



Política Nacional de Protección al Consumidor

2010 • 2020



Política Nacional de Protección al Consumidor

2010 • 2020

Índice

Política Nacional de Protección al Consumidor

Presentación	5
Agradecimientos	9
I. Objetivo	11
II. Antecedentes	11
III. Contexto	13
IV. Principios	17
V. Ejes estratégicos y lineamientos	19
Eje 1: Protección de la Salud y de la Seguridad en el consumo de bienes y servicios	20
Eje 2: Protección de los intereses económicos de las y los consumidores, incluyendo medidas que les permitan obtener compensación	21
Eje 3: Difusión y acceso a información, que tome en cuenta las necesidades de los distintos grupos y sectores y promuevan el consumo sostenible de bienes y servicios	23
Eje 4: Promoción de la educación formal e informal de las y los consumidores en materia de consumo sostenible, así como la capacitación a las y los proveedores en el cumplimiento de la normativa relacionada con la protección al consumidor	24
Eje 5: Fomento de la participación organizada de las y los consumidores en la defensa de sus intereses	25
Eje 6: Promoción de la adopción de patrones de consumo sostenibles desde las perspectivas ambiental, económica y social	26
VI. Sistema Nacional de Protección al Consumidor	28
Constitución del Sistema	28
Órganos de funcionamiento del Sistema	29
Coordinación del Sistema	30
Actividades del Sistema	31

Plan de implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor

I. Introducción	35
II. Plan de Implementación por Ejes Estratégicos	36
SIGLAS	57

Presentación

Uno de los lineamientos prioritarios del Plan Quinquenal de Desarrollo (2010-2014) del Gobierno del Presidente Mauricio Funes se refiere a que deben construirse políticas públicas que sean de Estado y en cuyo proceso de formulación se promueva la participación amplia de los distintos actores de la sociedad. Esto es, además, una muestra del estilo que el mandatario está imprimiendo a su Gobierno y, sin duda, de su compromiso por conducir al país hacia una nueva y mejor etapa de su historia.

Para cumplir con ese compromiso, el Presidente Funes, el pasado 15 de marzo, encargó la formulación de la Política Nacional de Protección al Consumidor, con las siguientes palabras “...le he pedido a la Defensoría del Consumidor que elabore la política definitiva en este tema para contar con una política nacional, una política que vaya más allá del término de un Gobierno, una política de Estado; por supuesto en consulta con los sectores privados, con los sectores empresariales y con las organizaciones de la sociedad civil que defienden los intereses de los consumidores”^[1].

Con base en tales instrucciones presidenciales, la Defensoría del Consumidor coordinó en los últimos meses el proceso de elaboración de la nueva Política Nacional de Protección al Consumidor que se proyecta de 2010 a 2020 y cuyo objetivo es definir sus áreas estratégicas de intervención y las medidas necesarias para mejorar el bienestar de las y los consumidores de El Salvador, protegiendo sus derechos e intereses a través del efectivo funcionamiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Con ese objetivo, en el proceso de construcción de la Política, esencialmente participativo, se realizaron entrevistas a organizaciones sociales -entre estas, asociaciones de consumidores-, a dirigentes del sector empresarial privado, a representantes de universidades, a académicos y profesionales con trayectoria en la materia, a funcionarios del Gobierno, etc. Además, de forma complementaria, hubo talleres de consulta con empresarios, dirigentes de asociaciones de consumidores, asociaciones de personas con discapacidad, centros de investigación, organizaciones sociales y funcionarios de cada una de las instituciones que conforman el Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Finalmente, en este proceso también debe destacarse el rol asumido, en su carácter de órgano de consulta, por el Consejo Consultivo de la Defensoría del Consumidor, en el cual están representados los intereses de los empresarios, la

[1] Discurso del Presidente Mauricio Funes, el 15 de marzo de 2010, en el marco de la conmemoración del Día Nacional y Mundial de los derechos del consumidor.

academia, las asociaciones de consumidoras y consumidores y las instituciones del Estado, y constituye un espacio muy valioso en el que, desde la diversidad, es posible el consenso para construir ideas y propuestas que persigan un único objetivo: la defensa de los derechos e intereses de las y los consumidores.

Para que esta Política Nacional pueda cumplir su objetivo básico, en su formulación ha sido indispensable considerar las necesidades, las reivindicaciones y los nuevos retos que enfrentan las y los consumidores salvadoreños. Esto, a su vez, demanda un papel más activo del Estado, que garantice el correcto funcionamiento del mercado y que, en definitiva, permita adecuar nuestro modelo económico a las exigencias previstas en la Constitución salvadoreña, donde el interés público prevalece frente a los intereses particulares.

Asimismo, la Política toma como referente las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, donde se proponen una serie de medidas que se adecuan a la realidad salvadoreña y que, por lo tanto, deben asumirse.

Debe destacarse que esta Política Nacional asume como principios rectores el de justicia, equidad, protección universal, corresponsabilidad, sostenibilidad y eficacia, los cuales han de inspirar todas las actuaciones necesarias para la consecución de sus fines. Pero además se adopta, como un elemento transversal, el decidido interés por eliminar todo tipo de discriminación tanto en las relaciones de consumo como en las actuaciones de las instituciones del Estado, y para ello se adoptan las medidas que permitan atender las circunstancias especiales en la que se encuentran determinados colectivos de consumidoras y consumidores en razón de su nivel de ingreso, educación, sexo, lugar de residencia, discapacidad, etc.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la Política descansa en seis ejes estratégicos a través de los cuales se pretende mejorar la protección de las y los consumidores salvadoreños.

En ese sentido, constituye una prioridad la protección de las y los consumidores frente a los riesgos que puedan afectar a su salud, a su seguridad, así como a sus legítimos intereses económicos. Esto se concreta en un proceso de reforzamiento paulatino de la normativa, así como en una efectiva protección jurídica, administrativa y judicial, de las y los consumidores, especialmente cuando se encuentran en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión. Además se propone como pieza clave reforzar la vigilancia del mercado, para lo cual el fortalecimiento institucional y su actuación coordinada son determinantes.

Por otra parte, una novedad en esta Política Nacional es la atención especial que se le presta al consumo sostenible, para lo cual se plantean importantes desafíos, por ejemplo, en la educación y en la promoción de unos patrones de producción y de consumo que resulten compatibles con la protección del medio ambiente y con la sostenibilidad de recursos esenciales como el agua.

En el centro de las grandes apuestas de la Política se encuentran también un conjunto de medidas con la cuales se innova en el ámbito de la educación para el consumo, así como para mejorar la información que se pone a disposición de las y los consumidores y que resulta indispensable para tener consumidores responsables y capaces de exigir el cumplimiento de sus derechos.

Por último, como una manifestación clara de la importancia que para este Gobierno tiene la participación de la sociedad civil en las políticas públicas, se promueve el fomento y fortalecimiento de las asociaciones de consumidoras y consumidores.

Existe la convicción de que esta Política Nacional integra las mejores ideas que se generaron en este especial momento que vive el país. Sin embargo, este documento será flexible y podrá ser enriquecido a partir de nuevos elementos sustantivos que se generen en el entorno social, económico y político.

Con la elaboración e implementación de la Política, el Gobierno del Presidente Mauricio Funes da un nuevo paso en la ejecución del Plan Quinquenal de Desarrollo, que dentro de sus objetivos generales plantea la protección de los derechos ciudadanos, destacando la defensa del poder adquisitivo de la población, elemento transversal en los ejes y lineamientos contenidos en esta política nacional.

Para asegurar la inmediata ejecución de esta Política Nacional y contribuir en la actuación efectiva de la institucionalidad del Estado y en la generación de impactos positivos en la situación de las y los consumidores, forma parte de este documento el Plan de Implementación para el período 2010-2014.

Cabe señalar que este proceso deja otro invaluable legado: el fortalecimiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, mecanismo de cooperación y coordinación estratégica entre el conjunto de instituciones del Estado que, entre los asuntos de su competencia, les corresponde velar por los derechos de las y los consumidores.

La presentación pública de este documento expresa que se ha cumplido en forma satisfactoria con la primera parte del compromiso. A partir de hoy inicia lo más difícil, que es su adecuada implementación, la cual arranca con buenos pronósticos, sobre todo si se considera el decidido respaldo que ha dado el Presidente Funes al fortalecimiento de la protección al consumidor en nuestro querido El Salvador.

Agradecimientos

Agradecemos a todas las personas,
organizaciones sociales,
gremios empresariales,
instituciones del Estado,
institutos políticos,
centros de investigación
y universidades,
que han aportado
su visión y opiniones
en las distintas etapas
del proceso de formulación
de la Política Nacional
de Protección al Consumidor.

I. Objetivo

Mejorar el bienestar de las y los consumidores de El Salvador, protegiendo sus derechos e intereses, a través del efectivo funcionamiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

II. Antecedentes

La protección de las y los consumidores como Política de Estado se fundamenta en el artículo 101, inciso segundo, de la Constitución salvadoreña, que establece que con la finalidad de promover el desarrollo económico y social, entre otras medidas de política, el Estado “defenderá el interés de los consumidores”.

Atendiendo ese precepto constitucional, hace 18 años se aprobó la primera legislación especializada en la protección del consumidor, hito que fue posible gracias a los compromisos derivados de los Acuerdos de Paz en El Salvador, suscritos por el Gobierno de El Salvador y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional. Esta norma legal fue reformada en 1996 y luego, en 2005, se promulgó la actual Ley de Protección al Consumidor.

Durante años, la protección al consumidor avanzó sin contar con una política nacional específica; fue hasta en 2007, cuando la Defensoría del Consumidor formuló y lanzó públicamente la primera Política Nacional de Protección al Consumidor.

Aun cuando este documento merece ser reconocido como el primer esfuerzo serio realizado para orientar el desarrollo de la protección al consumidor en el país, también hay que señalar que estuvo muy influenciado por el contexto dominante del modelo económico y social que se implementaba en ese momento en el país. De hecho, en las últimas décadas el pensamiento económico gobernante veía con recelo la protección al consumidor.

Probablemente esa posición condujo a que el referido documento de la Política reiterara una y otra vez el planteamiento en favor del funcionamiento óptimo y la legitimación del mercado, concediendo mayor predominio de la perspectiva económica en el derecho del consumo, y por ende, distanciándose de los principios de justicia social que deben distinguir al Orden Económico, de acuerdo a lo previsto en nuestra Constitución.

Al respecto, el Plan Quinquenal de Desarrollo del Gobierno del Presidente Funes ha expresado de manera clara que *“...la crisis económica internacional ha puesto en evidencia la inviabilidad del actual modelo económico y social que basa su competitividad en la existencia de salarios bajos, en las inequidades de género y en la ventaja temporal que supone el acceso a prebendas otorgadas por el Estado. Este modelo se caracteriza además por su incapacidad de generar crecimiento elevado y sostenido y de distribuir equitativamente sus frutos”*[2].

Así entonces, si la propia Constitución establece que la defensa del interés de los consumidores es una forma en que el Estado promueve el desarrollo económico y social, la Política Nacional de Protección al Consumidor no debe limitarse a la legitimación del mercado, sino que debe ir más allá; y en sintonía con la Constitución, debe ser un instrumento útil para promover el desarrollo económico y social, es decir, debe apostar a una mejora en el bienestar de la población salvadoreña, en su dimensión de consumidoras y consumidores.

Pero esta Política Nacional no se enfoca en las y los consumidores solo como compradores, sino que va a relevar y promover la condición de consumidores/ciudadanos; es decir, personas que tienen derechos en el ámbito del consumo, y que también tienen deberes. Por esta razón, cuando el Presidente Funes dio instrucciones para la formulación de la nueva política nacional, él mismo se encargó de perfilarla estratégicamente al expresar: *“...esta política debe basarse en principios básicos tales como la prevención de abusos al consumidor, su protección efectiva, la promoción de sus derechos, el fomento a la participación ciudadana...”*[3]

Siguiendo esa clara instrucción, se desarrolló un amplio proceso de consulta con distintos sectores de la vida nacional que, entre otros aportes, respaldaron que la nueva política nacional tomara como base a las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Como consecuencia de ello, la Política Nacional ha sido estructurada con un enfoque de derechos, que incluye la protección de la salud y de la seguridad; la protección de los intereses económicos de las y los consumidores, incluyendo medidas que les permitan obtener compensación; la difusión y acceso a la información; la promoción de la educación formal e informal sobre esta materia; el fomento de la participación organizada de las y los consumidores y la promoción de patrones de consumo sostenible.

[2] Plan Quinquenal de Desarrollo, 2010-2014, Gobierno de El Salvador, página 19.

[3] Discurso del Presidente Mauricio Funes, el 15 de marzo de 2010, en el Día Nacional y Mundial de los derechos del consumidor.

En nuestro país, en nombre del mercado se han cometido una serie de abusos e injusticias en contra de las y los consumidores; sus derechos fueron ignorados durante años y en ocasiones con la complicidad de algunas instituciones estatales. Pero también debe reconocerse que, a pesar de las dificultades, la protección al consumidor ha ido ganando una orientación positiva en El Salvador. La mejoría en el marco legal e institucional, la adopción de prácticas más respetuosas por parte de algunas empresas y el creciente interés ciudadano en conocer y ejercer derechos, son algunas señales del relativo avance logrado hasta el momento.

Al respecto, el Presidente Funes ha expresado: *“Reinventar nuestro país no significa abandonar lo que tiene de bueno y de eterno. Significa mejorar lo que está bien y hacer lo que nunca fue hecho...”*^[4]

Así entonces, con esta Política Nacional, si bien se busca que el mercado funcione bien, también tiene como propósito la protección de los derechos básicos de las y los consumidores, así como el fortalecimiento de la institucionalidad del Estado vinculada a los mismos, en el marco de la profundización del régimen democrático y la construcción de un modelo de desarrollo socio económico productivo, eficiente, incluyente y sostenible.

III. Contexto

Tal como ha sido expuesto, la protección de las y los consumidores encuentra su fundamento en el art. 101 de la Constitución; ésta privilegiada previsión constitucional, supone el principio “pro consumidores” en el ordenamiento jurídico salvadoreño, cuya tutela debe corresponder a todos los poderes del Estado. Al órgano legislativo, aprobando la legislación secundaria necesaria para garantizar el respeto de los derechos de las y los consumidores, en aquellos ámbitos en dónde la legislación vigente no sea suficiente. Al órgano judicial, interpretando adecuadamente la normativa y velando por el interés público y general, que es donde reside el derecho a la protección en materia de consumo. Finalmente, al órgano ejecutivo, adoptando todas las políticas públicas necesarias para la efectiva protección de las y los consumidores.

[4] Discurso de toma de posesión como Presidente de la República, 1 de junio de 2009.

En virtud de ese mandato constitucional, en el año 2005 vio luz la actual Ley de Protección al Consumidor, que constituye un avance importante en la defensa de los derechos de las y los consumidores. Por un lado, porque crea la institucionalidad necesaria que haga realidad la protección efectiva de las y los consumidores. Por otro lado, porque también reconoce derechos básicos de las y los consumidores salvadoreños, dentro de los que destacan los siguientes:

- a) El derecho a la salud y a la seguridad en los bienes y servicios que adquiere.
- b) El derecho a la información y educación en materia de consumo.
- c) El derecho a la libertad de elección.
- d) El derecho a recibir compensación por las afectaciones que le produzca la adquisición de un bien o un servicio.
- e) El derecho a asociarse para la defensa de sus derechos.

Estos ámbitos de protección de las y los consumidores previstos en la ley están relacionados, además, con la propuesta contenida en las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, que establece como principio general que *“Corresponde a los gobiernos formular o mantener una política enérgica de protección del consumidor... Al hacerlo, cada gobierno debe establecer sus propias prioridades... según las circunstancias económicas, sociales y ecológicas del país, y las necesidades de su población...”*^[5].

Así mismo, estas Directrices indican que *“Debe prestarse especial atención a la necesidad de garantizar que las medidas de protección del consumidor se apliquen en beneficio de todos los sectores de la población, y en particular de la población rural y los pobres”*^[6].

Una forma de analizar en El Salvador a todos los sectores de la población puede ser a través del estudio de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos, elaborada por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC); en la última encuesta, aplicada en 2006, al revisar el gasto de las familias, se observa que los hogares ubicados en el quinto quintil (mayor ingreso), en promedio, gastan 1,214.06 dólares por mes, cifra muy superior a los 217.67 dólares por mes que en promedio gastan los hogares ubicados en el primer quintil (menor ingreso); esto significa que los hogares del quinto quintil gastan 5.6 veces más que los hogares ubicados en el primer quintil.

[5] Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor; Naciones Unidas, 1999.

[6] *Ibidem*.

El Salvador: Gasto promedio mensual por hogar en US\$, según Quintil

RUBRO DE GASTO	I Quintil	II Quintil	III Quintil	IV Quintil	V Quintil
1 Alimentos y bebidas no alcohólicas	\$ 65.44	\$ 96.81	\$ 116.83	\$ 143.14	\$ 192.04
2 Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	\$ 1.00	\$ 1.04	\$ 1.69	\$ 1.98	\$ 4.69
3 Prendas de vestir y calzado	\$ 8.43	\$ 15.12	\$ 20.13	\$ 30.52	\$ 59.05
4 Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros	\$ 67.18	\$ 83.17	\$ 107.37	\$ 123.78	\$ 246.02
5 Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	\$ 15.05	\$ 23.25	\$ 29.61	\$ 40.39	\$ 75.53
6 Salud	\$ 7.94	\$ 16.38	\$ 20.25	\$ 25.56	\$ 55.96
7 Transporte	\$ 10.96	\$ 23.86	\$ 31.91	\$ 70.04	\$ 178.84
8 Comunicaciones	\$ 3.96	\$ 8.44	\$ 12.91	\$ 25.99	\$ 52.60
9 Recreación y cultura	\$ 12.34	\$ 19.81	\$ 25.48	\$ 36.67	\$ 76.13
10 Educación	\$ 1.28	\$ 3.29	\$ 7.50	\$ 14.97	\$ 53.91
11 Restaurantes y hoteles	\$ 10.01	\$ 18.68	\$ 27.51	\$ 47.08	\$ 83.15
12 Bienes y servicios diversos	\$ 14.09	\$ 24.18	\$ 34.69	\$ 67.78	\$ 136.13
TOTAL	\$ 217.68	\$ 334.03	\$ 435.88	\$ 627.90	\$ 1,214.05

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en El Salvador (2006), Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

Lo anterior refleja el problema de la injusta distribución del ingreso, que, a su vez, genera bajos niveles de consumo, particularmente en el primer quintil; por ello, es fundamental que las políticas públicas en este ámbito consideren la protección de los intereses económicos de las y los consumidores y de esta forma disminuir su vulnerabilidad a ser sujetos de prácticas empresariales abusivas que les implique erogaciones injustificadas o cobros indebidos.

Al analizar la estructura del gasto de los hogares salvadoreños que se destina a la satisfacción de necesidades básicas, como la alimentación, vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles, para el primer quintil (menores ingresos), el gasto en dichas categorías representa cerca del 61% de su gasto total, mientras que para el quinto quintil (mayores ingresos), dicho porcentaje es de 36.1%.

Por otra parte, es interesante observar que en el primer quintil, lo destinado a servicios fundamentales como la salud y la educación representa sólo un 4.2% del gasto total, cifra menor al 4.6% que estos hogares dedican a comidas fuera del hogar (restaurantes y hoteles), como se ve en el siguiente cuadro:

El Salvador: Estructura del gasto promedio mensual según Quintil

RUBRO	Total	I Quintil	II Quintil	III Quintil	IV Quintil	V Quintil
1 Alimentos y bebidas no alcohólicas	21.7%	30.06%	28.98%	26.80%	22.80%	15.82%
2 Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	0.4%	0.46%	0.31%	0.39%	0.32%	0.39%
3 Prendas de vestir y calzado	4.7%	3.87%	4.53%	4.62%	4.87%	4.87%
4 Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	22.2%	30.86%	24.90%	24.63%	19.71%	20.26%
5 Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	6.5%	6.91%	6.96%	6.79%	6.43%	6.22%
6 Salud	4.5%	3.65%	4.90%	4.65%	4.07%	4.61%
7 Transporte	11.2%	5.04%	7.14%	7.32%	11.15%	14.73%
8 Comunicaciones	3.7%	1.82%	2.53%	2.96%	4.14%	4.33%
9 Recreación y cultura	6.0%	5.67%	5.93%	5.85%	5.84%	6.27%
10 Educación	2.9%	0.59%	0.99%	1.72%	2.38%	4.44%
11 Restaurantes y hoteles	6.6%	4.60%	5.59%	6.31%	7.50%	6.85%
12 Bienes y servicios diversos	9.6%	6.47%	7.24%	7.96%	10.79%	11.21%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en El Salvador (2006), Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

Lo anterior pone de manifiesto la importancia de que la Política Nacional promueva una mejor cobertura, calidad y calidez de los servicios públicos; pero también reafirma la importancia de impulsar el consumo responsable y sostenible entre la población consumidora.

Finalmente, debe tenerse en cuenta que una política de protección a la población consumidora no puede, por sí misma, resolver la multiplicidad de problemas asociados al consumo que las familias salvadoreñas enfrentan a diario. Por ello, esta Política debe ser vista en forma complementaria al Sistema de Protección Social Universal y las políticas sociales estratégicas de Salud, Educación, Vivienda y Asistencia Social. Es complementaria también con la Política Ambiental y de Reducción de Riesgos, la Política Nacional de Energía, la Política Agropecuaria, y con la apuesta por un Sistema Financiero de Fomento para el Desarrollo, entre otras articulaciones del conjunto de políticas contenidas en el Plan Quinquenal.

IV. Principios

Justicia

La Política de protección de las y los consumidores busca que las relaciones entre personas y proveedores conlleven una justicia plena para todas y todos; entendida ésta como la concreción de los preceptos de trato correcto y reciprocidad. Los intercambios justos entre consumidores y proveedores contribuyen a que toda la sociedad se organice sobre bases de justicia, razón por la cual el consumo no es un asunto exclusivamente económico ni monetario.

Equidad

Como no todas las personas consumidoras participan en el mercado bajo las mismas condiciones, una Política de protección a las y los consumidores tiene que tomar en cuenta las necesidades de las personas con discapacidad y de las que tienen más bajo nivel de ingreso y de consumo. Así mismo, esta Política Nacional incorpora la equidad de género como principio transversal que da contenido a los lineamientos y acciones previstas. Por otra parte, si bien las leyes y normas en materia de consumo se han redactado con miras a favorecer a las y los consumidores, las y los proveedores de bienes y servicios deben saber que también gozan de protección ante las denuncias sin fundamento y que tienen el derecho a que se les oiga.

Transparencia

La Política Nacional debe promover la mayor claridad y amplitud en la información sobre las características y el precio del bien o servicio que se ofrece en el mercado. Para la o el consumidor, el precio debe ser cierto y presentarse de forma visible, así como las condiciones, garantías y formas de pago bajo las cuales se ofrece el bien o servicio. Para la o el proveedor, la publicidad mediante la cual anuncia sus bienes o servicios, debe remitirse a las características reales de los mismos; a la larga, una publicidad engañosa creará rechazo hacia determinados bienes o servicios cuando se lleguen a conocer y denunciar sus deficiencias.

Protección universal

La protección en materia de consumo debe garantizarse para todas y todos los consumidores sin ninguna discriminación; esta protección incluye a todos los servicios que prestan las instituciones del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Corresponsabilidad

La protección y respeto de los derechos de las y los consumidores no se logra únicamente con la actuación del Estado, sino que además hace falta una participación activa tanto de las y los consumidores, que deben mantener una actitud responsable frente al consumo y al ejercicio de sus derechos y al cumplimiento de sus deberes, como de las y los proveedores, en quienes hay que fomentar la adopción de prácticas empresariales que favorezcan unas relaciones de consumo más equilibradas, justas y respetuosas en el mercado.

Sostenibilidad

Este principio tiene una doble connotación; por una parte se refiere a que la Política Nacional debe contribuir al uso y consumo de bienes y servicios que respondan a necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, y que al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones contaminantes, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones. Por otra parte, se refiere a que la Política logre activar intrínsecamente mecanismos que le permitan mantenerse y desarrollarse en el tiempo, siendo fundamental para ello, el funcionamiento efectivo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Eficacia

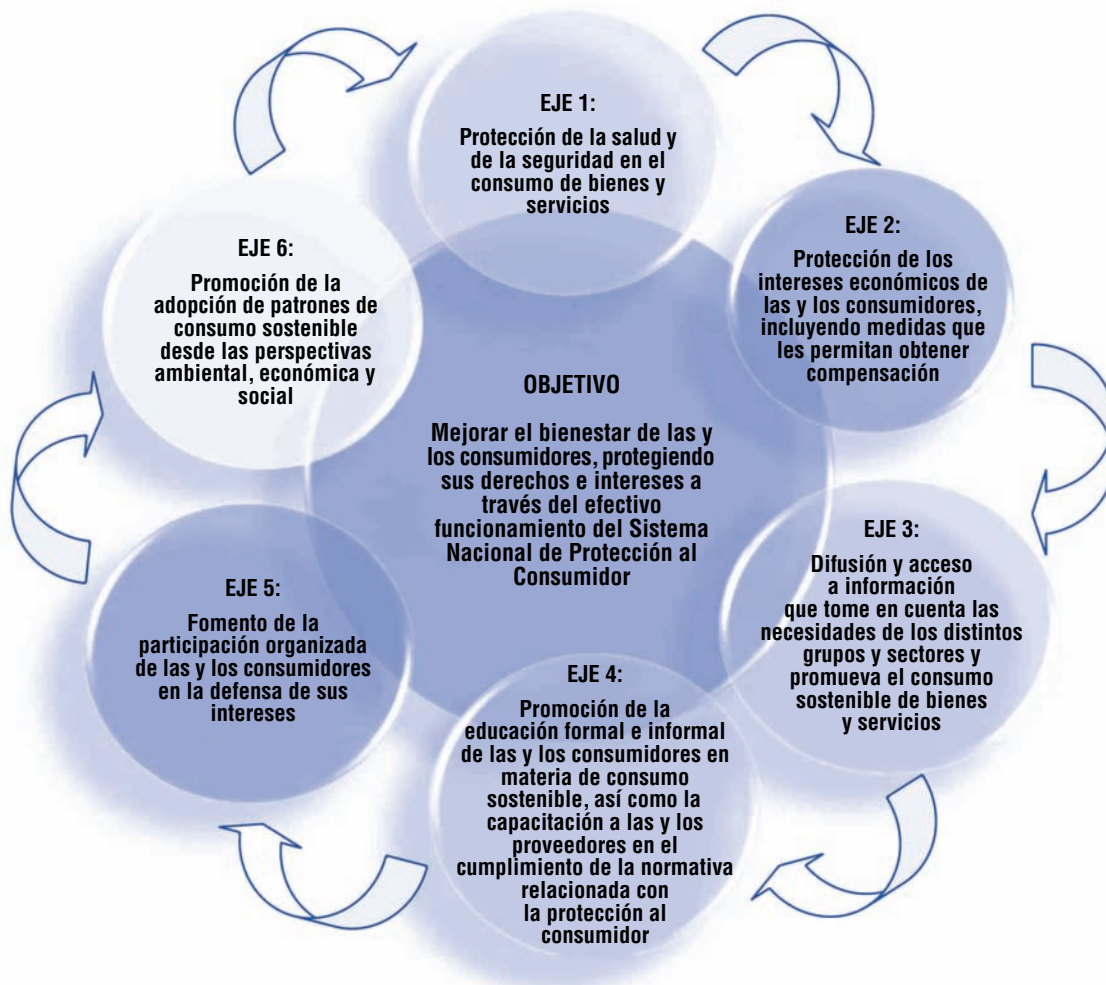
Con los recursos disponibles, que siempre serán limitados, la Política debe alcanzar el máximo de los objetivos propuestos, para lo cual será necesario el compromiso, iniciativa, cooperación y actuación coordinada entre todos los actores que intervienen en la ejecución de esta Política Nacional.

V. Ejes Estratégicos y lineamientos

La Política Nacional de Protección al Consumidor está compuesta por seis ejes estratégicos, que son sus pilares fundamentales. Estos ejes han sido definidos teniendo en cuenta, por una parte, las necesidades de las y los consumidores salvadoreños y, por otra parte, las Directrices de Naciones Unidas para la protección del consumidor.

Los ejes estratégicos descansan y a su vez se desarrollan a través del conjunto de veinticinco lineamientos, los que articulados en forma sistémica proyectan los objetivos que se pretenden alcanzar con esta política nacional.

Objetivo y Ejes Estratégicos



Eje 1: Protección de la salud y de la seguridad en el consumo de bienes y servicios

La máxima norma de la legislación salvadoreña establece que el origen y el fin de las políticas y actuaciones de las instituciones públicas es la persona humana y que es obligación del Estado garantizar, entre otros, el derecho a la salud y seguridad de la población salvadoreña.

Por su parte, la Ley de Protección al Consumidor en su artículo 4, reconoce como uno de los derechos fundamentales de las y los consumidores el “ser protegido contra los riesgos de recibir productos o servicios que en condiciones normales o previsibles de utilización, pongan en peligro su vida, salud o integridad”.

En línea con lo anterior es imprescindible, al formular una Política Nacional de Protección al Consumidor, incorporar como uno de sus ejes estratégicos la protección de la salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios, especialmente en los sectores de alimentos, medicamentos y agua potable.

La consecución del presente eje requiere, en primer lugar, el desarrollo y fortalecimiento de normativas técnicas obligatorias y voluntarias, que definan parámetros claros y objetivos sobre las condiciones de fabricación, composición y comercialización de los bienes y servicios que se ofrecen a las y los consumidores. En segundo lugar, también exige fortalecer la institucionalidad que asegure el cumplimiento de dichos marcos normativos y para que actúe eficaz y oportunamente ante la identificación de posibles riesgos derivados del consumo o uso de bienes o servicios.

Finalmente, es importante destacar que garantizar la salud y la seguridad de las y los consumidores va más allá de lo establecido en los marcos normativos obligatorios y de las actuaciones que el Estado pueda desarrollar desde sus instituciones regulatorias. Hace falta, además, el compromiso de los proveedores y prestadores de servicios, públicos y privados, con la calidad y seguridad de los productos que ofrecen a las y los consumidores.

LINEAMIENTOS

1. Promover la formulación y actualización de las normas técnicas obligatorias y de la legislación secundaria tendente a garantizar la seguridad y la calidad.
2. Vigilar de forma coordinada entre las instituciones del SNPC el cumplimiento de normas técnicas obligatorias, especialmente las relacionadas con la calidad, la inocuidad y el etiquetado.

3. Implementar un sistema de alerta sobre bienes y servicios que impliquen un riesgo para la salud y la seguridad de las y los consumidores.
4. Fomentar la adopción y el cumplimiento tanto de códigos de buenas prácticas, en el ámbito empresarial, como de cartas de derecho de las y los usuarios en el caso de los servicios públicos prestados por entidades del Estado.

Eje 2: Protección de los intereses económicos de las y los consumidores, incluyendo medidas que les permitan obtener compensación

La adquisición de bienes y servicios por parte de las y los consumidores normalmente requiere que éstos tengan que desembolsar cantidades de dinero en el momento de la compra u obtener un financiamiento que les permita realizar pagos en cuotas. A su vez, las y los consumidores esperan adquirir bienes de calidad y que, en caso de desperfectos, los proveedores cumplan con medidas que aseguren el funcionamiento de los mismos.

Esta actividad de consumo requiere de la vigilancia del Estado para garantizar a las y los consumidores que los bienes y servicios adquiridos son los ofrecidos; que los documentos contractuales no contengan cláusulas abusivas; que los términos de las garantías estén acorde a lo indicado por la ley; que el precio pagado es el que informó el proveedor; que los intereses cobrados en casos de financiación para la adquisición de bienes sean calculados de acuerdo con lo establecido por la ley; y que además, el proveedor cumpla voluntariamente o forzosamente con sus obligaciones en caso de desperfectos de los bienes, incluida la compensación económica.

Para facilitar esa función estatal, la Ley de Protección al Consumidor creó un Capítulo específico que establece reglas de protección de los intereses económicos de las y los consumidores, el cual es complementado por otras disposiciones de la ley referidas a normas sobre el contenido y cumplimiento de las garantías de los bienes y facultó a la Defensoría del Consumidor para poder representar judicial o administrativamente a las y los consumidores para hacer valer sus derechos.

La vigilancia del Estado se justifica porque muchas de las actividades de consumo son de difícil comprensión por parte de las y los consumidores, sobre todo aquellas que implican financiamiento o cierto grado de complejidad, debiendo el Estado

garantizar que el actuar de los proveedores sea conforme con las disposiciones legales aplicables y en caso de que estos no las cumplan, imponer las sanciones correspondientes y hacer valer el derecho de las y los consumidores a ser compensados.

Por otro lado, el derecho a la compensación por los daños y perjuicios causados por la adquisición de un bien o servicio sólo tiene sentido en la medida en que existan los mecanismos efectivos, tanto en la vía administrativa como en la judicial, para hacerlo valer en caso de reclamación. A ese objetivo también ha de contribuir la correcta atención que presten los proveedores a los reclamos de las y los consumidores.

Este rol de vigilancia del Estado tiene mayor importancia cuando se dan situaciones de escasez o de emergencia nacional, en las cuales las instituciones públicas deben aunar esfuerzos en procurar que la población tenga acceso a aquellos bienes y servicios de carácter esencial.

LINEAMIENTOS

1. Procurar la compensación efectiva mediante procedimientos administrativos y judiciales rápidos, justos y poco costosos.
2. Alentar las buenas prácticas en empresas para la atención de los intereses económicos de las y los consumidores.
3. Promover el otorgamiento y cumplimiento de garantías de uso o funcionamiento de bienes y servicios ofrecidos.
4. Promover mayor competencia y transparencia para garantizar el derecho de las y los consumidores a elegir productos y servicios dentro de una mayor oferta, mejor calidad y a precios más bajos.
5. Controlar las cláusulas y prácticas empresariales abusivas que perjudiquen los intereses económicos de las y los consumidores.
6. Promover el fortalecimiento normativo tendente a proteger el interés económico de las y los consumidores.
7. Adoptar las medidas para asegurar a las y los consumidores el acceso a los bienes y servicios esenciales en situaciones de escasez o emergencia nacional.

Eje 3: Difusión y acceso a información, que tome en cuenta las necesidades de los distintos grupos y sectores y promueva el consumo sostenible de bienes y servicios

Uno de los derechos básicos de las y los consumidores es el derecho a la información clara, oportuna y veraz sobre los bienes y servicios. La obligación de información encuentra su fundamento en una asimetría de conocimientos entre proveedores y consumidores. Por ello, la información es un importante instrumento con el que cuentan las y los consumidores para hacer frente a las técnicas agresivas que pudieran ser utilizadas por el mercado.

En virtud de este derecho se deriva, por un lado, una obligación de los poderes públicos para promover esa información y, por el otro, la obligación de los actores económicos de ofrecer correcta información sobre sus productos y servicios. Las entidades públicas también promoverán que las asociaciones de consumidores contribuyan activamente en la tarea de proporcionar información útil para las y los consumidores.

Por ello es necesario que en la política pública de protección al consumidor se promueva la producción y divulgación de información relevante que ayude a las y los consumidores a tomar decisiones responsables, que proteja su salud y economía y que mejore la competencia en el mercado.

Para cumplir con el anterior cometido, la información que se proporcione sobre bienes y servicios deberá ser susceptible de análisis comparativos, estar exenta de todo tipo de discriminación y deberá fomentar el consumo responsable y ahorro de las y los consumidores.

LINEAMIENTOS

1. Fomentar que se ofrezca a las y los consumidores información adecuada que les permita tomar decisiones responsables en la adquisición de bienes y servicios.
2. Facilitar a las y los consumidores información sobre los procedimientos para la solución de controversias y para la obtención de compensaciones.
3. Fomentar la formulación de la normativa necesaria que garantice que las y los consumidores cuenten con información completa, sencilla y veraz.

4. Promover que la información que se ponga a disposición de las y los consumidores no sea discriminatoria y que tome en cuenta las necesidades específicas de las y los consumidores en función del nivel educativo, zona de residencia, etnia, sexo, edad, discapacidad, etc.

Eje 4: Promoción de la educación formal e informal de las y los consumidores en materia de consumo sostenible, así como la capacitación a las y los proveedores en el cumplimiento de la normativa relacionada con la protección al consumidor

Las necesidades humanas pueden ser creadas artificialmente, sobre todo si se produce más de lo necesario y se desea dar salida a estos excedentes productivos.

El consumismo tiene su origen en la adquisición de más productos de los que se necesitan, bien por ostentación, bien por presión social, bien porque las estrategias y los recursos publicitarios incitan y crean nuevas necesidades con fórmulas como «compra ahora y paga después», que han provocado que muchas personas hayan llegado a límites de casi hipotecar sus vidas y truncar posibilidades de desarrollo personal y familiar.

Hoy en día los jóvenes constituyen un grupo importante dentro de las sociedades de consumo y los hábitos que desarrollen ahora jugarán un papel decisivo en los futuros patrones de consumo. Sus decisiones como consumidoras y consumidores ejercen una influencia creciente en los mercados y estilos de vida. Por lo tanto, los jóvenes merecen especial atención en los esfuerzos por cambiar nuestros patrones de consumo, por otros más a tono con el desarrollo sostenible.

Esto nos llama a adoptar una actitud crítica ante el consumo, para sustituir el consumismo desenfrenado, por actitudes consumeristas -caracterizadas por planteamientos críticos y patrones racionales de consumo- y de consumo sostenible.

Lo anterior requiere dar a conocer los derechos de las y los consumidores a partir de los programas de estudio escolar, porque difícilmente se pueden defender los derechos si estos no se conocen. Por eso, las instituciones del Estado tienen la

obligación de dar a conocer las leyes, y los proveedores, sean estos de naturaleza pública o privada, la de crear mecanismos que fomenten el cumplimiento de sus obligaciones de una forma ética y responsable.

Para la concreción de este eje, se debe fortalecer la educación para el consumo sostenible en los programas de educación formal del sistema educativo nacional, incluyendo la educación de adultos y la universitaria; también, promover que los proveedores emprendan programas de educación e información para las y los consumidores sobre la utilización de productos que sean menos nocivos para el medio ambiente. Asimismo, es importante diseñar y promover programas de educación para el consumo sostenible a través de los medios de comunicación masiva y alternativa; e implementar programas de capacitación y certificación a proveedores y proveedoras para el cumplimiento de la normativa de protección a las y los consumidores.

LINEAMIENTOS

1. Promover en el sistema educativo nacional la educación para el consumo sostenible dentro de los programas de educación básica, media, superior y de adultos.
2. Promover que las empresas desarrollen programas de educación e información para las y los consumidores o participen en ellos.
3. Diseñar y promover programas de educación para el consumo sostenible a través de los medios de comunicación.
4. Ofrecer capacitación y reconocimiento a las y los proveedores interesados en mejorar su formación en el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las y los consumidores.

Eje 5: Fomento de la participación organizada de las y los consumidores en la defensa de sus intereses

La organización ciudadana es la vía natural de vertebración de la sociedad civil. En cualquiera de sus formas, las organizaciones de ciudadanos son el vehículo mediante el cual las personas se organizan para realizar actividades comunes, y debe convertirse además en la manera de alcanzar el progreso y el avance de las sociedades.

En una sociedad donde el consumo ha pasado a convertirse en uno de los elementos básicos de la actividad económico y social, la presencia de organizaciones capaces de afrontar la defensa de los intereses de las y los consumidores se hace indispensable, en tanto que pueden facilitar el equilibrio entre los intereses del mercado y de las y los consumidores, muchas veces contrapuestos.

Por ello, es muy importante para nuestra sociedad el promover, potenciar y fortalecer el tejido organizativo en materia de consumo. Con este objetivo, se instala dentro de la PNPC un eje esencial a través del cual se pretende establecer una relación franca y de mutua colaboración entre las instituciones del Estado y las organizaciones sociales; contribuir a generar más recursos para las asociaciones; y compartir conocimientos para mejorar la calidad de las actividades. A todo ello debe sumarse el interés por que las organizaciones sociales cuenten con espacios reales de participación en la construcción de las políticas públicas en materia de consumo y en todos aquellos ámbitos en los que se tomen decisiones que afecten directa o indirectamente a las y los consumidores.

LINEAMIENTOS

1. Promover y apoyar el trabajo de las asociaciones de las y los consumidores.
2. Fomentar la participación de las asociaciones de consumidores y consumidoras en la creación o gestión de políticas en materia de consumo.

Eje 6: Promoción de la adopción de patrones de consumo sostenible desde las perspectivas ambiental, económica y social

Al formular una política de protección al consumidor, es necesario reconocer que las decisiones en materia de consumo repercuten en los modos de vida de las generaciones futuras, de ahí que las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor establecen que los gobiernos deben promover la formulación y aplicación de políticas de consumo sostenible, es decir, el fomento de patrones de compra y uso de bienes y servicios que cubran las necesidades básicas y aporten una mejor calidad de vida a los seres humanos, sin ocasionar daños al medio ambiente ni a la sociedad.

Los malos hábitos de consumo, como el uso irracional de la energía y el agua, la generación desmesurada de desechos, las preferencias alimentarias poco saludables de las familias, entre otros, son costumbres fuertemente arraigadas en la población salvadoreña que impactan negativamente en el medio ambiente y que ponen en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Por lo anterior y en línea con el Plan Quinquenal de Desarrollo, en el que se establece como unas de las apuestas estratégicas, “la reversión del proceso de degradación ambiental y convertir a El Salvador en un país ambientalmente ejemplar...” así como la construcción de un “... *modelo de desarrollo integral y sostenible*”^[7], es que la Política Nacional de Protección al Consumidor incorpora este eje estratégico.

Para el desarrollo de dicho eje, la PNPC reconoce que la reorientación del mercado hacia la producción y consumo de bienes y servicios sostenibles, requiere de cambios en los patrones de compra de la población, y que para ello se hacen necesarias medidas de corto, mediano y largo plazo, como el diseño y promoción de programas de incentivos que estimulen la oferta y demanda de productos y servicios amigables con el medio ambiente, y sobre todo, de la implementación de programas educativos tendentes a cambiar los esquemas mentales que subyacen en la población y que moldean fuertemente los criterios de consumo insostenibles que caracterizan a la sociedad actual.

Aunado a lo anterior, la PNPC contempla para el fomento de un consumo sostenible, el establecimiento de un marco regulatorio que defina claramente las prioridades y la dirección de los cambios deseados en la materia y de la institucionalidad idónea para su implementación. En ese sentido, los avances en el país son incipientes, requiriéndose la creación de nuevas normas y leyes que contribuyan a la sostenibilidad de recursos esenciales como el agua y la energía, y al control de la comercialización de productos altamente contaminantes, entre otros.

Finalmente, no se debe dejar de lado que la promoción de la adopción de patrones de consumo sostenible, sólo será posible con la participación y el compromiso de todos los sectores de la sociedad salvadoreña: gobierno, empresa privada, centros educativos y organizaciones de la sociedad civil.

LINEAMIENTOS

1. Diseñar y promover programas de incentivos para estimular la oferta y el consumo de productos y servicios que ahorren energía y que produzcan menos contaminación.
2. Impulsar acciones y medidas que conduzcan a nuevos patrones de consumo sostenible.
3. Promover la formulación y el cumplimiento de la normativa que contribuya a la producción y al consumo sostenibles.

[7] Plan Quinquenal de Desarrollo, 2010-2014, Gobierno de El Salvador.

VI. Sistema Nacional de Protección al Consumidor

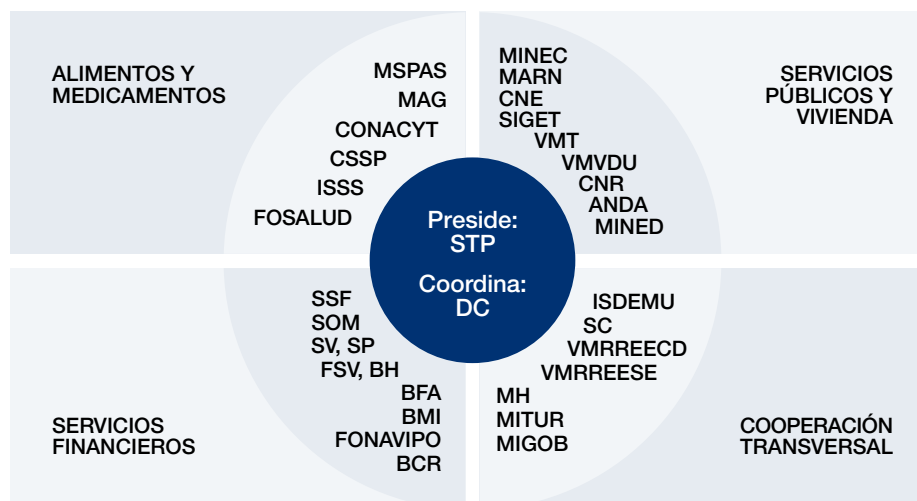
Constitución del Sistema

La creación del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC) tiene su origen en el artículo 151 de la actual Ley de Protección al Consumidor, el cual establece que el Sistema “*estará compuesto por La Defensoría del Consumidor, dependencias del Órgano Ejecutivo y demás instituciones del Estado que entre los asuntos de su competencia les corresponden velar sectorialmente por los derechos de los consumidores o vigilar a las empresas que operan con el público.*”

Esta disposición es un reconocimiento de que la protección plena de las y los consumidores va más allá de las actuaciones de la Defensoría del Consumidor, y que por lo tanto, requiere del trabajo coordinado y armónico de las distintas instituciones del Estado relacionadas con la materia.

A continuación se muestran las diferentes instituciones integrantes del SNPC, clasificadas según sus áreas o sectores de intervención, además de aquellas otras instituciones que por su actuación transversal, constituyen un apoyo fundamental para lograr una efectiva protección de los intereses de las y los consumidores.

Sistema Nacional de Protección al Consumidor



Órganos de funcionamiento del Sistema

Para lograr un efectivo funcionamiento, el SNPC estará organizado por un Consejo de Titulares, un Comité Ejecutivo y Comités de Coordinación Sectorial, cuyas funciones se detallan en los párrafos siguientes.

a. Consejo de Titulares

Es el órgano político de máxima decisión del Sistema Nacional de Protección al Consumidor y está conformado por las y los ministros, las y los viceministros, las y los presidentes y directores de las instituciones autónomas y descentralizadas, que dentro de sus competencias tienen la protección de los consumidores y usuarios; tienen responsabilidad en la prestación de servicios a la población o de vigilancia de empresas que proveen bienes o servicios a las y los consumidores.

Dentro de las principales atribuciones del Consejo están: la aprobación de los planes operativos anuales para la implementación de la PNPC y la aprobación de los informes de avances en la misma.

Para el cumplimiento de tales funciones, el Consejo de Titulares sesionará en pleno al menos una vez al año, pudiendo convocarse a reuniones extraordinarias o de sub sistemas sectoriales según lo demanden las necesidades de su funcionamiento.

Este Consejo será convocado y presidido por el Secretario Técnico de la Presidencia.

b. Comité Ejecutivo

Para la implementación de esta Política Nacional, el Consejo de Titulares nombrará un Comité Ejecutivo, conformado por un representante de alto nivel de cada una de las instituciones integrantes del Sistema, quienes tendrán como principales funciones:

- i. Elaborar la propuesta de plan anual que se someterá a aprobación del Consejo de Titulares.
- ii. Presentar al Consejo de Titulares el informe anual de implementación de la PNPC.
- iii. Crear comités de coordinación sectorial para la ejecución del plan anual.
- iv. Dar seguimiento a la implementación de la PNPC.
- v. Elaborar una propuesta de sistema para el registro y clasificación de los reclamos de las y los consumidores y de las resoluciones sancionatorias tramitadas por las Instituciones integrantes del SNPC.
- vi. Otras que le asigne el Consejo de Titulares.

c. Comités de Coordinación Sectorial

Estos comités serán los encargados de planificar y ejecutar los lineamientos y acciones previstas en la Política Nacional, tales como formulación de normativas, planes de inspección, investigaciones o campañas sectoriales, según lo previsto en los planes anuales operativos. Además deberán emprender otros acuerdos emanados del Consejo de Titulares o del Comité Ejecutivo para la efectiva implementación de la PNPC.

Coordinación del Sistema

Tal como lo establece el artículo 152 de la Ley de Protección al Consumidor (LPC), corresponde a la Defensoría del Consumidor la coordinación del SNPC; no obstante, dicha calidad no significa que la Defensoría asuma las competencias de las otras instituciones, sino que, en respeto a los marcos normativos de cada Institución, sirva como órgano de enlace de la actuación conjunta de las entidades del Sistema.

En su rol coordinador, y en línea con lo desarrollado por la LPC en los artículos del 155 al 160, la Defensoría del Consumidor podrá:

- i. Requerir a cualquier entidad pública la información que considere necesaria para establecer si se ha producido o podría producirse una infracción a la legislación que protege los intereses de las y los consumidores (art. 155).
- ii. Ser informada por los integrantes del SNPC, cuando se tenga conocimiento de que se ha producido o podría producirse una infracción a la legislación que protege los intereses de las y los consumidores (art. 156).
- iii. Requerir al funcionario que corresponda, la adopción de las medidas administrativas necesarias para hacer cesar posibles violaciones a los derechos de las y los consumidores en los diferentes sectores (art.158).
- iv. Ser consultada por todo funcionario integrante del Sistema, de ser pertinente, sobre la adopción de cualquier medida relacionada con los derechos de las y los consumidores (art. 159).
- v. Requerir de las instituciones del Sistema, las estadísticas de todas las denuncias recibidas y las resoluciones emitidas en materia de protección al consumidor (art. 160).


Actividades del Sistema

La Ley de Protección al Consumidor en su artículo 153 establece las principales actividades en las que deberá centrarse el trabajo del Sistema, siendo éstas:

- i. La formación de sus funcionarios en materia de consumo.
- ii. Registro y clasificación de las denuncias presentadas por las y los consumidores, así como las resoluciones emitidas por las distintas instituciones en materia sancionatoria.
- iii. La creación de redes de funcionarios participantes del Sistema, para realizar acciones específicas y preventivas de protección de las y los consumidores.
- iv. Planificar estratégicamente las actividades necesarias para la vigilancia y la aplicación de la legislación relacionada con las y los consumidores.
- v. La elaboración de instrumentos de información y comunicación.
- vi. La elaboración de normas técnicas, métodos y orientaciones para los funcionarios encargados de la aplicación de la legislación.
- vii. La recopilación de datos, investigaciones y otra información relacionada con el comportamiento y actitud de las y los consumidores.

Asimismo, el artículo 154 de la LPC hace especial referencia a que las instituciones del Sistema deberán ejecutar actividades dirigidas a la organización de campañas y al control de la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Para ello, dicho artículo establece que tales campañas y actividades deben estar orientadas especialmente al control de los siguientes productos y servicios:

- i. Aquellos de uso o consumo común, ordinario y generalizado.
- ii. Los que reflejan una mayor incidencia en los estudios estadísticos o epidemiológicos.
- iii. Los que sean objeto de reclamaciones o quejas.
- iv. Los que sean objetos de programas específicos de investigación.
- v. Aquellos que en razón de su régimen o proceso de producción y comercialización, puedan ser fácilmente objeto de fraude o adulteración.



Plan de
Implementación de la
Política Nacional
de Protección
al Consumidor

2010 • 2014



I. Introducción

Este es un plan que está previsto sea ejecutado en el período 2010-2014, y tiene como objetivo facilitar y concretar la ejecución de la Política Nacional de Protección al Consumidor, generando una estrategia para hacerla efectiva.

Este Plan pretende convertirse en una herramienta esencial para guiar de forma coordinada y efectiva el trabajo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC) en la protección y defensa de los intereses de las y los consumidores.

El punto de partida del proceso lo constituyó la primera reunión del Consejo de Titulares, que es el órgano político de máxima decisión del SNPC y que está conformado por las y los ministros, las y los viceministros, las y los presidentes y directores de las instituciones autónomas y descentralizadas, que dentro de sus competencias tienen la protección de los consumidores y usuarios; tienen responsabilidad en la prestación de servicios a la población o de vigilancia de empresas que proveen bienes o servicios a las y los consumidores.

Dicho Consejo creó el Comité Ejecutivo del SNPC, y le instruyó que, con la coordinación de la Defensoría del Consumidor, diseñara en forma participativa el Plan de Implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor. Utilizando la metodología de trabajo de grupos, se revisaron los ejes estratégicos de la política junto con sus lineamientos. Las y los integrantes de cada grupo discutieron los lineamientos e hicieron los planteamientos basados en tres componentes principales:

Acciones / Resultados

Las acciones se refieren a iniciativas o actividades específicas que concretizan los lineamientos. Están planteadas en términos de resultados específicos que deben lograrse.

Instituciones responsables

En esta columna se definen las Instituciones que están involucradas en el proceso. Estas Instituciones deben incluir en su plan de trabajo las acciones definidas que les corresponden.

Plazo para la ejecución

El plazo de Ejecución se divide en tres partes:

Corto plazo	Acciones que deben realizarse desde la aprobación de la política hasta el 31 de diciembre de 2010.
Mediano Plazo	Actividades que deben ejecutarse desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2011.
Largo Plazo	Acciones que deben ejecutarse desde el 1 de enero de 2012 hasta el 31 de mayo de 2014.

A continuación se presenta el plan elaborado por el Comité Ejecutivo del SNPC.

II. Plan de Implementación por Ejes Estratégicos

Eje 1:

Protección de la salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Promover la formulación y actualización de las normas técnicas obligatorias y de la legislación secundaria tendente a garantizar la seguridad y la calidad.				
Diseñar e implementar un plan de trabajo para la Comisión Nacional de Reglamentación Técnica.	CONACYT y Comisión Nacional de Reglamentación Técnica	X	X	X
Elaborar un diagnóstico de las normas técnicas de seguridad y calidad de los bienes y servicios que permita proponer a las instituciones competentes la actualización de las existentes y la formulación de nuevas normas.	Comisión Nacional de Reglamentación Técnica coordinado por CONACYT	X	X	
Diseñar e implementar un plan de homologación de normas técnicas nacionales prioritarias de seguridad y calidad de los bienes y servicios a través de la definición de reglamentación centroamericana.	CONACYT y Comisión Nacional de Reglamentación Técnica		X	X
Impulsar reformas legales en los regímenes sancionatorios de los marcos normativos de las instituciones competentes de la vigilancia de las normas técnicas, para fortalecer los procedimientos, incorporar nuevas conductas que puedan ser tipificadas como infracción y revisar la gravedad de las sanciones existentes.	Instituciones del SNPC relacionadas con el cumplimiento de normas técnicas		X	X
Evaluar la legislación nacional relacionada con alimentos y medicamentos a fin de detectar necesidades de reforma y creación de nuevas leyes para fortalecer los sectores.	Comisión Nacional de Alimentos (MSPAS-MAG-DC-CONACYT) y CSSP		X	



LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
2. Vigilar de forma coordinada entre las instituciones del SNPC el cumplimiento de normas técnicas obligatorias, especialmente las relacionadas con la calidad, la inocuidad y el etiquetado.				
Diseñar e implementar una estrategia de divulgación de las normas y reglamentos técnicos existentes para fomentar su cumplimiento.	Comisión Nacional de Reglamentación Técnica coordinado por CONACYT	X	X	X
Diseñar e implementar un programa de vigilancia del cumplimiento de las normas y reglamentos técnicos que incluya la realización de inspecciones coordinadas y de estudios de la calidad, principalmente en alimentos, medicamentos y agua.	Comisión Nacional de Alimentos (MSPAS-MAG-DC-CONACYT), CSSP y ANDA	X	X	X
Realizar un diagnóstico que incorpore propuestas a fin de cualificar las capacidades de vigilancia de las instituciones competentes en la verificación del cumplimiento de normas técnicas relacionadas con la calidad y la seguridad de los bienes y servicios.	Instituciones del SNPC relacionadas con el cumplimiento de normas técnicas		X	X
Elaborar un diagnóstico de la red de laboratorios nacionales (públicos y privados) que permita conocer la capacidad instalada, los análisis acreditados y detectar las necesidades de nuevos servicios.	CONACYT-CSSP-DC-MSPAS-ISSS		X	
Gestionar la creación de un laboratorio nacional de referencia que permita la evaluación de la calidad de los productos.	STP – CONACYT – MINEC – MSPAS, Vice Ministerio de Cooperación			X
Diseñar e implementar un plan de acreditación de acuerdo a los estándares internacionales y de los análisis ofrecidos por la red de laboratorios nacionales (públicos y privados).	CONACYT		X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
3. Implementar un sistema de alerta de bienes y servicios que impliquen un riesgo para la salud y la seguridad de las y los consumidores.				
Diseñar un sistema de alerta temprana sobre la seguridad en el consumo de bienes y servicios.	DC-MSPAS-MAG-CSSP-ISSS	X	X	
Implementar un sistema de alerta temprana sobre la seguridad en el consumo de bienes y servicios.	DC-MSPAS-MAG-CSSP-ISSS		X	X
4. Fomentar la adopción y el cumplimiento tanto de códigos de buenas prácticas en el ámbito empresarial, como de cartas de derecho de las y los usuarios en el caso de los servicios públicos prestados por entidades del Estado.				
Diseñar un programa de difusión y de vigilancia del cumplimiento de las Normas Salvadoreñas Recomendadas, priorizando aquéllas aplicables a sectores claves para la población.	CONACYT-DC		X	X
Crear un sistema de incentivos que incluya el registro y asesoría para la adopción y el cumplimiento de normas voluntarias.	CONACYT		X	X
Diseñar y poner en funcionamiento un observatorio tripartito (Gobierno-Empresa Privada y Sociedad Civil) que fomente, vigile y reconozca la adopción y cumplimiento de medidas de responsabilidad social empresarial.	DC, MINEC			X
Elaborar un diagnóstico de las cartas de derechos que identifique las necesidades de actualización de las existentes y de la formulación de nuevas cartas.	DC	X	X	
Crear o actualizar las cartas de derechos.	DC- Instituciones del SNPC		X	X
Diseñar e implementar un sistema de difusión, vigilancia y monitoreo del cumplimiento de las cartas de derechos.	DC- Instituciones del SNPC		X	X



LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
Impulsar mecanismos de atención inclusiva y con equidad de género a las y los consumidores en todas las instituciones del Sistema, principalmente a través de las Oficinas de Información y Respuesta (OIR).	DC- Instituciones del SNPC	X	X	X
Impulsar convenios de cooperación interinstitucional a fin de potenciar la actuación de las unidades de atención al cliente en cada una de las entidades del Sistema.	DC-Instituciones del SNPC		X	X

Eje 2:

Protección de los intereses económicos de las y los consumidores, incluyendo medidas que les permitan obtener compensación

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Procurar la compensación efectiva mediante procedimientos administrativos y judiciales rápidos, justos y poco costosos.				
Realizar un diagnóstico y proponer mejoras en los procedimientos de atención de denuncias sectorialmente.	SIGET, SV, SSF, DC, SOM, SP, ANDA	X	X	
Diseñar e implementar un plan para el establecimiento de oficinas integradas de atención de las y los usuarios que garanticen la inclusión de todos los sectores sociales.	DC, SIGET, SSF		X	X
Vigilar el cumplimiento de la Ley en el establecimiento y funcionamiento de las oficinas de atención de las y los usuarios, que deben tener las y los proveedores.	DC, SSF, FSV, SOM, SV, SP	X	X	X
Simplificar los mecanismos de atención a las y los usuarios en las instituciones públicas de crédito.	DC, SSF, BH, BFA, BMI, FSV, FONAVIPO	X	X	
Realizar un diagnóstico y proponer reformas legales para fortalecer la capacidad de las instituciones para que puedan exigir el cumplimiento de sus resoluciones.	DC, SSF, SIGET, SV, SP, SOM	X	X	
Diseñar e implementar un plan para la defensa judicial de los derechos de las y los consumidores.	DC, SSF, SIGET, SV	X	X	X



LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
2. Alentar las buenas prácticas en empresas para la atención de los intereses económicos de las y los consumidores.				
Diseñar y proponer modelos de códigos de buenas prácticas en las empresas para la atención y solución de reclamos.	DC, SV, SIGET, SSF		X	X
Generar y difundir información comparativa de los sistemas de atención de reclamos con que cuentan las y los proveedores.	DC, SIGET, SSF, SV, SOM, SP		X	X
Diseñar e implementar un reconocimiento a las y los proveedores por la calidad en la atención de reclamos.	DC, MINEC		X	X
Identificar e impulsar la adopción de buenas prácticas empresariales que atiendan los intereses económicos de las y los consumidores.	DC, SV, SIGET, SP, SOM, SSF		X	X
Diseñar y promover un incentivo para que la adhesión al sistema arbitral de consumo y prácticas a favor del consumo sostenible tenga una valoración positiva en la contratación pública de las instituciones del Sistema.	DC		X	
3. Promover el otorgamiento y cumplimiento de garantías de uso o funcionamiento de bienes y servicios ofrecidos.				
Impulsar las reformas a la Ley de Protección al Consumidor para establecer el derecho a la garantía legal.	DC	X	X	
Vigilar las condiciones y el cumplimiento de las garantías de los diversos bienes y servicios.	DC	X	X	X
Diseñar e implementar un plan para exigir judicialmente el cumplimiento de las garantías.	DC	X	X	

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
4. Promover mayor competencia y transparencia para garantizar el derecho de las y los consumidores a elegir productos y servicios dentro de la mayor oferta, mejor calidad y precios más bajos.				
Diseñar e implementar un programa de estudios interinstitucional sobre el funcionamiento de mercados.	SC, SSF, DC, MINEC, SIGET, SP		X	X
Capacitar a funcionarios de instituciones públicas sobre derecho económico de competencia, que permita dotar a los funcionarios de capacidades técnicas para la identificación de prácticas anticompetitivas.	SC	X	X	X
Revisar los marcos regulatorios institucionales e impulsar reformas para la promoción de mayor competencia en los sectores priorizados.	SC, SIGET, DC, SSF, SOM, SV		X	X
5. Controlar las cláusulas y prácticas empresariales abusivas que perjudiquen los intereses económicos de las y los consumidores.				
Vigilar y sancionar prácticas abusivas contempladas en el marco regulatorio.	DC, SC, SP, SOM, MINEC, SSF, SV, SIGET	X	X	
Identificar prácticas empresariales abusivas que deben regularse como tales.	DC, SC, SP, SOM, MINEC, SSF, SV, SIGET	X	X	
Revisar y mejorar los marcos normativos para el fortalecimiento de la potestad sancionatoria, especialmente en relación con las prácticas y cláusulas abusivas en servicios tales como telecomunicaciones, financieros, etc.	DC, SC, SSF, SIGET, SV, SOM		X	X
Realizar auditorías a las y los proveedores de servicios financieros, telecomunicaciones, electricidad, agua potable, etc.	DC, SSF, SIGET		X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
6. Promover el fortalecimiento normativo tendente a proteger el interés económico de las y los consumidores.				
Diseñar e implementar un plan que identifique e impulse reformas a las leyes vigentes, relacionadas con la protección de los intereses económicos de las y los consumidores.	DC, SSF, SOM		X	X
Diseñar e implementar un plan que impulse la creación de leyes para la regulación de: medicamentos, protección de datos personales, usura, burós de crédito, comunicación y firma electrónica y quiebra personal.	MSPAS, DC, CSSP, SSF, SIGET, BCR		X	X
Identificar los ámbitos en los que hace falta la creación de normas técnicas obligatorias e impulsar su aprobación.	DC, CONACYT, MINEC, MAG, MSPAS, CSSP, SC	X	X	
Impulsar reformas legales para que las distintas instituciones del Sistema tengan la facultad de ordenar compensación económica.	DC,SV, SIGET,SSF, SP, SOM		X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
7. Adoptar las medidas para asegurar a las y los consumidores el acceso de bienes y servicios esenciales en situaciones de escasez y/o emergencia nacional.				
Diseñar e implementar un sistema interinstitucional de vigilancia del abastecimiento y precios de bienes y servicios esenciales, que permita la formulación de estrategias de actuación en épocas de escasez y de emergencia nacional.	MINEC, MAG, MH, DC	X	X	X
Denunciar administrativa y penalmente las maniobras o artificios que produzcan el alza de precios y acaparamiento, especialmente en épocas de escasez y de emergencia nacional.	DC, MAG, MINEC	X	X	X
Fijar los precios de bienes y servicios esenciales en situaciones de escasez y/o de emergencia nacional.	DC, MINEC, MAG	X	X	X
Proponer, en el marco del Comité Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (CONASAN) la implementación de medidas para el abastecimiento de alimentos en épocas de escasez y de emergencia nacional.	DC, MINEC, MSPAS, MAG	X	X	X

Eje 3: Difusión y acceso a información, que tome en cuenta las necesidades de los distintos grupos y sectores y promueva el consumo sostenible de bienes y servicios

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Fomentar que se ofrezca a las y los consumidores información adecuada que le permita tomar decisiones responsables en la adquisición de bienes y servicios.				
Generar y divulgar información comparativa de precios, calidad y otras características relevantes que orienten decisiones responsables en la adquisición de alimentos, medicamentos, productos financieros, servicios telefónicos, servicios educativos, servicios de salud, combustible, lotificaciones, etc.	MSPAS, MINED, MINEC, MAG, DC, SSF, SIGET, CSSP, CNR, VMVDU	X	X	X
Producir y distribuir material informativo con enfoque de equidad e inclusión sobre tarifas, facturación y ahorro en servicios públicos domiciliarios, tales como agua, electricidad y telefonía.	SIGET, ANDA, DC	X	X	X
Producir un suplemento bimestral y distribuirlo a través de periódicos y otros medios masivos de comunicación, con información que permita a las y los consumidores tomar decisiones responsables en la adquisición de bienes y servicios en el mercado.	DC – SNPC	X	X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
Divulgar oportunamente los resultados de informes definitivos de auditorías, investigaciones y análisis realizados por el Sistema, sobre bienes y servicios ofrecidos en el mercado.	SNPC		X	X
Fomentar que las asociaciones de consumidores y consumidoras faciliten a la población información relevante para la toma de decisiones responsables en materia de consumo.	DC		X	X

2. Facilitar a las y los consumidores información útil para la solución de controversias y para la obtención de compensación.

Diseñar y reforzar los procedimientos de reclamación por bienes adquiridos y servicios prestados y regulados en cada institución.	DC, SIGET, SSF, SV, SP, SOM, MINED, ANDA	X	X	
Diseñar y divulgar un plan permanente integrado de información masiva que oriente a las y los consumidores sobre los procedimientos de reclamación.	SNPC		X	X

3. Fomentar la formulación de la normativa necesaria que garantice que las y los consumidores cuenten con información completa, sencilla y veraz.

Impulsar reforma a la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento que fortalezca el derecho a la información completa, clara, veraz y oportuna y regule la publicidad ilícita.	SNPC	X	X	
Evaluar la actual normativa que regula la información sobre bienes y servicios y ejecutar un plan para su fortalecimiento.	SNPC	X	X	X



LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
4. Promover que la información que se ponga a disposición de las y los consumidores no sea discriminatoria que tome en cuenta las necesidades específicas de las y los consumidores en función del nivel educativo, zona de residencia, etnia, sexo, edad, discapacidad, etc.				
Formular e institucionalizar en el Sistema, criterios que aseguren la inclusión con una perspectiva de equidad, en la producción de información y orientación dirigida a las y los consumidores.	ISDEMU- SNPC	X	X	X
Diseñar y ejecutar un plan anual de producción de información, orientación y educación; en formatos accesibles a las y los consumidores con discapacidad.	SNPC	X	X	X
Diseñar y ejecutar un plan anual de difusión de los derechos de las y los consumidores en formato accesible para estudiantes de los distintos niveles del sistema educativo nacional.	MINED, DC	X	X	X
Promover y estimular a las y los proveedores de bienes y servicios básicos para que entreguen información en formato accesible a las y los consumidores con discapacidad.	SNPC	X	X	X
Establecer y desarrollar un observatorio de la publicidad que contribuya a eliminar aquella que atente contra la dignidad o promueva prácticas discriminatorias contra las personas por su sexo, etnia, situación económica, condición física, etc.	DC, ISDEMU, MRREE		X	X

Eje 4:

Promoción de la educación formal e informal de las y los consumidores en materia de consumo sostenible, así como capacitación a las y los proveedores en el cumplimiento de la normativa relacionada con la protección al consumidor

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Promover en el sistema educativo nacional la educación para el consumo sostenible dentro de los programas de educación básica, media, superior y de adultos.				
Diseñar propuesta metodológica para orientar y apoyar la implementación del eje transversal de educación para el consumo sostenible en los programas de estudio de los diferentes niveles educativos.	MINED, DC, ISDEMU	X		
Elaborar y reproducir materiales educativos complementarios con enfoque inclusivo y de género para reforzar los contenidos curriculares en educación a las y los consumidores.	MINED,DC, ISDEMU, MRREE	X	X	
Realizar un plan de capacitación para asesores pedagógicos, directores y docentes de centros educativos para la comprensión y aplicación de los materiales educativos complementarios.	MINED, DC, ISDEMU, MRREE	X	X	

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
Diseñar e implementar un programa piloto de educación para el consumo sostenible dirigido a centros educativos del sistema educativo nacional.	MINED, DC, ISDEMU		X	
Evaluar y reforzar la propuesta metodológica para orientar y apoyar la implementación del eje transversal de educación para el consumo sostenible en los programas de estudio de los diferentes niveles educativos.	MINED, DC, ISDEMU	X	X	
2. Promover que las empresas emprendan programas de educación e información para las y los consumidores o participen en ellos.				
Crear un sistema de reconocimientos para las empresas públicas o privadas que lleven a cabo programas de educación e información que sean equitativos e incluyentes, y que contribuyan al consumo sostenible.	MINEC, MH, DC		X	
Apoyar con insumos y asesoría técnica a empresas interesadas en crear e implementar programas de educación e información para las y los consumidores.	SNPC		X	

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
3. Diseñar y promover programas de educación para el consumo sostenible a través de los medios de comunicación.				
Gestionar en los medios de comunicación masiva, privados y estatales, la producción y transmisión de programas de orientación sobre los derechos de las y los consumidores.	SNPC		X	X
Producir y transmitir un programa institucional de educación a las y los consumidores en radio y televisión.	DC / SNPC		X	X
Realizar diplomados para comunicadores y comunicadoras de los medios de comunicación masiva relacionados con el Consumo sostenible.	DC		X	X
4. Ofrecer capacitación y reconocimiento a las y los proveedores interesados en mejorar su formación en el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las y los consumidores.				
Diseñar e implementar un programa modular de capacitación a proveedores y proveedoras sobre la normativa relacionada con la protección a las y los consumidores.	SNPC		X	X
Diseñar un sistema de certificación que incentive a las y los proveedores respetuosos de la normativa relacionada con la protección a las y los consumidores.	SNPC		X	
Implementar el sistema de certificación que incentive a las y los proveedores a ser respetuosos y respetuosas de la normativa relacionada con la protección a las y los consumidores.	SNPC			X

Eje 5: Fomento de la participación organizada de las y los consumidores en la defensa de sus intereses

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Promover y apoyar el trabajo de las asociaciones de las y los consumidores.				
Impulsar reformas a la Ley de Protección al Consumidor para fomentar la asociación y participación de las y los consumidores.	DC	X		
Gestionar recursos para la implementación de concursos de fondos que apoyen el trabajo de las asociaciones de las y los consumidores.	DC, MINEC, MH, MRREE		X	X
Diseñar e implementar talleres para la identificación, preparación y presentación de casos de interés colectivo.	DC		X	X
Crear e implementar un programa educativo modular para fortalecer las capacidades técnico-organizativas de las asociaciones de las y los consumidores, que incorpore el enfoque de equidad de género.	DC		X	X
Crear e implementar un Programa de Diplomado en Consumo sostenible con enfoque de equidad de género, dirigido prioritariamente a las asociaciones de consumidores y consumidoras.	DC		X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
2. Fomentar la participación de las asociaciones de consumidores y consumidoras en la creación o gestión de políticas en materia de consumo.				
Coordinar con las asociaciones de consumidoras y consumidores la optimización de los servicios que prestan la Defensoría móvil y Ventanillas Departamentales.	DC	X	X	X
Incentivar la acreditación de las asociaciones de consumidores y consumidoras en la Defensoría.	DC	X	X	X
Realizar campañas de difusión dirigidas a las asociaciones de consumidores y consumidoras sobre la naturaleza, composición, finalidad y funcionamiento del Consejo Consultivo.	DC	X	X	X
Incentivar el involucramiento de las asociaciones de consumidores y consumidoras en el Consejo Consultivo de la Defensoría.	DC	X	X	X
Incentivar a que las instituciones del SNPC adopten mecanismos de participación y consulta de las asociaciones de consumidores y consumidoras en la formulación, seguimiento y evaluación de normas y políticas en temas de consumo.	SNPC	X	X	X

Eje 6: Promoción de la adopción de patrones de consumo sostenible, desde las perspectivas ambiental, económica y social

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
1. Diseñar y promover programas de incentivos para estimular la oferta y el consumo de productos y servicios que ahorren energía y que produzcan menos contaminación.				
Diseñar y aplicar un programa de compras públicas, prefiriendo empresas que ofrecen bienes y servicios sostenibles.	STP - CNE – MARN - MH		X	X
Crear y difundir un programa de certificación de productos y servicios que no deterioran la calidad y cantidad de recursos naturales (sello verde).	MARN - DC		X	X
Gestionar una línea de fondos e impulsar la utilización de los existentes, destinados a financiar proyectos de producción y consumo de bienes y servicios orientados al ahorro de energía y amigables con el medio ambiente.	CNE – MARN – MAG - Banca Nacional - MINEC		X	X
Diseñar e implementar un sistema de incentivos ciudadanos y de apoyo a grupos vulnerables para un consumo sostenible domiciliario, garantizando equidad y enfoque de género.	SIS – MARN – CNE - DC			X
Diseñar una política tributaria que desincentive la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios dañinos al medio ambiente.	MH-MARN			X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
Difundir los beneficios de los programas ya existentes de producción sostenible.	MARN	X	X	
2. Impulsar acciones y medidas que conduzcan a nuevos patrones de consumo sostenible.				
Implementar medidas de ahorro energético y consumo sostenible de bienes y servicios en las instituciones públicas.	STP - CNE – MARN	X	X	X
Incorporar temas que promuevan un consumo sostenible en los programas educativos (formales, no formales e informales).	MINED – MARN - DC		X	X
Diseñar y ejecutar campañas de información dirigidas a promover la racionalidad en el consumo de energía y agua potable.	SIGET – CNE - ANDA – MARN - DC	X	X	X
Capacitar a las asociaciones de consumidores y consumidoras, asociaciones comunales, ADESCOS y otras formas de organización, para promover un consumo de bienes y servicios sostenibles en sus localidades.	DC – MARN - MIGOB		X	X
Impulsar la inclusión de los sectores académico y empresarial en el diseño e implementación de programas o proyectos que fomenten la producción y el consumo de bienes y servicios sostenibles.	MARN – MINED - DC		X	X
3. Promover la formulación y el cumplimiento de la normativa que contribuya a la producción y al consumo sostenible.				
Diseñar e implementar una estrategia para gestionar la creación y aprobación de una ley de aguas y una ley del subsector de agua potable y saneamiento que contemple la creación de un ente regulador del sector que asegure la sostenibilidad del recurso.	MARN – ANDA – MSPAS – MAG - DC		X	X

LINEAMIENTOS / ACCIONES	INSTITUCIONES INVOLUCRADAS	PLAZO DE EJECUCIÓN		
		Corto plazo 2010	Mediano plazo 2011	Largo plazo 2012-2014
Diseñar e implementar un programa de difusión y vigilancia de las Normas Salvadoreñas Obligatorias destinadas a productos ahorradores de energía.	CONACYT – MARN - DC		X	X
Formular las normativas necesarias que regulen la importación, comercialización y disposición final de productos altamente contaminantes.	CONACYT – MARN		X	X
Formular normas aplicadas a diseños y funcionamiento de infraestructuras que incorporen criterios de arquitectura sostenible.	CONACYT – MARN - MOP		X	X
Fortalecer la vigilancia de la NSO de aguas residuales descargadas a un cuerpo receptor.	MARN – ANDA – MSPAS	X	X	X

Siglas

ANDA

Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados.

BCR

Banco Central de Reserva.

BFA

Banco de Fomento Agropecuario.

BH

Banco Hipotecario.

BMI

Banco Multisectorial de Inversiones.

CNE

Consejo Nacional de Energía.

CNR

Centro Nacional de Registros.

CONACYT

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

CSSP

Consejo Superior de Salud Pública.

DC

Defensoría del Consumidor.

FONAVIPO

Fondo Nacional de Vivienda Popular.

FSV

Fondo Social para la Vivienda.

ISDEMU

Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer.

ISSS

Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

MAG

Ministerio de Agricultura y Ganadería.

MARN

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

MH

Ministerio de Hacienda.

MIGOB

Ministerio de Gobernación.

MINEC

Ministerio de Economía.

MINED

Ministerio de Educación

MITUR

Ministerio de Turismo.

MSPAS

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

PNPC

Política Nacional de Protección al Consumidor.

SC

Superintendencia de Competencia.

SIGET

Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones.

SIS

Secretaría de Inclusión Social.

SNPC

Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

SOM

Superintendencia de Obligaciones Mercantiles.

SP

Superintendencia de Pensiones.

SSF

Superintendencia del Sistema Financiero.

STP

Secretaría Técnica de la Presidencia.

SV

Superintendencia de Valores.

VMT

Viceministerio de Transporte.

VMRREECD

Viceministerio de Relaciones Exteriores para la Cooperación y el Desarrollo.

VMRREESE

Viceministerio de Relaciones Exteriores para los Salvadoreños en el Exterior.

VMVDU

Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano.

FOSALUD

Fondo Solidario Para la Salud.

