalecer los contenidos en materia de consumo responsable en las cuatro materias básicas impartidas en los centros escolares, incluidos temas como alimentación y nutrición; compras en el siglo 21; usuarios de servicios; publicidad y medios de comunicación; juegos, juguetes y otros; salud y seguridad; eco-consumo y el culto al cuerpo.
- Adecuar los contenidos a situaciones vivenciales de la realidad salvadoreña, de manera que la niñez tenga acceso a una formación integral para desarrollar capacidad crítica y mejores oportunidades para desenvolverse con responsabilidad en la sociedad de consumo y se le anime a ejercer sus derechos.





Como una contribución especial al proceso de educación al consumidor en El Salvador, la Dra. Álvarez concedió a la Defensoría del Consumidor los derechos de autor del material educativo de consumo responsable, para que sea utilizado en los programas de estudio y en las campañas educativas institucionales. Entre ellos destacan 133 talleres prácticos de educación al consumidor, material didáctico multimedia (eco-consumo, alimentación y derechos y deberes) y material informativo sobre la seguridad de los juguetes.

FOMENTANDO LA ASOCIATIVIDAD DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

En el período, fueron acreditadas dos nuevas asociaciones de consumidores: la Asociación de Consumidores de Mejicanos (ACOM) y la Asociación de Consumidores en Acción de Santa Ana. Con estas, ya suman 15 las asociaciones registradas ante la Defensoría como organizaciones civiles que promueven la defensa de las personas consumidoras. Se conoce que en el país existen 24 asociaciones con personería jurídica que les habilita para trabajar en pro de los derechos de la población consumidora.



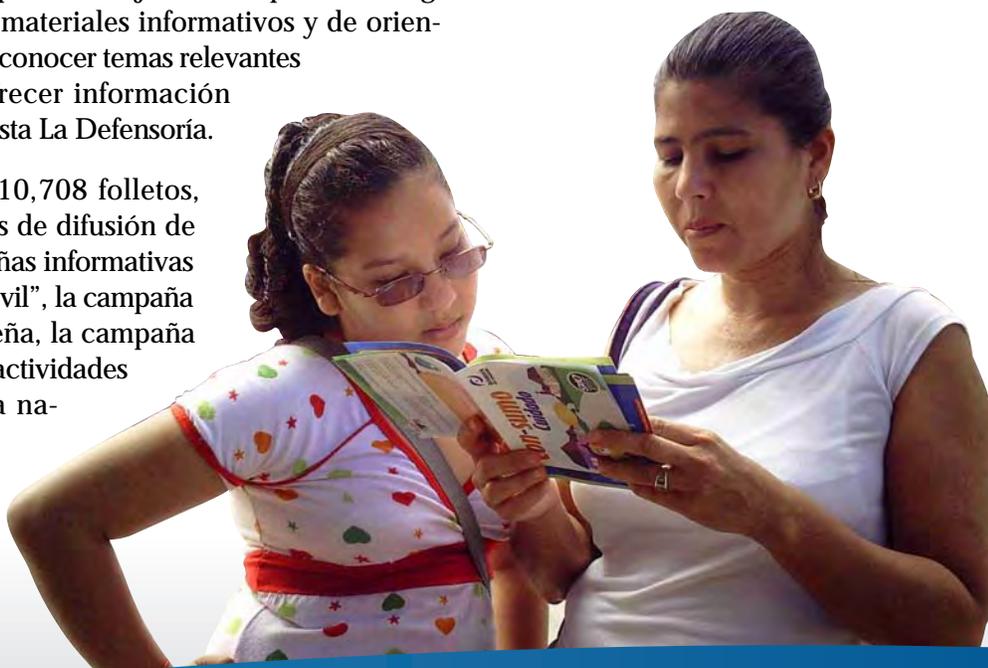


Como parte de la política de fomento a la asociatividad de las personas consumidoras, en abril de 2010 y con el apoyo de la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), la Defensoría lanzó un proyecto piloto de “fondos concursables”, con el objetivo de que las asociaciones de consumidores puedan presentar propuestas de pequeños proyectos dirigidos a fortalecer la información, educación e investigación en esta materia.

DISTRIBUCIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO Y DE ORIENTACIÓN

Algunas de las estrategias seguidas por La Defensoría para incidir en un mayor conocimiento de sus derechos por parte de las y los consumidores y al ejercicio de ciudadanía son, la realización de 176 charlas educativas, que en conjunto nos permitió llegar a 116,507 personas y la distribución de materiales informativos y de orientación. Esto ha permitido dar a conocer temas relevantes en materia de consumo y ofrecer información acerca de los servicios que presta La Defensoría.

En el año se distribuyeron 210,708 folletos, en el marco de las actividades de difusión de derechos, incluidas las campañas informativas organizadas; la “Defensoría móvil”, la campaña agostina, la temporada navideña, la campaña “Útiles realmente útiles” y las actividades generadas por la emergencia nacional de noviembre de 2009 fueron algunas de las oportunidades aprovechadas para la distribución de estas publicaciones.



3 Vigilancia de mercados



INSPECCIONES

En el cumplimiento de sus atribuciones, la Defensoría desarrolló acciones sistemáticas para verificar el sometimiento de los proveedores a las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor, su Reglamento y las Normas Salvadoreñas Obligatorias.

Una de las medidas implementadas han sido los planes de inspección, mediante los cuales se busca, entre otros objetivos, garantizar la calidad y contenido de los productos y servicios ofrecidos a las personas consumidoras y constatar la veracidad de la información a disposición de los clientes.

Las inspecciones realizadas abarcaron:

Inspecciones realizadas. Junio 2009 a mayo 2010

Periodo	Total de inspecciones	Cantidad de inspecciones con hallazgos	% de inspecciones con hallazgos
Junio 09 – Diciembre 09	1083	422	39%
Enero 10 - Mayo 10	660	276	42%
Total	1743	698	40%

Dentro de las inspecciones implementadas en el período, fue novedoso el plan preventivo de inspección del proceso de venta de boletos para el encuentro futbolístico entre las selecciones de México y El Salvador, realizado el 6 de junio de 2009. Entre otra información, la Defensoría solicitó el total de boletos emitidos y vendidos, condiciones y restricciones para la compra de entradas, características de seguridad de los boletos, plan de devolución en caso de que los consumidores no logaran ingresar al estadio. El plan incluyó la presencia de personal de la Defensoría en áreas estratégicas del estadio durante la realización del partido, a la vez que se tuvo habilitado el teléfono 910 durante el evento deportivo. El accionar oportuno de la Defensoría previno la sobreventa de boletos y contribuyó al normal desarrollo de dicha actividad.

Inspecciones realizadas por tipo de proveedor Junio 2009 a mayo 2010

Tipo de proveedor	Total de inspecciones	Cantidad de inspecciones con hallazgos	% de inspecciones con hallazgos
Farmacia	357	135	38%
Hotel y restaurante	415	137	33%
Supermercados	519	242	47%
Tiendas de conveniencia	93	35	38%
Tienda mayorista	224	110	49%
Almacenes de muebles y electrodomésticos	45	7	16%
Otros	90	32	36%
Total	1743	698	40%

En todos los casos en que La Defensoría encuentra hallazgos de incumplimiento de algún proveedor a las disposiciones legales aplicables, se inicia, de oficio, el procedimiento sancionatorio ante el Tribunal Sancionador de la Defensoría.

VERIFICACIÓN DE RESTAURANTES

Esta actividad fue realizada en julio de 2009, en el marco de la campaña vacacional “En pueblos vivos, consumidores satisfechos”. Comprendió una amplia verificación de permisos de funcionamiento extendidos por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) a este tipo de negocios, lo que abarcó a más de mil establecimientos y que permitió determinar que el 27% de los mismos operaba sin poseer el respectivo permiso.

Región	Tiene permiso de funcionamiento del MSPAS	No tiene permiso de funcionamiento del MSPAS	Total de establecimientos inspeccionados	% de establecimientos sin permiso de funcionamiento
Central	567	187	754	25%
Oriental	89	40	129	31%
Occidental	138	64	202	32%
Totales	794	291	1,085	27%

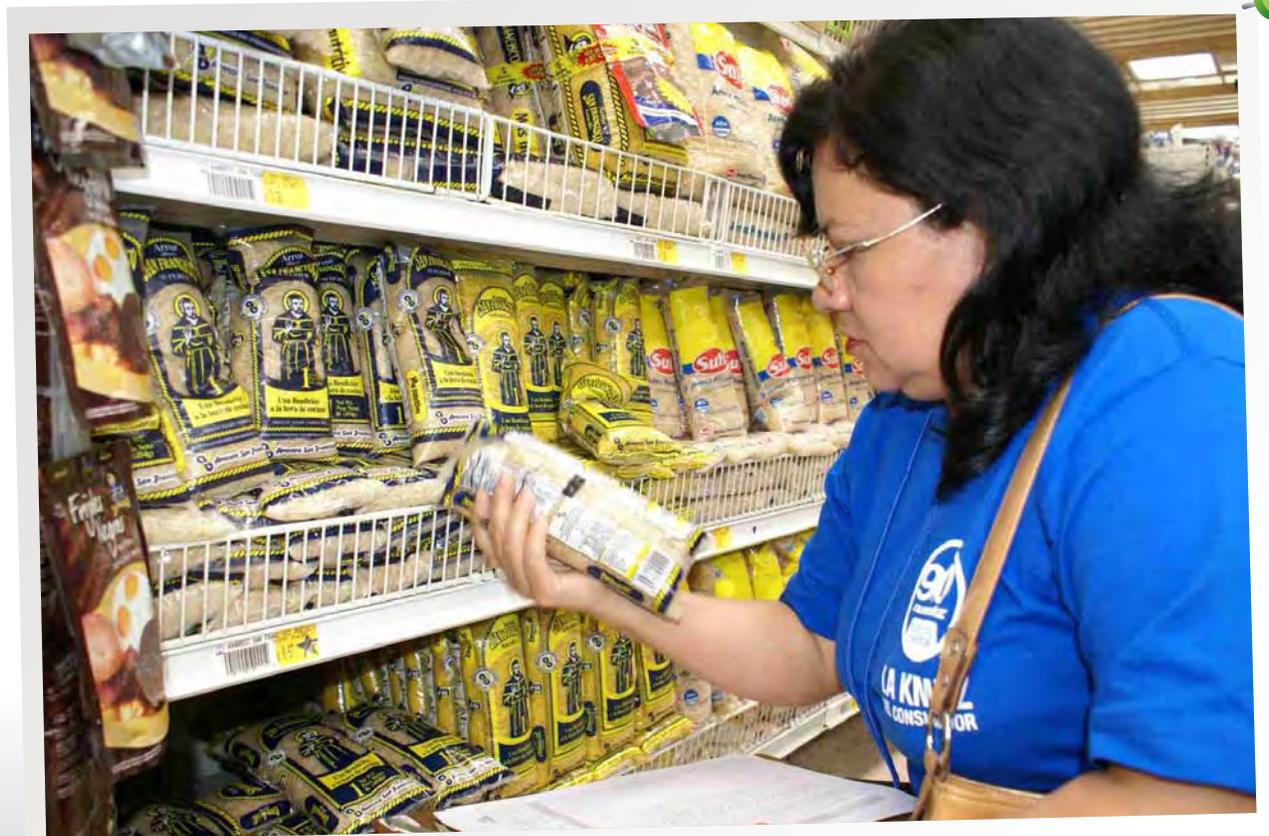
Sin embargo, es de destacar que el porcentaje de establecimientos que no tenían permiso de funcionamiento hasta diciembre de 2008 era del 34%, el cual se logró reducir a 27% en julio de 2009.



LABORES DE VIGILANCIA EN SITUACIÓN DE EMERGENCIA NACIONAL

En noviembre de 2009, ante la emergencia nacional decretada por el Presidente de la República y la activación del Sistema Nacional de Emergencia a raíz de los efectos de la tormenta tropical “Ida”, la Defensoría realizó acciones de verificación y vigilancia, especialmente en los municipios más afectados, con el fin de evitar posibles desabastecimientos o incrementos injustificados en los precios de los productos básicos. Se realizaron sondeos en 86 supermercados, 818 puestos de mercados, 118 tiendas mayoristas y 107 ferreterías sin encontrar señales de alteraciones ni especulaciones en precios. Además, se visitaron 1,592 negocios para promover la denuncia entre los consumidores.

En este marco, se amplió el horario de atención del teléfono 910 hasta las 7:00 p.m. y se publicaron, de manera periódica, los precios de granos básicos, frutas y verduras, con el fin de evitar posibles prácticas especulativas en el mercado.



VIGILAR LAS BÁSCULAS EN SUPERMERCADOS

Con el objetivo de vigilar que los supermercados cumplan con las disposiciones de la Ley del CONACYT, es decir, que el equipo de medición posea la certificación que emite el Consejo y cumpla con los mandatos de la Ley de Protección al Consumidor, la Defensoría desarrolló, entre el 12 de octubre y el 4 de diciembre de 2009, la primera fase del plan de revisión del certificado de calibración en 148 supermercados.

Los resultados de esta verificación se detallan a continuación:

Nombre del supermercado	Cantidad de establecimientos visitados	Cantidad de básculas en el establecimiento	Cantidad de básculas que no cuentan con la viñeta, viñeta vencida o ilegible	Porcentaje de hallazgos
Despensa Familiar	42	104	12	12%
Europa	4	15	0	0%
Híper Europa	1	6	6	100%
Híper Paiz	2	98	2	2%
Súper Selectos	63	342	17	5%
Despensa De Don Juan	25	387	31	8%
Price Smart	1	4	0	0%
Selectos Market	6	26	0	0%
De Todo	4	9	1	11%
Total	148	991	69	7%

Los casos de los establecimientos comerciales que no cumplieron con estas disposiciones legales fueron remitidos a la Dirección de Servicios Jurídicos de la Defensoría del Consumidor para que, de conformidad con la ley, se iniciara el respectivo proceso sancionatorio ante el Tribunal Sancionador.



ESTUDIO COMPARATIVO DEL CONTENIDO NETO EN GRANOS BÁSICOS

Del 6 al 10 de julio de 2009 se realizó un proceso de verificación del contenido neto en granos básicos en negocios del área metropolitana de San Salvador. El tipo de productos evaluados fue arroz (blanco, pre cocido y amarillo); frijol (negro, rojo y rojo de seda); azúcar (morena, blanca, refinada y pulverizada); harina de trigo; harina de maíz y harina de arroz. Los resultados del estudio determinaron que el 89% de los productos cumplieran con el contenido neto que ofrecían, mientras que el 11% no lo cumplían.

La Defensoría continuará vigilante del cumplimiento del Reglamento Técnico Centroamericano de contenido neto e iniciará los procesos sancionatorios correspondientes, con el fin de corregir las prácticas de algunos proveedores de no entregar las cantidades de producto ofrecidas a las personas consumidoras.



ESTUDIO COMPARATIVO SOBRE EL CONTENIDO NETO EN QUESOS

Entre el 7 y el 27 de octubre de 2009, la Defensoría realizó un estudio basado en el Reglamento Técnico Centroamericano (RTCA) sobre “Cantidad de producto en pre empacados”. El estudio se realizó en supermercados del Área Metropolitana de San Salvador y abarcó, al menos una sucursal por cada cadena de supermercados: Despensa de Don Juan, Súper Selectos, Híper Europa e Híper Paiz.

Se analizaron 23 tipos de quesos duros y quesillos pre empacados de 50 marcas distintas. De un total de 135 lotes inspeccionados, el 67% aprobó las pruebas de peso definidas en el reglamento mencionado, mientras que el 33% de los lotes inspeccionados no las aprobaron.

La Defensoría hizo un llamado a todos los productores, empacadores o distribuidores de los productos cuyos lotes analizados incumplieron los requerimientos de contenido neto a fortalecer su control de calidad, para lograr que se cumpla con lo ofrecido en cuanto al peso del producto.

El 15 de diciembre de 2009, se inició el proceso sancionatorio en contra de los proveedores de las marcas de quesos pre empacados que, de acuerdo con los resultados del estudio, incumplieron el reglamento centroamericano, lo que se tipifica como infracción muy grave en la Ley de Protección al Consumidor.



4 Acercamiento y ampliación de servicios

LA DEFENSORÍA MÓVIL

Una de las prioridades del nuevo Presidente de la Defensoría del Consumidor ha sido ampliar y acercar los servicios que la institución presta a la población. Por tal razón, el 25 de julio de 2009, dio el banderillazo de salida a la “Defensoría móvil”, iniciativa que permite acercar los servicios a lugares de mayor concentración poblacional del país, como centros comerciales, mercados, terminales de autobuses, en días y horas accesibles.

La “Defensoría móvil” permite brindar servicios de asesoría jurídica, recepción de denuncias, entrega de material educativo e informativo y además realiza acciones de vigilancia del cumplimiento de la ley por parte de los proveedores.



1 Se han proyectado las defensorías móviles de mayo.

Durante el año de gestión, se realizaron 104 defensorías móviles¹, en 78 municipios ubicados en los 14 departamentos del país, tal como se ve en el siguiente cuadro:

Departamento	Municipios cubiertos	Defensorías Móviles realizadas
Santa Ana	4	9
Ahuachapán	3	3
Sonsonate	16	20
Chalatenango	10	11
La Libertad	5	8
San Salvador	6	8
Cuscatlán	2	3
Cabañas	1	1
La Paz	4	5
San Vicente	2	3
Usulután	6	7
San Miguel	10	15
Morazán	3	3
La Unión	6	8
TOTAL	78	104

En estas 104 defensorías móviles, se brindaron 2,378 atenciones (1,606 asesorías, 482 denuncias, 67 gestiones y 223 derivaciones), de acuerdo con el siguiente comportamiento mensual:

Defensoría Móvil / Julio 2009 - Mayo 2010

Consolidado por mes de todas la atenciones brindadas en la Defensoría Móvil: 2,378.

Reclamo	Jun-09	Jul-09	Ago-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dic-09	Ene-10	Feb-10	Mar-10	Abr-10	May-10	Total
Asesorías	4	77	78	190	122	67	511	26	124	132	129	146	1,606
Denuncia	3	7	18	96	34	6	98	1	65	68	42	44	482
Gestión	1	4	4	11	12	0	19	0	4	3	3	6	67
Derivaciones	0	5	18	28	23	5	25	1	32	26	40	20	223
Total	8	93	118	325	191	78	653	28	225	229	214	216	2,378

En el mes de diciembre se observa una súbita elevación de los valores de asesoría, los cuales se explican por una intensificación de las defensorías móviles en centros comerciales, en el marco de la temporada navideña.

La mayor parte de las asesorías brindadas estuvieron relacionadas con servicios financieros, hasta alcanzar un 29.9% del total. En cuanto a las denuncias, la mitad fueron por problemas con el servicio de agua potable.

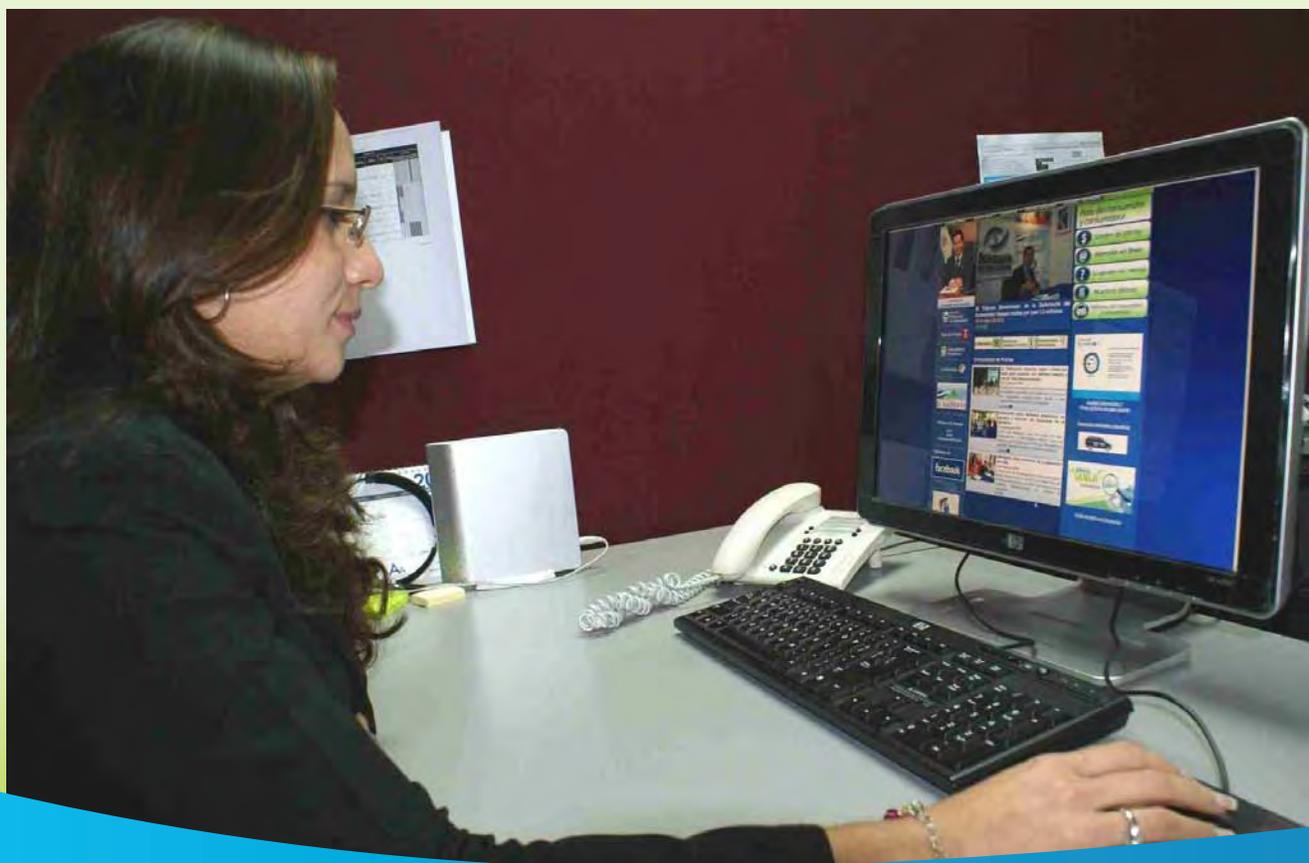
De las denuncias recibidas en la “Defensoría móvil”, ya han sido resueltas 359 (74% del total), con lo que se logró una recuperación de US \$18,817.66 en beneficio de las personas consumidoras.



INTERNAUTAS YA CUENTAN CON “DEFENSORÍA EN LÍNEA”

Siempre con el objetivo de facilitar el acceso a los servicios institucionales, a partir del 29 de enero de 2010 la Defensoría del Consumidor inauguró el servicio de atención, recepción y seguimiento de denuncias “en línea”, a través del sitio www.defensoria.gob.sv

Este nuevo medio de atención ha facilitado que, en tres meses, 654 personas usaran la “Defensoría en línea” para presentar sus reclamos y consultas. A este ritmo, solo en el primer año de la “Defensoría en línea” podrían recibirse un 15% de los reclamos a través del internet. En total, hay 1,082 consumidores registrados que ya pueden hacer uso de estos servicios en línea.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS PERMITEN ABRIR “VENTANILLAS DEPARTAMENTALES”

A partir del convenio marco de cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Gobernación y la Defensoría del Consumidor, suscrito el 10 de marzo de 2010, ha avanzado la coordinación entre la Defensoría y varios gobernadores políticos departamentales, con el objetivo de abrir ventanillas departamentales de atención a la población consumidora. Dicha ventanilla funcionará en los locales de las gobernaciones departamentales y en los centros de gobierno.

La primera “Ventanilla Departamental” inició su funcionamiento durante abril de 2010, en el departamento de Sonsonate. En mayo se abrió una segunda ventanilla en el departamento de Chalatenango. Este avance ha sido favorecido por la firma de convenios de cooperación entre la Defensoría y universidades ubicadas en esos departamentos, con el objetivo que estudiantes de dichos centros universitarios puedan realizar su servicio social en las ventanillas departamentales.



AMPLIACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

El servicio de atención telefónica que se brinda a través del centro de llamadas 910 tenía un horario continuo de 7:30 de la mañana a 5 de la tarde, de lunes a viernes y los sábados de 8:00 de la mañana a 12: 00 del mediodía.

Ahora, como parte de la política de acercamiento y ampliación de servicios a la población consumidora, también la Defensoría ha extendido el horario de atención telefónica con dos sábados al mes, de 8 de la mañana a 4 de la tarde. Adicionalmente, cuenta con el servicio “buzón de mensajes” las 24 horas del día. Así, en cualquier hora, las personas consumidoras pueden contactarse con el centro de llamadas 910, dejar su mensaje y en la hora hábil inmediata posterior la Defensoría les devolverá las llamadas para brindarles la atención solicitada.

Merece la pena destacar que el centro de llamadas 910 se estableció la meta de mantener las llamadas atendidas por encima del 95%. Como resultado, el promedio de atención durante este período se ha mantenido cercano al 98%, con una disminución en diciembre de 2009, que se encuentra dentro del margen aceptable y que se explica por la saturación de llamadas durante la temporada navideña.



5 Atenciones brindadas

En este período, la Defensoría del Consumidor atendió un total de 70,090 consumidores y consumidoras, de acuerdo con la tipología que se presenta en el siguiente cuadro.

Tipo de atenciones brindadas (Junio 2009 - Mayo 2010)

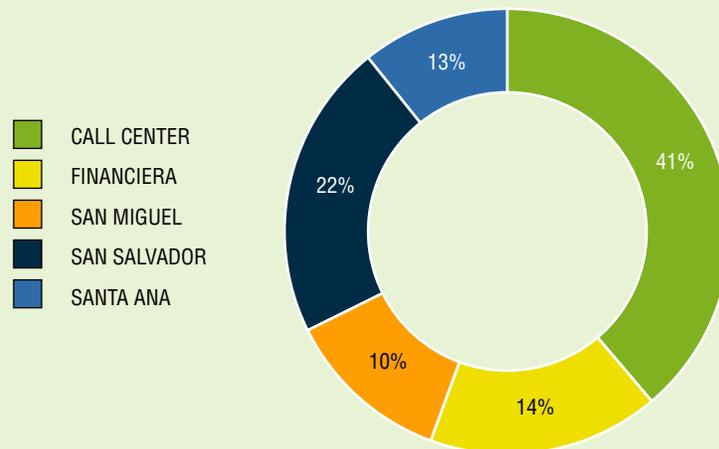
Tipo de Caso	Total	%
Asesoría	45,436	65%
Denuncia	17,747	25%
Derivación	2,813	4%
Gestión	4,095	6%
Total	70,090	100%

* El total incluye las proyecciones de atenciones en abril y mayo de 2010.

Estas atenciones fueron brindadas por distintas áreas de servicio que posee la Defensoría, destacando el centro de atención telefónica “910” (call center), que se ocupó del 41% de las atenciones:

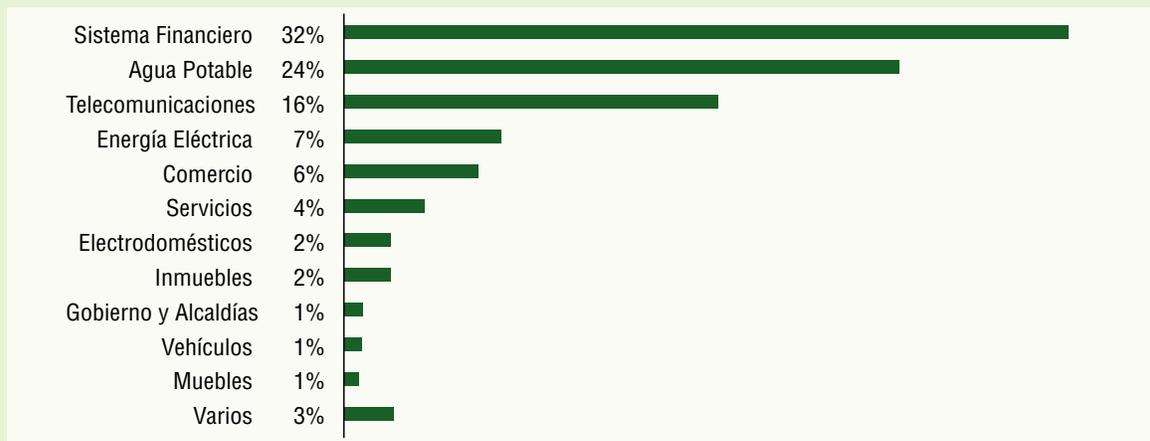


Atenciones totales brindadas por la DC de junio 2009 a mayo 2010, por oficina



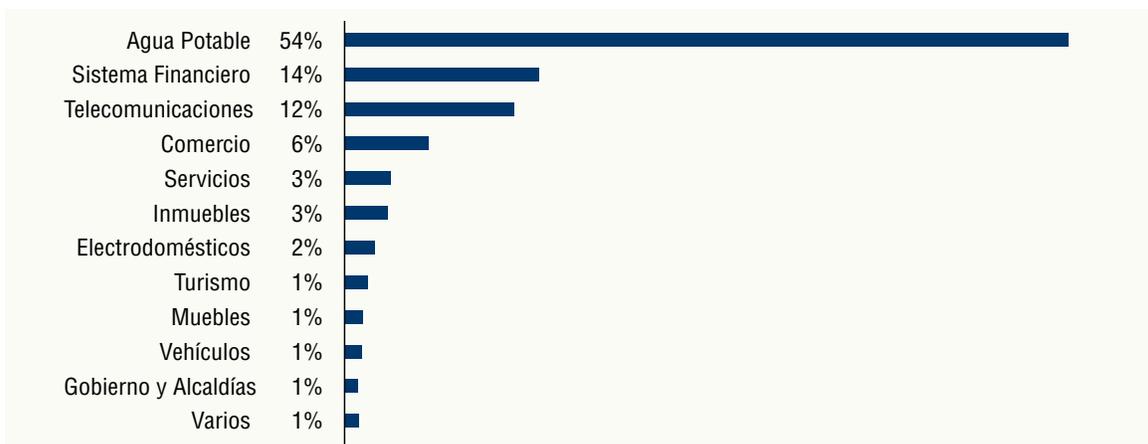
Al desagregar las atenciones por sector, se tiene que el 32% de las mismas estuvieron relacionadas con servicios financieros; el servicio de agua potable es el segundo en importancia, con un 24%; el tercero es el sector de telecomunicaciones, con 16%. Estos tres rubros concentran el 72% de todas las atenciones.

Atenciones brindadas por la DC, por sector, de junio 2009 a mayo 2010



En cuanto a las denuncias, el servicio de agua potable fue el más reclamado en el periodo (54%), lo que en buena medida fue ocasionado por la reforma en el pliego tarifario que aplicara la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA).

Denuncias recibidas por la DC, por sector, de junio 2009 a mayo 2010



También en el período, la Defensoría dio seguimiento y finalizó la atención a seis casos colectivos relacionados con el sector financiero, en los que determinó los siguientes incumplimientos: cobro de intereses sobre comisiones y recargos, cobro de intereses sobre intereses en extra financiamientos, cobro de intereses sobre la base del año comercial y no sobre saldos diarios y cobro de intereses a tasa diferente a la publicada en el estado de cuenta.

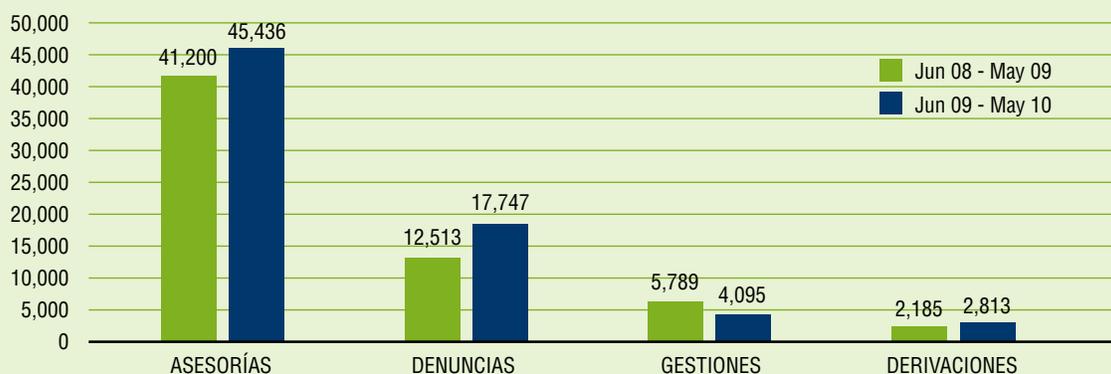
Adicionalmente a las 70,090 atenciones, el centro de llamadas 910 brindó a las y los consumidores otro tipo de apoyos, que se detallan a continuación:

Otras atenciones del “Call center”

Consultas de consumidores sobre el estado de sus casos	11,844
Denuncias no personales (avisos)	608
Solicitudes de información general	11,116
Inconformidades con el sector transporte	73
Total	23,641

En relación con el período anterior (junio 2008-mayo 2009), el total de atenciones brindadas por la Defensoría creció en un 13.6%, incrementándose de 61,687 a 70,090 casos. El mayor crecimiento lo experimentaron las denuncias (42%), seguidas de las derivaciones (29%) y las asesorías (10%). Solo las gestiones mostraron una disminución.

Variación de las atenciones brindadas por La Defensoría



La cantidad de denuncias que atiende anualmente la Defensoría duplica y, en algunos casos, triplica el número de denuncias que en el mismo período reciben las agencias similares en Centro América. La relación de denuncias presenciales anuales por habitante en El Salvador es de una denuncia por cada 323 habitantes, proporción que se acerca a lo que sucede en países con más desarrollo del tema, como es el caso de Chile, donde cada año hay una denuncia presencial por cada 290 habitantes ².



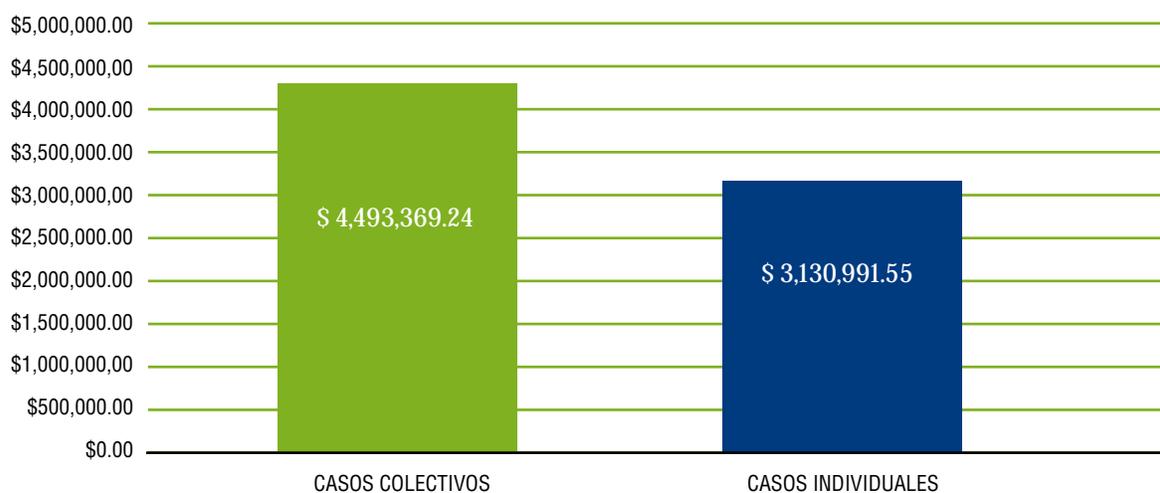
² Esta afirmación es resultado de comparar la población de ambos países y el número de denuncias atendidas por año. Para obtener información sobre el número de las denuncias en Chile en 2009, se puede ver el sitio www.sernac.cl.

6 Protección del bolsillo de las personas consumidoras

Durante el período, La Defensoría resolvió 17,997 casos de consumidores individuales: 13,862 denuncias y 4,135 gestiones.

Entre junio de 2009 y mayo de 2010, se logró la recuperación de un total de \$7,624,360.79 de dólares, de los cuales \$3,130,991.55 de dólares corresponden a resoluciones favorables en casos individuales y \$4,493,369.24 en seis casos colectivos, que beneficiaron a un aproximado de 299,102 usuarios de servicios financieros.

Montos recuperados por la Defensoría en casos individuales y colectivos (en dólares)



Es importante señalar que los \$7.6 millones que en este primer año de gestión recuperó La Defensoría en beneficio de las personas consumidoras, es un 64.53% superior al presupuesto anual del 2010 asignado a esta institución.

7 Ejercicio de la potestad sancionatoria

Esta potestad trata del conjunto de pasos que la Defensoría del Consumidor debe seguir cuando existen elementos que indican que un proveedor posiblemente ha cometido una infracción. La resolución de este proceso puede determinar que, en efecto, se ha cometido la infracción y sancionar o que no se ha cometido y, en este caso, declarar que no hay responsabilidad para el presunto infractor. La instancia de la Defensoría facultada por la ley para implementar este proceso es el Tribunal Sancionador, un ente colegiado integrado por tres personas, cuyo nombramiento corresponde al Presidente de la República.

En el período de junio 2009 a mayo 2010, el Tribunal Sancionador recibió 1,846 denuncias sobre posibles infracciones a la ley, de las cuales 517 corresponden a “denuncias de oficio”, es decir, que han sido iniciadas como resultado de procesos propios de la Defensoría, tales como inspecciones, estudios, etc. Las restantes 1,329 denuncias han sido consecuencia de haberse agotado los medios alternos de solución de conflictos, sin que se haya resuelto la controversia surgida entre el consumidor y el proveedor, por lo que el proceso continúa, remitiéndose el caso a conocimiento del Tribunal Sancionador, para que determine si existe o no suficiente mérito para imponer una sanción al presunto infractor.

En este período, del total de casos cerrados, el Tribunal sancionó 460 casos, que en conjunto fueron multados con US \$1,187,528.30, cifra que es la más alta en concepto de multas anuales impuestas por infracciones a la Ley de Protección al Consumidor, tomando como base las estadísticas contenidas en la “Memoria de labores 2004-2009 de la Defensoría del Consumidor.



Armando Flores, durante la entrega de solicitud ante la Fiscalía General de la República para hacer efectivo el cobro de multas impuestas a proveedores por el Tribunal Sancionador.

8 Posicionamiento institucional

El desarrollo de la comunicación institucional ha logrado posicionar en la opinión pública la contribución de la Defensoría en la protección efectiva de derechos, el acercamiento de servicios, el compromiso institucional para brindar calidad y calidez en la atención de las y los consumidores, la firmeza en la vigilancia de mercado y la coordinación del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Los principales mecanismos utilizados han sido:

- Producción de materiales informativos y de orientación para las personas consumidoras.
- Producción y optimización de medios propios de comunicación.
- La gestión de planes de medios para asegurar el posicionamiento mediático de la Defensoría.
- Publicaciones pagadas en los medios impresos y radiales, relativos al quehacer institucional, tales como “Defensoría móvil” y “Quién es quién en los precios”.

En el período se produjeron nuevos materiales de información y orientación al consumidor; 170 mil brochures en temas de Consumo cuidado, temporada navideña, Útiles realmente útiles, Cómo poner una denuncia, 15 recomendaciones para el buen uso de su tarjeta de crédito, Usuarios de productos y servicios financieros, Obligaciones y prohibiciones de proveedores financieros, presupuesto familiar y Consejos prácticos para el manejo de productos financieros: tarjetas de crédito y débito y hojas volantes de promoción de la Defensoría móvil.



mil materiales educativos: Cómo poner una denuncia, 15 recomendaciones para el buen uso de su tarjeta de crédito, Usuarios de productos y servicios financieros, Obligaciones y prohibiciones de proveedores financieros, presupuesto familiar, etc.

Como se informó antes, dichos materiales fueron de mucha utilidad para las actividades de difusión de derechos, incluyendo las campañas informativas organizadas por la Defensoría.

En relación con los medios propios de comunicación de la Defensoría, los resultados del período se resumen en:

SITIO WEB

En promedio se están realizando 33 cambios mensuales en la información que se coloca en la página web de la Defensoría, lo que ha permitido mantener un flujo de información oportuna y relevante para el consumidor y logrado un promedio de 6,484 visitas mensuales.

Además, se han colocado materiales educativos en formato PDF para descargas del consumidor, sobre los derechos de las personas consumidoras, temporada navideña, Útiles realmente útiles, Cómo poner una denuncia, 15 recomendaciones para el buen uso de su tarjeta de crédito, Usuarios de productos y servicios financieros, Obligaciones y prohibiciones de proveedores financieros, presupuesto familiar y Consejos prácticos para el manejo de productos financieros: tarjetas de crédito y débito. También se ha brindado información actualizada a la ciudadanía consumidora sobre el nuevo pliego tarifario de agua potable, cómo leer su medidor, segurómetro y presupuesto familiar, entre otros.

Se habilitó el acceso a los sitios web de otras entidades homólogas.

Entre ellas, el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN) y Consumers International.



BOLETÍN "NOTICONSUMO"

Se han distribuido un total de 30 boletines Noticonsumo (versión digital) a más de 2,092 contactos, entre nacionales y extranjeros.

En lo que respecta a la publicación impresa del Noticonsumo, se imprimieron 9,000 ejemplares (junio de 2009 a mayo 2010), los que fueron distribuidos entre más de 316 entidades de diversos sectores: gabinete de gobierno, cuerpo diplomático, organismos internacionales, medios de comunicación, empresa privada, asociaciones de consumidores, gremiales empresariales, universidades y consumidores que visitan las diferentes oficinas de la Defensoría.



PROGRAMA RADIAL

A partir del 27 de enero de 2010, la población salvadoreña cuenta con el programa radial "Defensoría 96Nueve", un espacio con el que podrá conocer sus derechos como personas consumidoras y expresar sus inquietudes o denuncias. Con este programa se busca fortalecer la interacción entre la ciudadanía consumidora y la Defensoría e impulsar una mayor participación ciudadana, para una nueva cultura de consumo y respeto de derechos. El programa es transmitido todos los miércoles desde las 8 de la mañana, en el 96.9 FM de Radio Nacional de El Salvador.





ENTREVISTAS TELEVISIVAS



CONFERENCIAS DE PRENSA

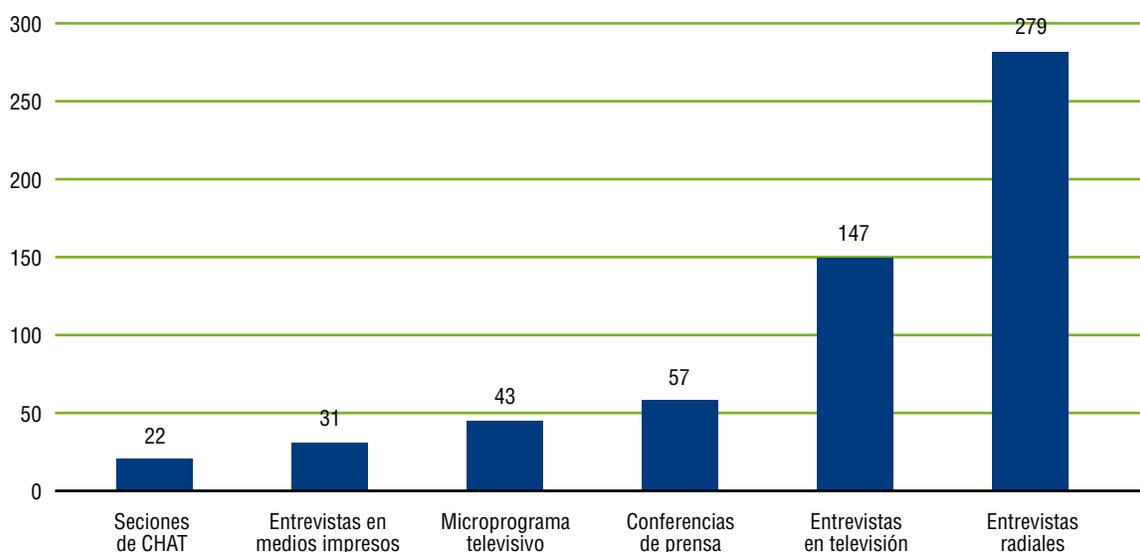
ENTREVISTA, CHAT
PRENSA GRÁFICA



ENTREVISTAS RADIALES

Los planes de medios implementados han contemplado presencia periódica en programas radiales y televisivos, atención a solicitudes de entrevistas de los distintos medios de comunicación y convocatoria a conferencias de prensa para dar a conocer temas relevantes del quehacer institucional. Un detalle de la cobertura mediática se muestra a continuación:

**Presencia mediática de La Defensoría
(Junio 2009 Mayo 2010)**



Es claro que la presencia en los medios de comunicación a través de entrevistas y espacios de opinión y orientación genera un importante ahorro institucional, porque se trata de espacios no pagados. Se estima que la cobertura mediática que tuvo la Defensoría en este año le representó un ahorro de US \$1.020.051,86 dólares. Este ahorro ha sido calculado con base en el costo por pulgada en prensa escrita y al tiempo aire en radio y televisión, así como en los periódicos digitales.

En cuanto a las publicaciones pagadas, a nivel radial, la Defensoría ha priorizado en la promoción de la “Defensoría móvil”, para que la población conozca con anticipación la visita de la “Defensoría móvil” a su municipio. En prensa escrita, se ha priorizado en la publicación de los resultados de algunos sondeos de precios.

9

Fortalecimiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC) y del marco regulatorio vinculado

COORDINACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL SNPC

Este Sistema ha sido establecido por la Ley de Protección al Consumidor, normativa que otorga a la Defensoría del Consumidor la calidad de entidad coordinadora del SNPC. El objetivo es el involucramiento de las distintas instituciones estatales en la protección de los derechos de las personas consumidoras, de acuerdo con sus propias competencias. Los principales avances en el fortalecimiento del SNPC se describen a continuación:



- Convenio de cooperación con la Superintendencia de Competencia, firmado el 15 de julio de 2009. Dicho convenio tiene como finalidad fortalecer la capacidad de ambas instituciones para la recolección, procesamiento, análisis y sistematización de datos de los diferentes sectores del mercado, intercambiar perspectivas, políticas institucionales, información, conocimientos y experiencias a fin de lograr una mejor comprensión técnica de los aspectos operativos de los diversos mercados y prevenir e identificar posibles prácticas anticompetitivas que afecten los derechos de los consumidores, entre otras.



- Convenio de cooperación y coordinación con el Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer (ISDEMU), firmado el 20 de agosto de 2009, permitirá impulsar en los próximos años políticas públicas tendientes a promover el enfoque de equidad de género en el consumo y la participación de las mujeres en la protección de los derechos de los consumidores y consumidoras en la sociedad. Ambas partes intercambiarán asistencia técnica interinstitucional y realizarán investigaciones en temas estratégicos y más demandados por mujeres y hombres; por ejemplo, ya se ha avanzado en la organización conjunta de un observatorio de la publicidad, que se espera empiece a funcionar en el corto plazo.



El Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte, y el Presidente de la Defensoría del Consumidor, Armando Flores, han coordinado esfuerzos para fortalecer la protección de los derechos de la población consumidora en los periodos vacacionales.

- Lanzamiento de la campaña “En pueblos vivos, consumidores satisfechos”, junto con el Ministerio de Turismo. Realizada el 17 de julio de 2009, permitió unificar los esfuerzos para acercar los servicios de atención institucional a la población, con el fin de que se sintiera protegida en sus derechos y disfrutara las vacaciones de forma segura. De acuerdo con el plan de campaña, la Defensoría del Consumidor realizó acciones de educación y orientación al consumidor, verificación y vigilancia de precios; mientras que el Ministerio de Turismo brindó información básica a los turistas, a través de los Centros de Atención al Turista (CAT), ubicados en diversos puntos del país.

- Convenio de cooperación con el Banco Central de Reserva (BCR), la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF), Superintendencia de Pensiones, Superintendencia de Valores (SV) y el Instituto de Garantía de Depósitos, para la coordinación y apoyo interinstitucional en materia de educación financiera. El objetivo del convenio es unificar esfuerzos institucionales, dentro del marco del programa de educación financiera, con la finalidad de fortalecer el conocimiento y la comprensión de consumidores e inversionistas, actuales y potenciales, sobre los beneficios, costos y riesgos de los productos y servicios financieros, para que la persona usuaria tome decisiones informadas que le permitan mejorar su bienestar y calidad de vida.



- Convenio de cooperación con la Lotería Nacional de Beneficencia, firmado el 16 de septiembre de 2009. Permitirá verificar la transparencia de los sorteos a realizarse y los lugares en los cuales se llevan a cabo. Para ello, se tendrá acceso a la información que se considere necesaria acerca de la técnica y procedimientos aplicables a los sorteos, así como a cualquier otra relacionada con las actividades comerciales de la Lotería. La Defensoría garantizará que la información vinculada con la mecánica o reglas de los sorteos sea clara y que, por lo tanto, esté exenta de todo tipo de ambigüedades. Semanalmente, también personal de la Defensoría observará que el desarrollo de cada sorteo se ajuste a las normas éticas y legales que le son aplicables a la Lotería Nacional de Beneficencia.
- Convenio de cooperación con la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET), firmado el 23 de diciembre de 2009 y que permitirá establecer un mecanismo permanente de cooperación y colaboración para la atención coordinada de los reclamos de las y los usuarios de los servicios de energía eléctrica y telecomunicaciones, así como la capacitación del recurso humano.



- Convenio de cooperación interinstitucional en materia alimentaria, suscrito con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y con el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Dicho Convenio se firmó el 9 de octubre de 2009, y ha permitido la constitución de la Comisión Nacional de Alimentos, que tiene como objetivos garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos desde la importación o producción hasta la comercialización final a la población consumidora, así como promover transparencia, competencia y prevenir prácticas abusivas en el mercado que contribuyan a un mayor acceso a los alimentos por parte de la población salvadoreña.

- Coordinación con el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano y el Centro Nacional de Registros, para abordar en forma integral la problemática de las lotificaciones. Esto ha permitido una mejor coordinación para la atención de los reclamos de las personas consumidoras afectadas por situaciones irregulares en la compraventa de lotes, a la vez que ha facilitado la elaboración de una propuesta jurídica que ofrece una respuesta integral a esta problemática.
- Integración de Comisión Tripartita para atender las reclamaciones de consumidores y consumidoras del servicio de agua. Por decisión del Presidente de la República, a finales de enero de 2010 se creó esta comisión integrada por el Ministro de Economía, el Presidente de ANDA y el Presidente de la Defensoría del Consumidor. Luego de algunas semanas de trabajo, la Comisión Tripartita entregó al Presidente de la República, las recomendaciones para un nuevo pliego tarifario del servicio de agua potable. Con la aprobación presidencial, el 16 de febrero la Comisión Tripartita anunció que, entre las acciones que se aplicarían de inmediato, estaban: primero, una nueva gradualidad al subsidio, de manera que no haya variaciones tan fuertes como las que se produjeron con la anterior aplicación de la tarifa y de esta manera se buscará beneficiar a la población más necesitada del país; segundo, la focalización destinada muy especialmente a grupos más vulnerables y de menos ingresos y, tercero, el nuevo pliego tarifario será retroactivo, por lo que estas rebajas al precio del agua se efectuarán con carácter retroactivo desde noviembre de 2009.



- Convenio de cooperación interinstitucional con el Ministerio de Gobernación, firmado el 10 de marzo de 2010, para apoyar la estrategia de acercamiento a los ciudadanos y facilitar el acceso a los servicios de la Defensoría del Consumidor, por medio de la creación de “Ventanillas Departamentales” en las Gobernaciones Políticas Departamentales y en los Centros de Gobierno que existen en el país.



- El 19 de octubre de 2009, el Banco Hipotecario y el Banco de Fomento Agropecuario, que forman parte de la banca estatal, firmaron un acuerdo en el que se comprometen a promover un mejor respeto de los derechos de las personas consumidoras o usuarias de servicios financieros, principalmente en lo que respecta a comisiones, recargos y servicio al cliente. Los compromisos asumidos se espera que contribuyan a dinamizar la competitividad y funcionamiento del mercado financiero en el país.



- Integración en el Consejo Nacional de Energía. El 12 de enero de 2010, el Presidente de la República juramentó el Consejo Nacional de Energía, que está conformado por el Secretario Técnico de la Presidencia, el Ministro de Economía, el Ministro de Hacienda, el Ministro de Medio Ambiente, el Ministro de Obras Públicas y el Presidente de la Defensoría del Consumidor. Este Consejo es la autoridad nacional en materia energética y dentro de sus funciones está presentarle al Presidente de la República la propuesta de Política Nacional de Energía, así como otras propuestas de política de subsidios, entre otras funciones.

APORTAR AL MEJORAMIENTO DE LA PROTECCIÓN LEGAL DE LOS CONSUMIDORES Y CONSUMIDORAS

El impulso de una adecuada política de consumo requiere revisar y actualizar constantemente la legislación nacional. Con esa finalidad, la Defensoría ha elaborado propuestas y acompañado iniciativas de otras entidades, dirigidas a mejorar la protección legal de las personas consumidoras:

- * **Ley de tarjetas de crédito:** La Defensoría en coordinación con el Banco Central de Reserva y la Superintendencia del Sistema Financiero analizaron y presentaron aportes al proyecto de ley de tarjetas de crédito. Algunas de estas propuestas fueron admitidas por las y los legisladores. Cabe señalar que la ley que fue aprobada le quita algunas competencias a la Defensoría en la fiscalización del mercado de tarjetas de crédito.
- * **Reformas a la Ley de Telecomunicaciones:** La Defensoría participó y aportó al debate legislativo que finalmente se concretó en la reforma al artículo 8 de la Ley de Telecomunicaciones. Tras esta decisión, a partir de abril de 2010 se produjo una rebaja en la cuota fija de telefonía y en el precio de una llamada desde un teléfono fijo a uno móvil. Además, en el futuro la SIGET tendrá la facultad de regular las tarifas telefónicas en base a un modelo de costos.
- * **Reforma integral a la Ley de Protección al Consumidor.** En marzo de 2010, en el marco de las celebraciones del Día Nacional y Mundial del Consumidor, el Presidente de la Defensoría entregó al Presidente de la República la propuesta de reforma integral que le apuesta a mejorar y ampliar la protección legal de las personas consumidoras, fortalecer la vigilancia y promover transparencia en el mercado; y consecuentemente fortalecer el desempeño y la actuación eficiente de la Defensoría. El Presidente de la República se comprometió a analizarla y luego presentarla ante la Asamblea Legislativa.
- * **Ley de medicamentos.** En abril, la Defensoría aportó a la discusión legislativa de la propuesta de ley de medicamentos. El documento elaborado se pronunció respaldando la propuesta del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, porque dicho proyecto hace un planteamiento más integral de protección de los consumidores y consumidoras frente a los precios excesivos, la calidad, disponibilidad, información y publicidad, entre otros aspectos.

10 Relaciones y Cooperación Internacional

FORTALECER LA COOPERACIÓN Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES PARA FAVORECER EL TRABAJO INSTITUCIONAL

La Defensoría realizó una serie de acciones encaminadas a la construcción de sinergias. Por un lado, con aliados que pueden apoyar técnica y financieramente el trabajo, mientras que, por otra parte, también lo hizo con aliados con los que se pueden encaminar esfuerzos conjuntos para mejorar la protección del consumidor. Los avances fueron:

Gestión de cooperación y financiamiento externo

- El 23 de julio de 2009 se firmó el memorándum de entendimiento entre la Defensoría del Consumidor, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo y el Gobierno de Suiza a través de la Secretaria de Estado de Economía, para apoyar un proyecto que, entre otros objetivos, busca apoyar la información y educación al consumidor y fortalecer el trabajo de vigilancia de mercado. La cooperación asciende a US \$172,969.00 dólares y el proyecto tiene una duración de cuatro años. El Salvador fue la sede de la primera reunión anual de monitoreo del proyecto, realizada del 14 al 16 de abril de 2010.
- El proyecto “Información y transparencia, herramientas del consumidor para fomentar la competencia”, ejecutado en cooperación con Booz Allen Hamilton, con fondos de USAID, contó con una ampliación del plazo y el monto del mismo, para permitir la finalización de las auditorías a casas comerciales, que ya se habían iniciado en el período normal de ejecución del proyecto.
- Se gestionó y recibió cooperación por parte del Banco Mundial a través de la Secretaría Técnica de la Presidencia, destinado a financiar la “Consultoría para el fortalecimiento de la capacidad institucional de la Defensoría del Consumidor”.



lecimiento de la capacidad de la Defensoría del Consumidor para auditar los cobros que realizan las empresas que financian la compra de vehículos, muebles y electrodomésticos al crédito”. El monto de este proyecto es de US \$26,109.86 dólares y se encuentra en su fase final de ejecución.

- A inicios de 2010 se gestionó y recibió una donación de la Cooperación Internacional equivalente a US\$ 50,000.00. La donación se utilizó para renovar el 31.7% del equipo informático en el marco de un plan de modernización de la Defensoría.
- Se gestionó ante el Ministerio de Hacienda para que la Defensoría fuera incluida como beneficiaria de los fondos de un préstamo del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). Para ello, se elaboró la propuesta “Fortaleciendo la atención a consumidores: descentralizando servicios y mejorando la capacidad de respuesta ante emergencias”, con un monto de US \$433,874.00. Esta solicitud fue aprobada y se está a la espera de darle inicio.
- Asistencias técnicas. Se gestionó y recibió asistencia técnica de Consumers International, por medio de una consultoría realizada por la Dra. Nieves Álvarez, especialista europea en educación para el consumo responsable. También se ha recibido asistencia técnica por parte de la Comisión Federal de Comercio (Estados Unidos), para fortalecer las áreas financiera, de vigilancia de mercado, Centro de Solución de Controversias, servicios jurídicos y estudios.



Juan Trimboli, coordinador para América Latina y El Caribe de Consumers International, durante rueda de prensa con el Presidente de la Defensoría, Armando Flores, en la que anunció cooperación técnica para fortalecer la educación al consumidor en la escuela.

Fortalecer las relaciones internacionales

- El 27 y 28 de agosto de 2009, la Defensoría participó en el taller regional de implementación y monitoreo del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud, para el control del tabaco en los países de Centroamérica. El objetivo del taller fue promover el avance y la mejora de la condición de cada país en materia de control de tabaco, mediante el intercambio de experiencias y el análisis de diversas estrategias. Este taller le brindó a la Defensoría del Consumidor herramientas para formar alianzas entre instituciones gubernamentales y no gubernamentales que tienen vinculación con el tema de control del tabaco.
- El 22 y 23 de septiembre de 2009, la Defensoría participó en el seminario convocado en Costa Rica por la Comisión Federal de Comercio (Estados Unidos), el cual estuvo dedicado a “Mejores prácticas de protección al consumidor; comercio electrónico, mercado financiero y publicidad”. Se logró un positivo intercambio de experiencias sobre los temas de la agenda y la Defensoría hizo una presentación acerca de su trabajo en la defensa de usuarios de servicios financieros.
- El 24 y 25 de septiembre de 2009 se participó en la III Reunión Extraordinaria del Titulares del Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO), para conocer los avances en el trabajo realizado y definir una agenda de fortalecimiento institucional de esa entidad regional.



Armando Flores, Presidente de la Defensoría del Consumidor, expresa a las asociaciones de consumidores, el compromiso institucional de apoyar y fortalecer el ejercicio de ciudadanía; le acompaña, Hassan Qaqaya, jefe de la sección de Políticas de Competencia y Protección del Consumidor de la UNCTAD.

- El 15 y 16 de octubre de 2009, la Defensoría participó en el III Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor, realizado en Colombia. Entre otros temas, se revisaron los avances en los grupos de trabajo establecidos hacía un año. La Defensoría aportó a la discusión y ofreció concentrar sus aportes en los grupos de trabajo sobre participación ciudadana y medios de pago.
- El 22 y 23 de octubre de 2009, la Defensoría logró co-organizar el Foro Internacional “Solidaridad con el fortalecimiento de la protección al consumidor en Guatemala”, en el que la Defensoría participó como delegado de CONCADECO y realizó la presentación “Aportes a la ley desde la experiencia de las agencias gubernamentales de protección al consumidor”.
- El 26 y 27 de abril de 2010, la Defensoría participó en el segundo seminario convocado en Costa Rica por la Comisión Federal de Comercio (Estados Unidos), sobre “Mejores prácticas de protección al consumidor; comercio electrónico, mercado financiero y publicidad”. Se logró un positivo intercambio de experiencias en cuanto a los temas de la agenda.
- El 28 y 29 de abril de 2010, la Defensoría participó, en Costa Rica, en la IV Reunión Extraordinaria de Titulares del Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor (CONCADECO). Uno de los puntos centrales de la reunión fue la elaboración de un plan de trabajo anual. En el desarrollo de la agenda se conocieron y aprobaron los informes presentados por Costa Rica en calidad de Presidencia Pro témpore y de El Salvador como Secretaria Ejecutiva.

Por otro lado, también se aprobaron importantes reformas al Reglamento de funcionamiento del Consejo. Algunas de las más relevantes reformas hicieron referencia a las funciones y roles de la Presidencia Pro témpore, así como a la organización de las reuniones ordinarias y extraordinarias. De esta manera, quedó establecido que a partir del día 30 de abril de 2010, El Salvador ostenta la Presidencia Pro témpore del Consejo, cuya duración es de un año. Uno de los acuerdos que también se modificó, hace referencia a la rotación de la Secretaria Ejecutiva, que asumir  la Presidencia saliente, en este caso Costa Rica.



11 Fortalecimiento y Desarrollo Institucional

Garantizar el apoyo efectivo y oportuno de la administración hacia las áreas ejecutoras

La Dirección de Administración ha brindado apoyo efectivo y oportuno para que las áreas ejecutoras dispongan de los bienes y servicios necesarios para el desarrollo de sus actividades, incluido el apoyo logístico de las operaciones.

Por ejemplo, la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales (UACI) ha prestado un apoyo constante para que las distintas direcciones y gerencias institucionales desarrollen sus planes de trabajo según lo previsto. Su aporte ha sido a través de la adquisición y disposición de los recursos para el funcionamiento de manera oportuna.

El trabajo efectuado por la UACI en apoyo a las diferentes áreas institucionales se resume a continuación:



	Junio – Dic. 2009	Enero –mayo 2010
Libre Gestión	462 órdenes de compras para la adquisición de bienes y servicios.	62 órdenes de compras para la adquisición de bienes y servicios.
Contratos	15 contratos <i>4 de servicios profesionales 11 de bienes y servicios</i>	15 contratos <i>4 de servicios profesionales 11 de bienes y servicios</i>
Prórrogas de contratos	6 prórrogas	12 prórrogas <i>10 contratos de 2009 2 resoluciones administrativas</i>
Licitaciones adjudicadas		6 licitaciones por invitación

Detalle de las licitaciones realizadas por la UACI

NÚMERO Y NOMBRE DE LA LICITACIÓN

Licitación pública por invitación No. 01/2010 "Servicio de telefonía fija y celular para la Defensoría del Consumidor".

Licitación pública por invitación No. 02/2010 "Servicio de internet para las oficinas de la Defensoría del Consumidor por enlace de fibra óptica y enlace dedicado entre Defensoría del Consumidor y Ministerio de Hacienda por enlace de fibra óptica".

Licitación pública por invitación No. 03/2010 "Servicios de limpieza permanente para las oficinas de la Defensoría del Consumidor".

Licitación pública por invitación No. 04/2010 "Servicio de vigilancia y seguridad para las instalaciones de la Defensoría del Consumidor".

Licitación pública por invitación No. 05/2010 "Suministro de cupones de combustible con servicio de bomba para vehículos automotores de la Defensoría del Consumidor".

Licitación pública por invitación No. 06/2010 "Suministro de uniformes para personal de la Defensoría del Consumidor".

De las licitaciones arriba descritas, 3 fueron adjudicadas a finales de marzo y las otras 3 se encuentran en su fase final de evaluación.

El desempeño efectivo y oportuno de la UACI ha contribuido al normal desarrollo y funcionamiento institucional.

Alcanzar liderazgo y respeto en la garantía de la probidad y la transparencia en el uso de los recursos

En cumplimiento del compromiso del presidente Mauricio Funes de impulsar un gobierno transparente, la Defensoría definió en el proceso de planificación estratégica, como uno de sus objetivos, alcanzar liderazgo y respeto en la garantía de la probidad y la transparencia en el uso de los recursos.

Para conseguirlo, se han realizado las siguientes acciones:

- Elaboración de la Política de Transparencia de la Defensoría del Consumidor: con su implementación se busca instaurar una nueva cultura, basada en la honestidad y responsabilidad, para prevenir, investigar y castigar todo acto de corrupción. Esto significa que quienes laboran o prestan algún servicio a la Defensoría del Consumidor deben actuar apegados a la ley y con honradez, integridad, rectitud y respeto.
- Instalación de Oficina de Información y Respuesta -OIR-. Se encuentra muy avanzado el proceso de instalación de esta oficina, previsto para junio de 2010. Esta oficina brindará información general sobre la institución y recibirá quejas por insatisfacción con los servicios prestados por la Defensoría. También recibirá denuncias por supuestos actos de corrupción, malos tratos u otros incumplimientos hacia los usuarios, generados por los servidores públicos que laboran en la Defensoría.
- Instalación de sección de transparencia en el sitio web de la Defensoría. Se ha avanzado en el diseño de un área especial para transparencia en la web. Está previsto para junio 2010 esta sección, junto con la nueva página web, esté en línea. Esta sección contiene información y documentación actualizada, presentada de forma clara y comprensible acerca del presupuesto institucional y su ejecución, adquisición de bienes y servicios, informe de gestión y otros. Además, contará con un mecanismo de interacción con la ciudadanía.
- Rendición de cuentas a la ciudadanía en forma oportuna y completa: El Presidente de la Defensoría elaboró un informe de gestión sobre los primeros 100 días de trabajo, el cual fue presentado el 9 de septiembre de 2009. Está planeado realizar una reunión de rendición de cuentas, a partir de la publicación de la memoria anual de labores. En dicha reunión se invitará a personas representativas de las asociaciones de consumidores, del sector empresarial, de las universidades, entre otros sectores claves del país. En la Defensoría del Consumidor, la rendición de cuentas sobre el quehacer institucional tendrá un carácter constante, a través de los mecanismos establecidos.

Garantizar la gestión óptima del talento humano de la institución

Una de las principales estrategias utilizadas para el fortalecimiento constante de las capacidades del personal, ha sido la realización de espacios propios de capacitación y el aprovechamiento de procesos de capacitación de otras entidades, para promover la participación de funcionarios de la Defensoría.

Como resultado, entre junio de 2009 y abril de 2010, 83 colaboradores de la Defensoría han sido capacitados en temas como sistemas informáticos y actualización de tecnología de redes avanzadas; nuevas regulaciones en tarjetas de crédito; manejo de modulo de divulgación de compras; reformas a la ley tributaria; las personas con discapacidad como personas consumidoras; mejorando la salud mental; entre otros.



Personal Capacitado desde junio 2009 a abril de 2010

UNIDAD O DIRECCIÓN	Nº DE PERSONAS
Centro de Solución de Controversias	25
Regional de Occidente	17
Gerencia de Atención de Llamadas	8
Auditoría Interna	2
Gerencia de Servicios Financieros	12
Gerencia de Sistemas de Información	8
UACI	2
UFI	3
Dirección de Servicios Jurídicos	6
TOTAL	83

A partir de estos datos, en el primer año el 40.7% del total del personal de la Defensoría participó en una o más capacitaciones promovidas por la institución.



Fortalecer el sistema de planificación, monitoreo y evaluación Institucional

Durante el último trimestre de 2009, la Defensoría implementó el diseño de una nueva estrategia institucional, mediante la metodología de “Cuadro de mando integral”. Durante el proceso de planificación estratégica, se definió una serie de indicadores que permita fortalecer el modelo de gestión estratégica que había tenido la institución, volviéndolo más eficiente al poner los énfasis en el cumplimiento de resultados en lugar de la realización de actividades.

Potenciar los recursos informáticos para fortalecer el trabajo institucional

A nivel de los sistemas de información, se han introducido mejoras en el Sistema de Atención de Reclamos (SARA) y se han elaborado los módulos de inspección para vigilancia de mercados y en constatación de hechos. Para la atención en las ventanillas descentralizadas, se elaboró un módulo para la recepción de reclamos y denuncias a nivel nacional, con lo que se facilita el acercamiento de los servicios a la población del interior de la república y se simplifican los procedimientos que este acercamiento implica.

A partir del mes de marzo de 2010, se implementó un proceso de mejora de los sistemas de trabajo del Tribunal Sancionador, con el objetivo de agilizar el proceso sancionatorio.





V. Estados financieros auditados



FIRMA JOSE SANTOS CAÑENGUEZ GUZMAN
*Servicios Profesionales de Auditoría,
Consultoría e Impuestos*

DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR.

DICTAMEN DEL AUDITOR INDEPENDIENTE
SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Licenciado

José Armando Flores Alemán

Presidente

DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR (DC)

Presente.

He auditado los estados financieros que se acompañan de la Defensoría del Consumidor (DC), que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2009, el estado de rendimiento económico, el estado de flujo de fondos, y el estado de ejecución Presupuestaria, por el año que terminó en esa fecha, así como un resumen de las políticas contables importantes y notas a los estados financieros. Los estados financieros al 31 de diciembre de 2008 fueron auditados por otra firma de auditoría quienes en su informe de fecha 26 de noviembre de 2009 expresaron una opinión limpia y son presentados para efectos comparativos.

Responsabilidad de la Administración.

La administración es responsable de la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con Principios y Normas de Contabilidad Gubernamental emitidas por la Dirección General de Contabilidad Gubernamental y Principios de Contabilidad Gubernamental Generalmente Aceptados, esta responsabilidad incluye: diseñar, implementar y mantener el control interno relevante a la preparación y presentación razonable de los estados financieros que estén libres de representaciones erróneas de importancia relativa.

Responsabilidad del Auditor.

Mi responsabilidad es expresar una opinión sobre los estados financieros con base en mi auditoría. Realice mi auditoría de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría y Normas de Auditoría Gubernamental, emitidas por la Corte de Cuentas de la República. Dichas normas requieren que cumpla con requisitos éticos así como que planee y desarrolle la auditoría para obtener seguridad razonable sobre si los estados financieros están libres de representación errónea de importancia relativa. Una Auditoría implica desempeñar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representación errónea de importancia relativa de los estados financieros ya sea debida a fraude o error. Al hacer esas evaluaciones del riesgo el auditor considera el control interno relevante a la preparación y presentación razonable de los estados financieros apropiados a las circunstancias, pero no con el fin de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye evaluar la propiedad de las políticas contables usadas y lo razonable de las estimaciones contables hechas por la administración, así como evaluar la presentación general de los estados financieros. Creo que la evidencia de auditoría que he obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para mi opinión de auditoría.

21 Avenida Norte, Edificio Erica No. 1734, Colonia Layco, San Salvador.
Tels.: 2226-5205, 2226-5298 y 2226-5299, Telefax: 2225-4434.
E-mail: canenguez@navegante.com.sv

FIRMA JOSE SANTOS CAÑENGUEZ GUZMAN
Servicios Profesionales de Auditoría,
Consultoría e Impuestos

Opinión.

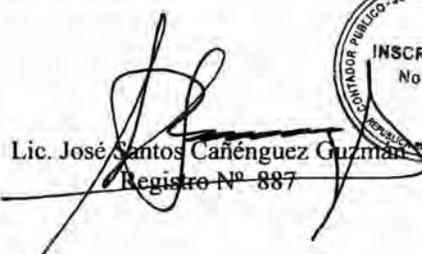
En mi opinión, los estados financieros mencionados en el primer párrafo presentan razonablemente en todos los aspectos importantes, la situación financiera de la Defensoría del Consumidor (DC), al 31 de diciembre de 2009, el rendimiento económico, el flujo de fondos y la ejecución presupuestaria por el ejercicio contable terminado en esa fecha, de conformidad con la base contable descrita en la Nota 2.

De acuerdo a las Normas de Auditoría Gubernamental, emitidas por la Corte de Cuentas de la República, también he emitido un informe sobre mi consideración del control interno, y un informe sobre el cumplimiento con los términos de leyes y regulaciones aplicables, ambos de fecha 5 de marzo de 2009.

Párrafo restrictivo de la distribución del Informe.

Este informe esta destinado únicamente para uso de la Presidencia de la Defensoría del Consumidor (DC) y la Corte de Cuentas de la República de El Salvador. Esto no constituye una restricción que pretenda limitar la distribución del mismo; el cual podrá ser un asunto de interés público, al ser autorizado por la Defensoría del Consumidor.

San Salvador, El Salvador, 5 marzo de 2010.


Lic. José Santos Cañenguez Guzman
Registro N° 887



DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR
(Entidad descentralizada autónoma y de derecho público)

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009 Y 2008.

(Cifras Expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América Nota -3)

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
Recursos		
Disponibilidades		
Bancos Comerciales M/D (Nota 4)	US\$ 184,960	US\$ 37,466
Fondos en Deposito Tesoro Público	44,323	30,555
Anticipo de Fondos	7	1,060
	<u>229,290</u>	<u>69,081</u>
Inversiones Financieras		
Deudores Financieros	74,545	309,161
Inversiones en Intangibles (Nota 5)	12,973	5,490
	<u>87,518</u>	<u>314,651</u>
Existencias Institucionales		
Existencias Institucionales (Nota 6)	44,509	47,776
Inversiones en bienes de uso		
Bienes Depreciables (Nota 7)	411,817	490,775
Bienes No Depreciables (Nota 8)	1,639,070	1,639,070
	<u>2,050,887</u>	<u>2,129,845</u>
Inversiones en Proyecto y Programas		
Inversiones en Bienes Privativos	187,447	187,447
Inversiones en Bienes de Uso Público (Nota 9)	16,701	21,288
	<u>204,148</u>	<u>208,735</u>
Total de Recursos	US\$ 2,616,352	US\$ 2,770,088
Obligaciones y Patrimonio		
Deuda Corriente		
Depósitos de terceros (Nota 10)	US\$ 46,002	US\$ 42,011
Acreedores monetarios	248,820	333,571
	<u>294,822</u>	<u>375,582</u>
Patrimonio		
Donaciones y Legados Bienes Corporales (Nota 11)	2,054,380	2,053,481
Resultado de Ejercicios Anteriores (Nota 12)	318,393	117,836
Resultados de Ejercicio Corriente	(51,243)	223,189
	<u>2,321,530</u>	<u>2,394,506</u>
Total obligaciones y patrimonio	US\$ 2,616,352	US\$ 2,770,088

Las notas que se acompañan son parte integral de los estados financieros.

Lic. Héctor Leonel Morán
Jefe de Unidad Financiera
Institucional



Lic. José Armando Flores Alerhan
presidente

Lic. José Santos Cañenguez
Auditor Externo



Licda. Ana Silvia Vazquez
Contador Institucional



DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR
(Entidad descentralizada autónoma y de derecho público)

ESTADO DE RENDIMIENTO ECONOMICO
POR EL PERÍODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009 Y 2008
(Cifras Expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América Nota -3)

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
Ingresos de Gestión		
Ingresos por transferencias corrientes recibidas	US\$ 4,449,489	US\$ 4,216,255
Ingresos por transferencias de capital recibidas	130,000	347,447
Ingresos por actualizaciones y ajustes	192	554
Total ingresos de gestión	<u>4,579,681</u>	<u>4,564,256</u>
Gastos de Gestión		
Gastos en inversiones públicas	113,299	137,368
Gastos en personal (Nota 13)	3,554,776	3,273,867
Gastos en bienes de consumo y servicios (Nota 14)	765,624	737,669
Gastos en bienes capitalizables (Nota 15)	7,614	48,520
Gastos financieros y otros (Nota 16)	62,374	4,432
Costo de venta y cargos calculados (Nota 17)	124,440	133,771
Gastos de actualización y ajustes	2,797	5,440
Total gastos de gestión	<u>4,630,924</u>	<u>4,341,067</u>
Resultados del ejercicio	US\$ <u>(51,243)</u>	US\$ <u>223,189</u>

Las notas que se acompañan son parte integral de los estados financieros.

Lic. Héctor Leonel Morán
Jefe de Unidad Financiera
Institucional



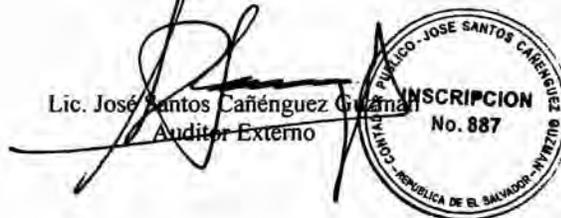
Lic. José Armando Flores Alemán
presidente



Licda. Ana Silvia Vásquez
Contador Institucional



Lic. José Santos Cañénguez Guzmán
Auditor Externo



DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR
(Entidad descentralizada autónoma y de derecho público)

ESTADOS DE FLUJO DE FONDOS
PARA LOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009 Y 2008
(Cifras Expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América Nota -3)

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
Disponibilidad inicial	US\$ 68,021	US\$ 48,570
Resultado operacional		
Fuentes operacionales		
Ingresos por transferencias corrientes recibidas	4,374,943	4,094,540
Ingresos por transferencias de capital recibidas	0	21,101
Operaciones de ejercicios anteriores	309,354	129,696
Subtotal	<u>4,684,297</u>	<u>4,245,337</u>
Usos operacionales		
Remuneraciones	3,504,465	3,241,142
Adquisición de bienes y servicios	575,247	665,149
Gastos financieros y otros	86,197	11,775
Inversiones en activo fijo	25,939	191,036
Operaciones de ejercicios anteriores	336,232	134,558
Subtotal	<u>4,528,080</u>	<u>4,243,660</u>
Resultado operacional neto	<u>156,217</u>	<u>1,677</u>
Resultado no operacional		
Fuentes no operacionales		
Anticipo a empleados	13,183	7,706
Anticipos por servicios	14,594	1,723
Anticipos a contratistas	0	6,693
Anticipos a proveedores	41,399	23,163
Depósitos ajenos	85,835	31,596
Depósitos retenciones fiscales	11,046	11,483
Anticipo de impuesto retenido IVA	6,911	7,168
Subtotal	<u>172,968</u>	<u>89,532</u>
Usos no operacionales		
Anticipo a empleados	13,190	7,706
Anticipos por servicios	13,657	2,660
Anticipos a contratistas	0	6,693
Anticipos a proveedores	41,276	23,286
Depósitos ajenos	81,936	12,762
Depósitos retenciones fiscales	10,973	11,483
Anticipo de impuesto retenido IVA	6,891	7,168
Subtotal	<u>167,923</u>	<u>71,758</u>
Resultado no operacional neto	<u>5,045</u>	<u>17,774</u>
Disponibilidades finales	US\$ <u>229,283</u>	US\$ <u>68,021</u>

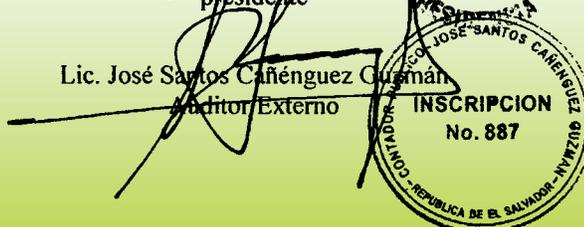
Las notas que se acompañan son parte integral de los estados financieros.

Lic. Héctor Leonel Morán
Jefe de Unidad Financiera
Institucional



Lic. José Armando Flores Alenja
presidente

Lic. José Santos Cañénguez Guzmán
Auditor Externo



Licda. Ana Silvia Vásquez
Contador Institucional



DEFENSORIA DEL CONSUMIDOR
(Entidad descentralizada autónoma y de derecho público)

ESTADO DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA
POR EL PERÍODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009 Y 2008
(Cifras Expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América – Nota 3)

RUBROS	2009			2008		
	Presupuesto	Ejecución	Saldo Presupuestario	Presupuesto	Ejecución	Saldo Presupuestario
INGRESOS						
Transferencias corrientes	US\$ 4,453,023	US\$ 4,449,489	US\$ 3,534	US\$ 4,266,130	US\$ 4,216,255	US\$ 49,875
Transferencias de capital	0	0	0	0	0	0
Sector Público	0	0	0	187,447	187,447	0
Sector Privado	0	0	0	0	21,101	(21,101)
Total Ingresos	4,453,023	4,449,489	3,534	4,453,577	4,424,803	28,774
EGRESOS						
Remuneraciones	3,556,428	3,554,776	1,652	3,280,880	3,273,867	7,013
Adquisiciones de bienes y servicios	776,140	765,486	10,654	774,538	739,795	34,743
Gastos financieros y otros	86,286	86,285	1	13,542	12,320	1,222
Inversiones en activo fijo	34,169	34,121	48	384,617	376,403	8,214
Total Egresos	4,453,023	4,440,668	12,355	4,453,577	4,402,385	51,192
Superavit del Presupuesto	US\$ 0	US\$ 8,821	US\$ (8,821)	US\$ 0	US\$ 22,418	US\$ (22,418)

Las notas que se acompañan son parte integral de los estados financieros.

Lic. Héctor Leonel Morán
Jefe de Unidad Financiera
Institucional

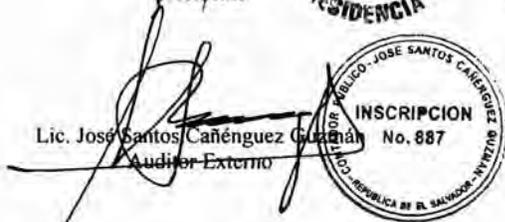


Lic. José Armando Flores Alvarado
presidente



Licda. Ana Silvia Vásquez
Contador Institucional

Lic. José Santos Cañénguez Guzmán
Auditor Externo





MISIÓN:

Proteger efectivamente los derechos de los consumidores y consumidoras, facilitando la solución de conflictos en materia de consumo, acercando los servicios, profundizando la vigilancia de los proveedores, promoviendo la educación y la participación ciudadana y coordinando la acción conjunta con otras instituciones del Estado, para contribuir a un mejor funcionamiento del mercado y ejercicio de ciudadanía.

VISIÓN:

Ser una institución confiable y accesible, respetada nacionalmente y reconocida internacionalmente como la entidad que protege de manera efectiva los derechos de los consumidores y consumidoras y que procura el equilibrio y la seguridad jurídica en las relaciones de consumo.



