



DEFENSORÍA  
DEL CONSUMIDOR

Antiguo Cuscatlán, 16 de diciembre de 2019

**Licda. Aída Funes Rivas**  
Oficial de Información y Transparencia  
Presente.-

Estimada Licda. Funes

En respuesta a la solicitud de información 126-12/2019, que tramita la Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia de la Defensoría del Consumidor (DC), en la cual se solicita: “Copia de la normativa (p.ej. reglamento, instructivo, manual, etc.) de la Defensoría del Consumidor, que regule el procedimiento y metodología para la realización de sondeos de precios en tiendas/almacenes”, le informo lo siguiente:

I. La DC realiza sondeos de precios de productos y servicios en diferentes establecimientos comerciales, acción que se enmarca en líneas estratégicas de información y educación al consumidor. Así, la base legal de esta acción es la competencia plasmada en el artículo 58 literal k) de la Ley de Protección al Consumidor (LPC), que habilita a la Defensoría a: *“Organizar, recopilar y divulgar información para facilitar al consumidor un mejor conocimiento de los precios, tasas o tarifas y características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, y de las condiciones de contratación de los mismos, así como toda otra información de interés para los consumidores”*. Asimismo, en la realización de los sondeos de precios se resguarda el cumplimiento de otras disposiciones establecidas en otros marcos legales como son: la Ley de Procedimientos Administrativos, la Ley del Sistema de Tarjetas de Crédito, la Ley de Regulación de los Servicios de Información sobre el Historial de Crédito de las personas, la Ley Especial de Lotificaciones y Parcelaciones para Uso Habitacional, la Ley de Medicamentos, la Ley contra la Usura, entre otras.

Asimismo, la publicación de la información recopilada se enmarca en lo establecido en el artículo 4 literal f) de la LPC, el cual define como derecho básico de los consumidores, el *ser educado e informado en materia de consumo*. También, el artículo 38 de la LPC delimita los objetivos de la educación e información al consumidor, siendo estos: *a) Promover mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y la utilización de servicios; b) Facilitar la comprensión y empleo de la información sobre los bienes y servicios que se comercializan; c) Difundir los derechos y deberes del consumidor y las formas legalmente establecidas para ejercerlos; d) Fomentar la prevención de riesgos que puedan derivarse del consumo de ciertos productos o de la utilización de ciertos servicios; e) Adecuar las pautas de consumo a una utilización racional de los recursos naturales; f) Iniciar y potenciar la formación de los educadores y educandos en el campo de la promoción y protección de los derechos de*



*los consumidores; y, g) Realizar campañas divulgativas con la finalidad de educar e informar a la población sobre conocimientos básicos de consumo responsable y sustentable.*

II. Los sondeos de precios son planificados en forma anual, por la Presidencia, Direcciones y Unidades de la DC. En dicha planificación se establecen los temas generales que se sondearan, en función de los sectores priorizados a nivel institucional. Posteriormente, se precisa la programación definiendo los establecimientos a visitar y los productos a incluir en cada sondeo de precios. Al respecto, la definición tiene como base datos e información que orienta la intervención institucional, es decir, garantizando que las políticas públicas de protección al consumidor respondan a la evidencia e información técnica. Por lo que, se consultan investigaciones de productos y mercados, la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples (EHPM), las reclamaciones atendidas en la DC, avisos de infracción e inspecciones, barridos de productos, históricos de precios de la institución, entre otros.

III. En el levantamiento de precios y de información de productos y servicios se utilizan dos instrumentos: la boleta (formulario) y el dispositivo Personal Digital Assistant (PDA). La boleta es un formulario donde el delegado de la DC escribe los datos generales de la realización del sondeo, como por ejemplo: fecha, establecimiento, persona encargada del establecimiento, firma y sello, los precios regulares y precios de oferta de los productos de acuerdo a la marca y el modelo preestablecidos en la boleta. Esta boleta es firmada y sellada por la persona encargada del establecimiento que atendió al delegado de la DC en el levantamiento de la información, a efectos de garantizar la fiabilidad, veracidad y conformidad del establecimiento con los precios e información capturada en la realización del sondeo.

En el caso del dispositivo Personal Digital Assistant (PDA) es una herramienta que permite digitar la información para ser enviada al Sistema de sondeos, luego se descarga para el procesamiento de los datos. En los sondeos de precios se utilizan ambas herramientas en forma simultánea, es decir, que los precios e información se registra tanto en la boleta como en el dispositivo Personal Digital Assistant (PDA). De tal forma que, se cuenta con la información a nivel de Sistema y en las boletas físicas firmadas y selladas por los establecimientos comerciales.

IV. De la descripción en la solicitud de información se concluye que lo que se requiere son los pasos metodológicos para la realización del sondeo de precios de muebles y electrodomésticos, ya que es el que se realiza principalmente en tiendas y almacenes. En tal sentido, a continuación se describen los pasos para la realización del sondeo de muebles y electrodomésticos, los cuales han sido extraídos a efectos de dar respuesta a lo solicitado.

1. Coordinación del equipo necesario para el levantamiento de la información: papelería, dispositivo PDA, transporte y talento humano.



2. Reunión previa con los delegados de la DC que realizarán los sondeos, donde se brindan indicaciones especiales sobre el levantamiento de la información.
3. Los delegados de la DC verifican que poseen el equipo institucional de identificación y los materiales respectivos para la realización de los sondeos.
4. Los delegados de la DC se trasladan a los establecimientos comerciales. Al ingresar a los establecimientos explican las competencias institucionales y el objetivo del sondeo de precios.
5. Los delegados de la DC entregan una carta al encargado del establecimiento comercial, donde se comenta la base legal y el objetivo del sondeo a realizar.
6. Los delegados de la DC inician el levantamiento de la información y de los precios en el establecimiento comercial, estos son registrados en las boletas de precios y en el dispositivo PDA, en forma simultánea. La persona encargada del establecimiento comercial acompaña al delegado de la DC en el levantamiento de los precios e información, ya sea de forma total o parcial, como lo estime conveniente.
7. Los delegados de la DC solicitan comprobantes de la información capturada, únicamente cuando se le instruya previamente.
8. Los delegados de la DC solicitan al encargado del establecimiento comercial que firme y selle la boleta donde se han plasmado los precios e información del sondeo.
9. Los delegados de la DC sincronizan la PDA y envían la información al Sistema. Asimismo, entregan las boletas precios y son resguardadas para su revisión en la DC.
10. Se revisa la información en el Sistema y en las boletas de precios utilizadas en el sondeo, a efectos de garantizar la consistencia de los datos y corroborar las respectivas evidencias.
11. Se confirma que la información en el Sistema se encuentra completa y conforme con las boletas de precios.
12. Se elaboran las cartas de notificación a los proveedores incluidos en el sondeo, donde se les remiten los precios que han sido levantados en su respectivo establecimiento o cadena, y se les informa que serán publicados para el conocimiento de la población. Este paso se realiza únicamente cuando existe una publicación consolidada que se dará a conocer a la ciudadanía.



DEFENSORÍA  
DEL CONSUMIDOR

13. Se elaboran los insumos técnicos derivados del sondeo que se requieran institucionalmente, tales como: informe de resultados comparativos, presentaciones, bases sistematizadas, entre otros.
14. Se revisan los insumos técnicos y se procede a la elaboración de publicaciones, infografías, videos y otros materiales multimedia.
15. Se publican los materiales comunicacionales con el resultado del sondeo, para el conocimiento de la ciudadanía.

Atentamente.



Licda. Diana Carolina Castro.

**Jefa de la Unidad de Análisis de Consumo y Mercados.**