



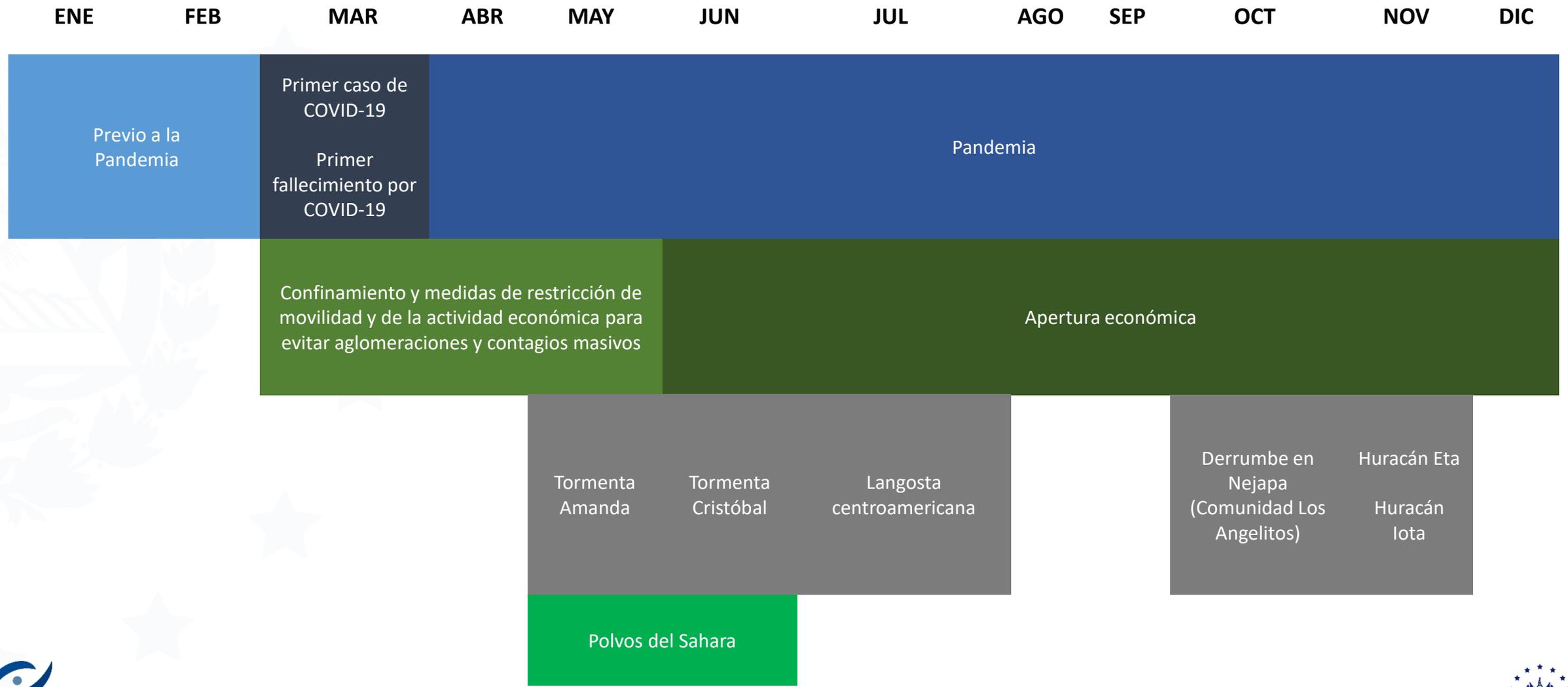
GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

El consumo en el marco de la pandemia del COVID-19

Diciembre 2020

2020: un año de coyunturas e impacto en el consumo



Principales desafíos en el consumo ante la pandemia del COVID-19

Restricciones de movilidad para evitar contagios masivos

Dificultades en las cadenas de suministros

Desequilibrios temporales en la oferta y demanda

Posibles alzas de precios y abusos en el mercado

Compras de pánico o compulsivas

Problemas en la capacidad adquisitiva de los hogares

Auge del uso de plataformas de compra en línea

Cambios en las compras de productos

Principales políticas públicas implementadas

Abastecimiento

Acuerdo con cadenas de supermercados, farmacias y ferreterías para modular la cantidad máxima de productos a la venta al consumidor (Previo a la reforma a la LPC). Reforma de la Ley de Protección al Consumidor (DL 602).

Regulación de precios máximos

9 Acuerdos de fijación de precios máximos de productos esenciales (Alcohol gel, mascarillas y alimentos).

Acuerdos de la Defensoría del Consumidor (22, 27, 28, 31, 33, 35, 37, 38, 39).

Compensación económica

Compensación económica de \$300 a 1.2 millones de familias.

Programa de Emergencia Sanitaria (PES)

Entrega de canastas de alimentos principalmente a los hogares en vulnerabilidad.

Reserva de alimentos

Reserva estratégica de alimentos, por medio de la importación de frijol, arroz y maíz.

Disposiciones especiales y transitorias al MAG y a particulares, en las operaciones de compra de maíz, frijol y arroz para el consumo humano en el marco de la pandemia COVID-19 (DL 616).

Importaciones

Autorización de importaciones de alimentos básicos e insumos médicos, libres de impuestos y aranceles.

- Disposiciones temporales sobre modificación del Arancel Centroamericano de Exportación (DL 604).
- Procedimiento para autorizar las importaciones amparadas en el Decreto Legislativo N°604 "Modificación al arancel centroamericano de importación" (Acuerdo Ejecutivo 511).
- Restricción temporal de las exportaciones y reexportaciones de frijol rojo en grano (Acuerdo Ejecutivo 512).
- Modificación de requisitos para autorizaciones de importaciones (Acuerdo Ejecutivo 574).

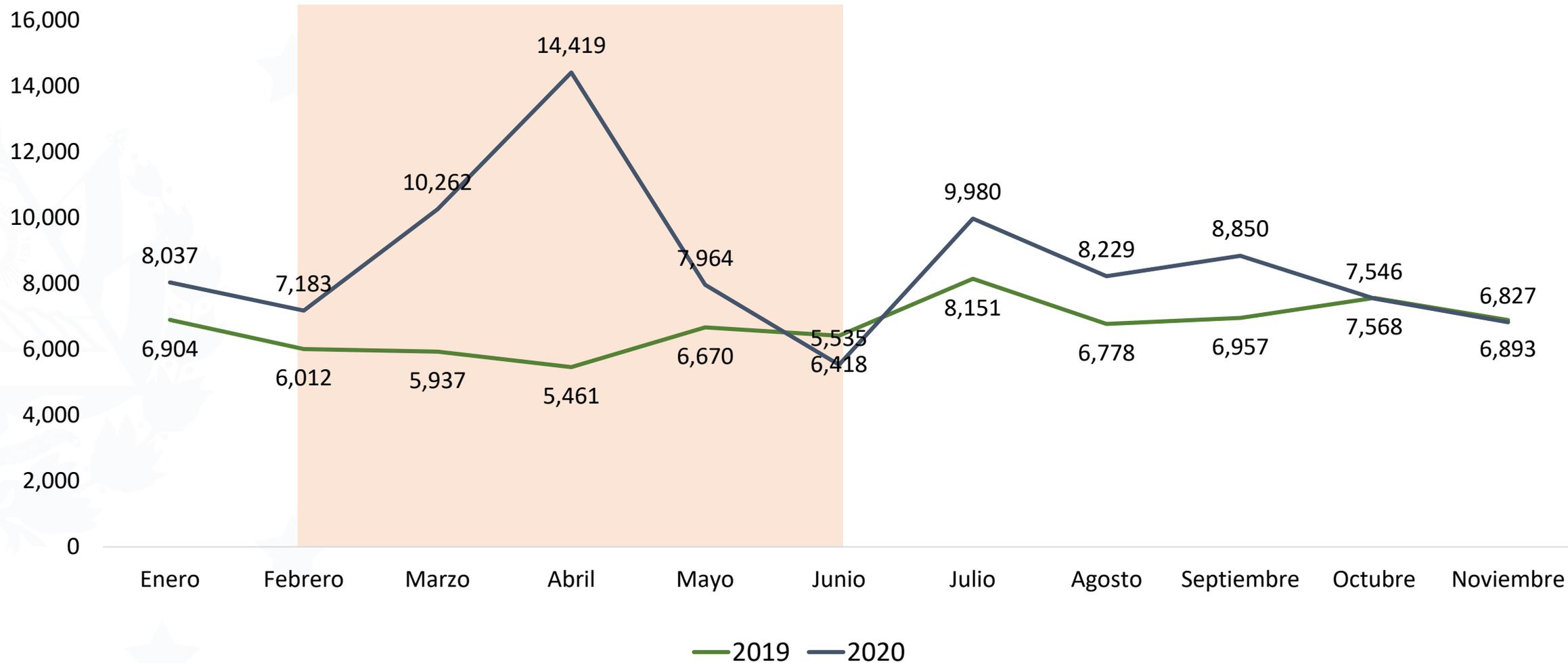
Pagos diferidos

Pago diferido de facturas de servicios básicos (agua, energía eléctrica, telecomunicaciones, alquiler) y financieros.

- Ley transitoria para diferir el pago de facturas de servicios de agua, energía eléctrica y telecomunicaciones (DL 601).
- Reforma a la Ley transitoria para diferir el pago de facturas de servicios de agua, energía eléctrica y telecomunicaciones (DL 618).
- Normas Técnicas Temporales para Enfrentar Incumplimientos y Obligaciones Contractuales (NTTEIOC).
- Normas Técnicas Temporales para el Tratamiento de Créditos Afectados por COVID-19 (NPBT-01)

Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor

De enero a noviembre de 2019 y 2020

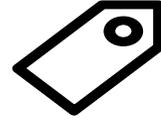


Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor



36% Pagos
diferidos

- Servicios financieros/Créditos.
- Facturas de telecomunicaciones.
- Facturas de energía eléctrica.
- Pago de alquiler de vivienda.
- Factura de agua potable.
- Pago de cuotas escolares.



11% Incremento
de precios

- Alcohol gel.
- Mascarillas.
- Huevos.
- Frijol.
- Maíz.
- Arroz.
- Papas.
- Tomates.
- Cebolla.
- Chile verde.



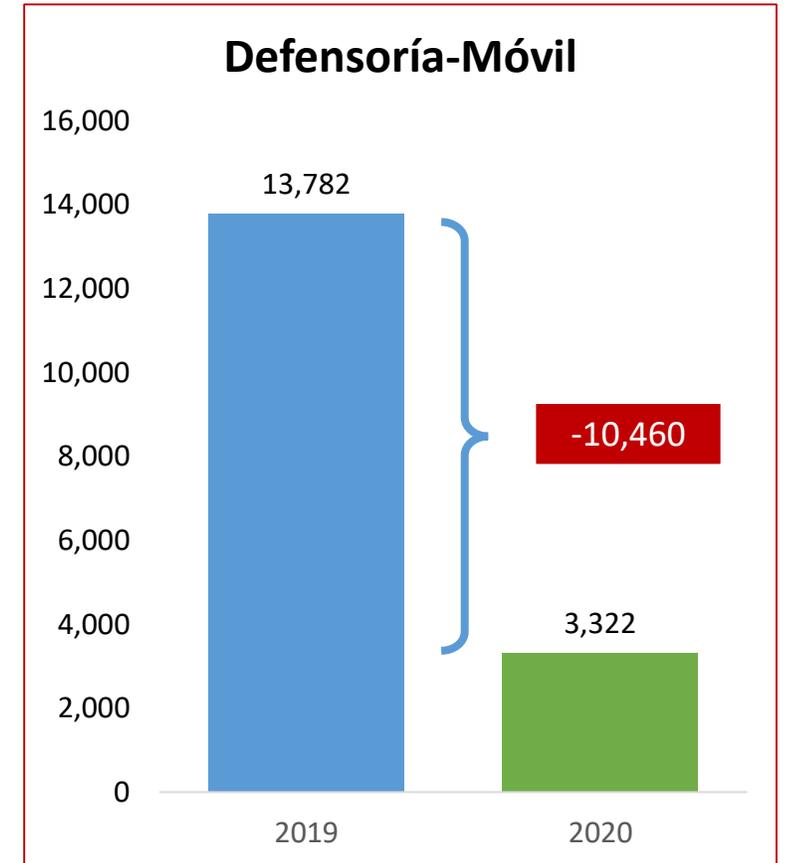
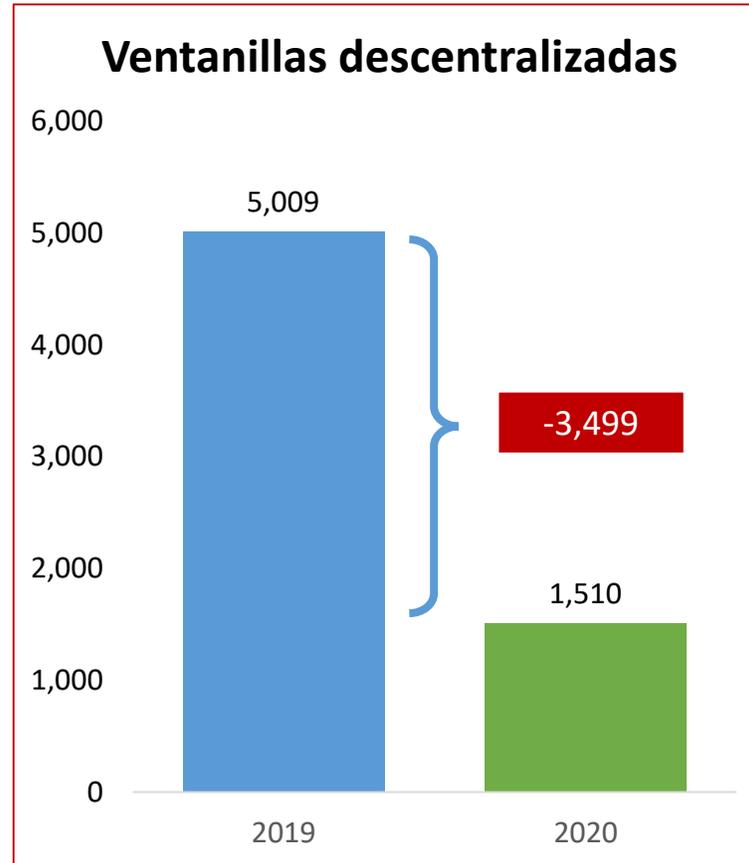
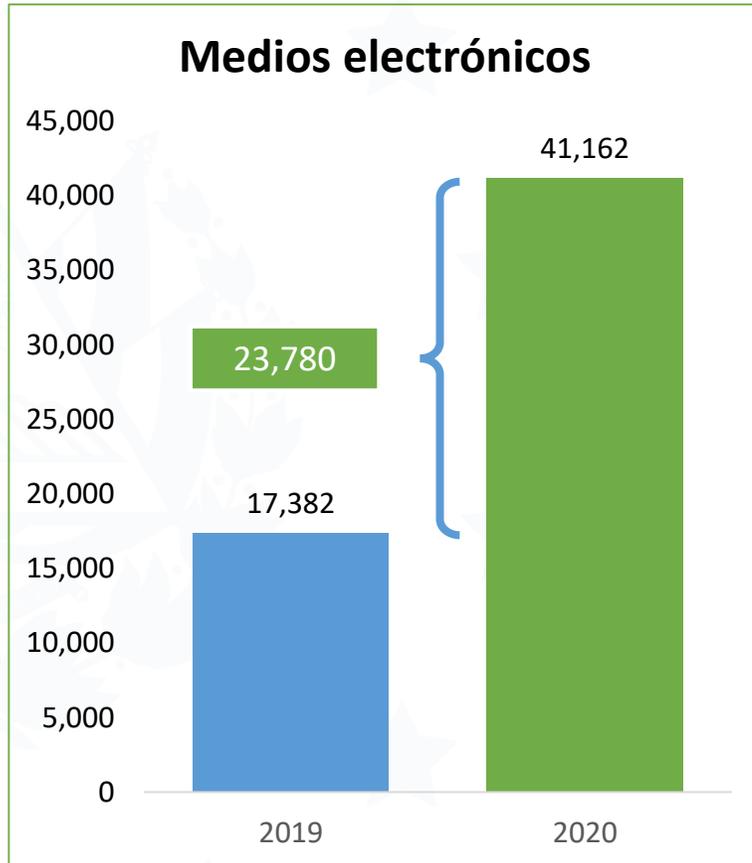
6% Consultas
Transferencia de \$300

- Condicionamiento de apertura o posesión de cuenta.
- Cuenta inactiva.
- Retenciones y descuentos.
- Procedimiento para aplicar a la transferencia.

El 47% restante de las atenciones se distribuye en rubros usuales de los motivos.

Atenciones brindadas a través de medios descentralizados

De enero a noviembre de 2019 y 2020



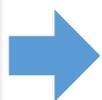
Monto recuperado en la solución de casos de consumo

1 de enero al 30 de noviembre de 2020

Monto recuperado, según tipo de caso

\$28.9

Millones recuperados



\$25.8

Millones en casos colectivos



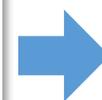
\$3.1

Millones en casos individuales

Beneficiados con monto recuperado, según tipo de caso

136,570

Beneficiados



129,938

Beneficiados en casos colectivos



6,632

Beneficiados en casos individuales

Monto recuperado en casos individuales, según sector

Créditos: 21.6%
(\$681,533.30)



Vehículos: 10.5%
(\$331,347.87)



Turismo: 9.5%
(\$298,965.79)



Electrodomésticos: 8.5%
(\$267,917.93)



Inmuebles: 8.0%
(\$251,364.39)



Otros sectores: 41.9%

Monto recuperado en casos colectivos, según sector

Transporte aéreo: 62.4%
(\$16,090,712.95)



Artículos del hogar: 28.7%
(\$7,388,547.45)



Servicios: 7.3%
(\$1,869,874.75)



Inmuebles: 1.2%
(\$315,182.25)



Turismo: 0.2%
(\$60,912.56)



Otros motivos: 0.2%

Encuesta sobre hábitos de consumo en el marco de la pandemia del COVID-19

Ficha técnica de la encuesta



1

Objetivo

Monitorear los hábitos de consumo durante la pandemia del COVID-19.

Secciones

Ingresos, gastos, productos, establecimientos comerciales, formas de pago, frecuencia de uso de medios electrónicos, entre otras.

2

3

Metodología

Levantamiento de los datos por medio de una encuesta online en Google Forms, la cual fue difundida por bases internas, redes sociales y página web. Posteriormente, se descarga la base y se realiza el procesamiento de la misma. Finalmente, se analizan los resultados. En total se recibieron **1,223** encuestas completadas.

4

Fechas

Levantamiento de los datos: 10 al 17 de noviembre de 2020.

Caracterización de la muestra



Género y Zona

Género

58% mujeres
42% hombres

Zona

22% en la zona occidental
57% en la zona central
21% en la zona oriental



Edad e ingreso

Edad

47% - 15-29 años
50% - 30 a 59 años
3% - Mayores de 60 años

Ingresos

54% - Entre \$200 - \$599
24% - Entre \$600 - \$999
10% - Entre \$1,000 - \$1,399
4% - Entre \$1,400 - \$1,799
3% - Entre \$1,800 - \$2,199
5% - Más de \$2,200



Ocupación

Ocupación

50% - Empleado
31% - Estudiante
9% - Negocio propio
5% - Desempleado
3% - Trabajo doméstico
2% - Jubilado



Escolaridad

Escolaridad

55% - Universitario (Pregrado)
20% - Universitario (Posgrado)
16% - Media (bachillerato)
5% - Técnico
4% - Básica (1° a 9° grado)



Estado civil

Estado Civil

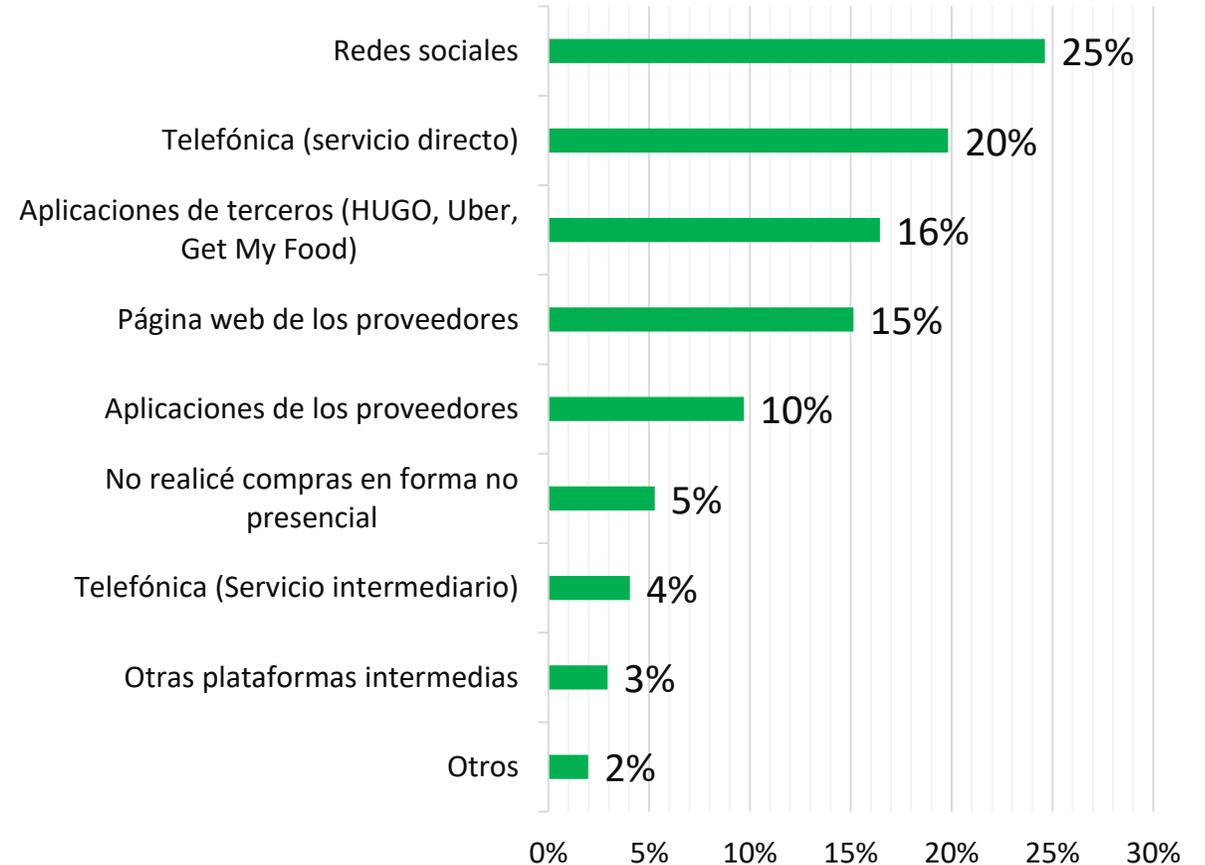
59% - Soltero (a)
29% - Casado (a)
8% - Acompañado (a)
2% - Divorciado (a)
1% - Separado (a)
1% - Viudo (a)

Formas de compra durante la pandemia del COVID-19

Gráfico 1. Lugares más visitados para realizar las compras durante la pandemia del COVID-19

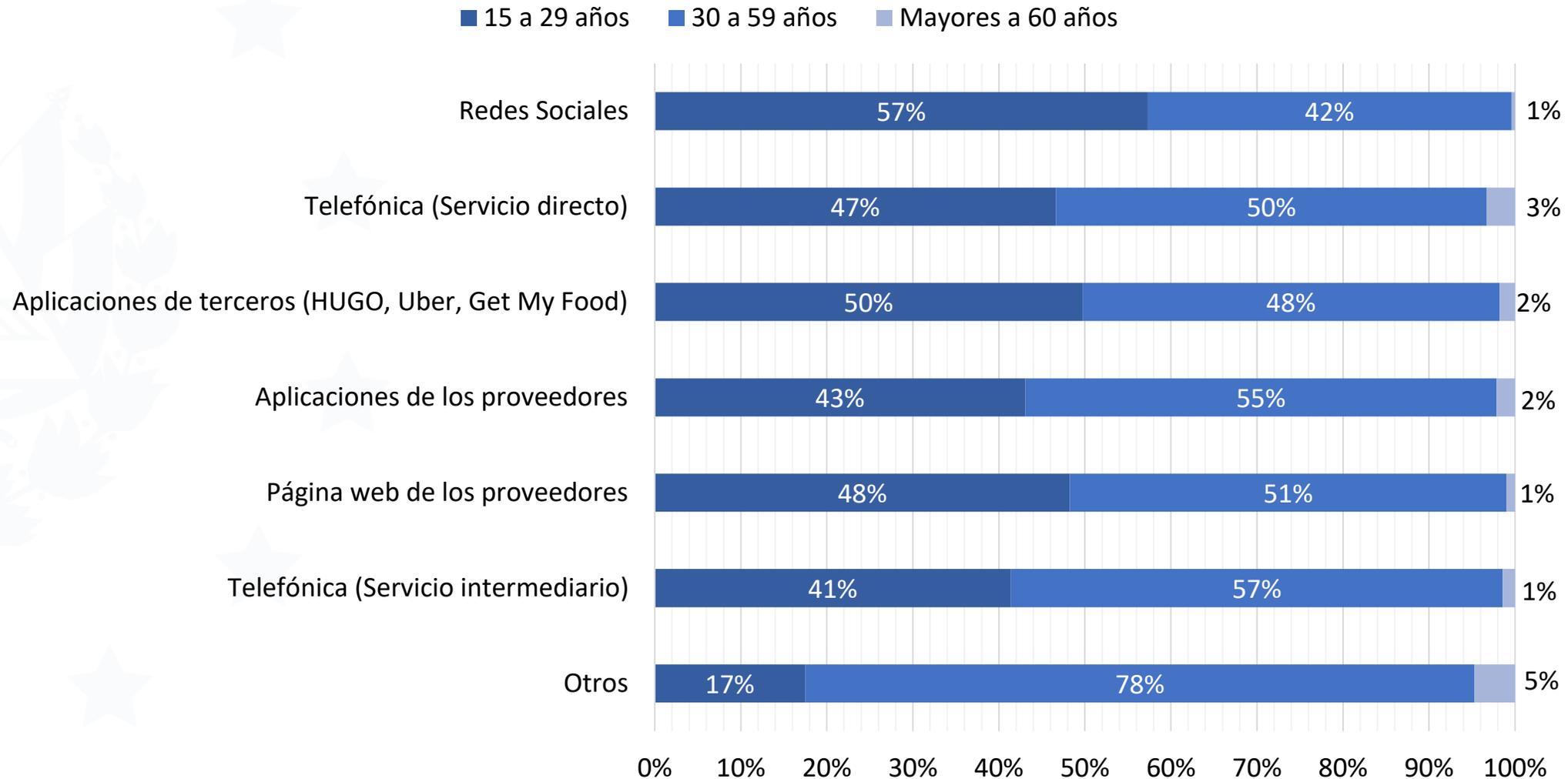


Gráfico 2. Mecanismos no presenciales más utilizados para realizar compras durante la pandemia del COVID-19



Formas de compra durante la pandemia del COVID-19

Gráfico 3. Mecanismos no presenciales más utilizados durante la pandemia del COVID-19, según tramos de edad



Utilización de medios electrónicos de compra

Gráfico 4. Antes de la pandemia del COVID-19, ¿Había utilizado mecanismos no presenciales para realizar sus compras?

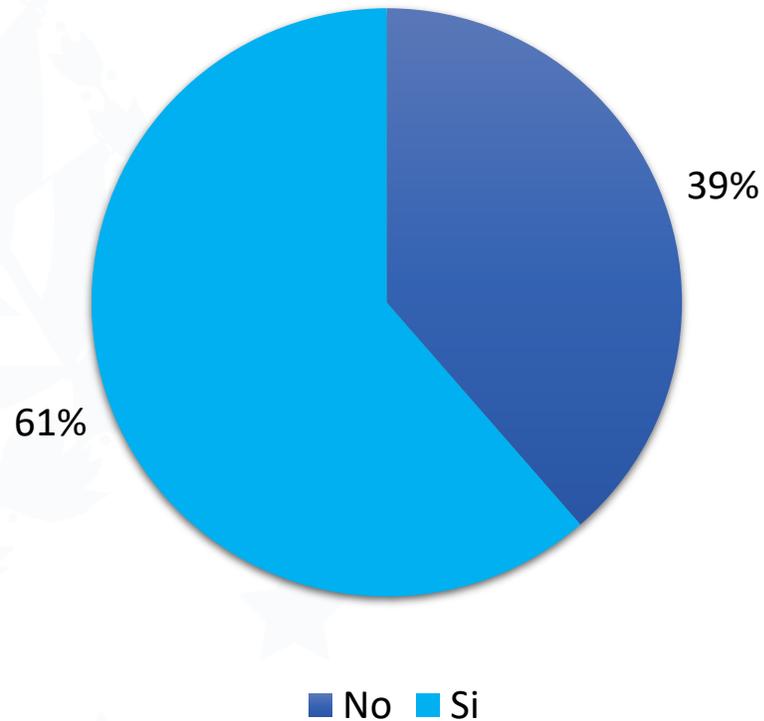
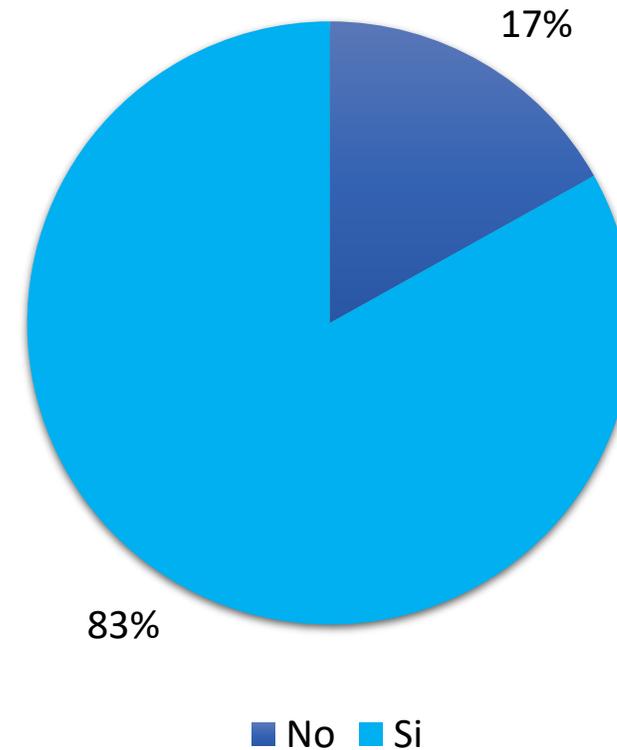


Gráfico 5. Después de la pandemia del COVID-19, ¿Ha incrementado su uso de los medios no presenciales para realizar sus compras?



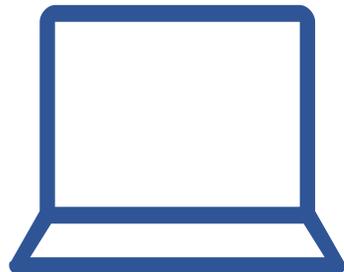
Medios tecnológicos utilizados

¿Qué medios tecnológicos ha utilizado para realizar sus compras durante la pandemia del COVID-19?



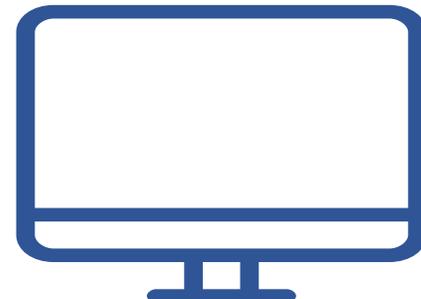
96%

Teléfono celular



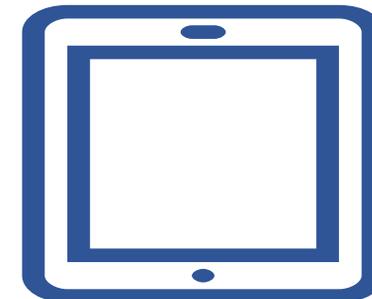
25%

Laptop



12%

Computadora de
escritorio



7%

Tablet

Utilización de medios electrónicos de compra

Gráfico 6. Actualmente, ¿Con qué frecuencia hace uso de mecanismos no presenciales de compra?

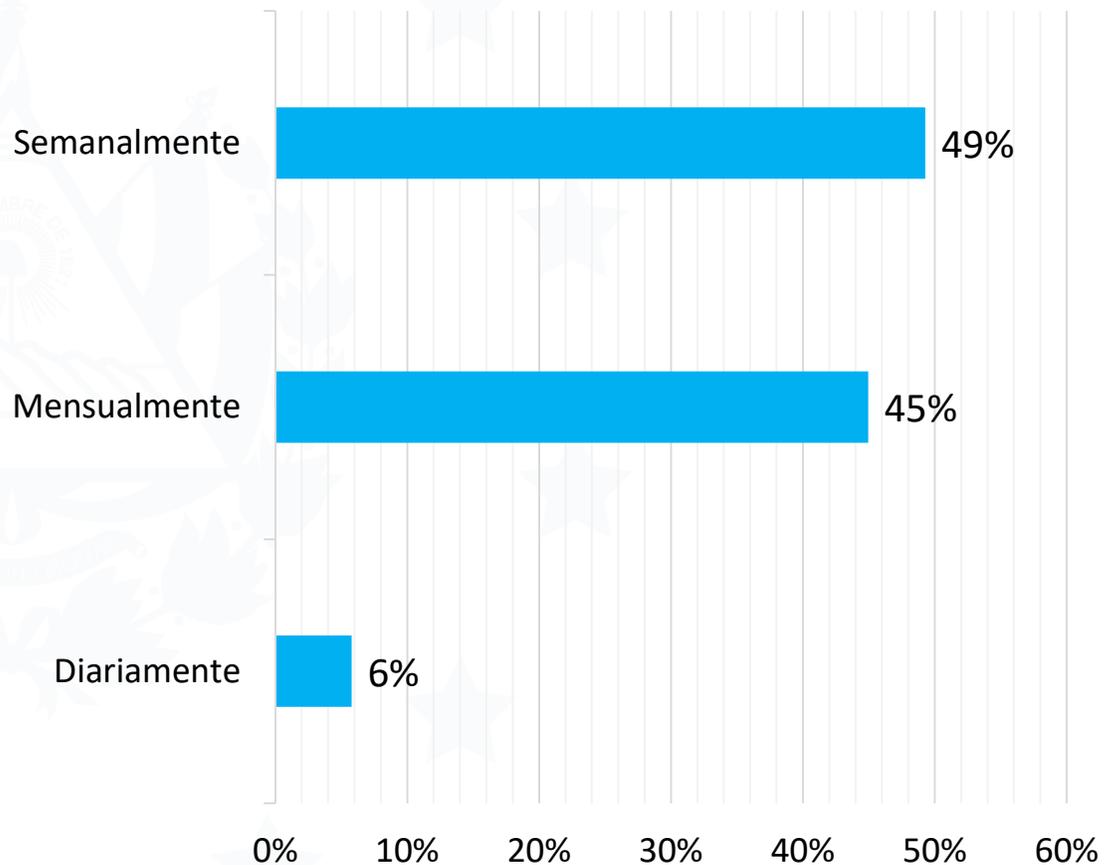
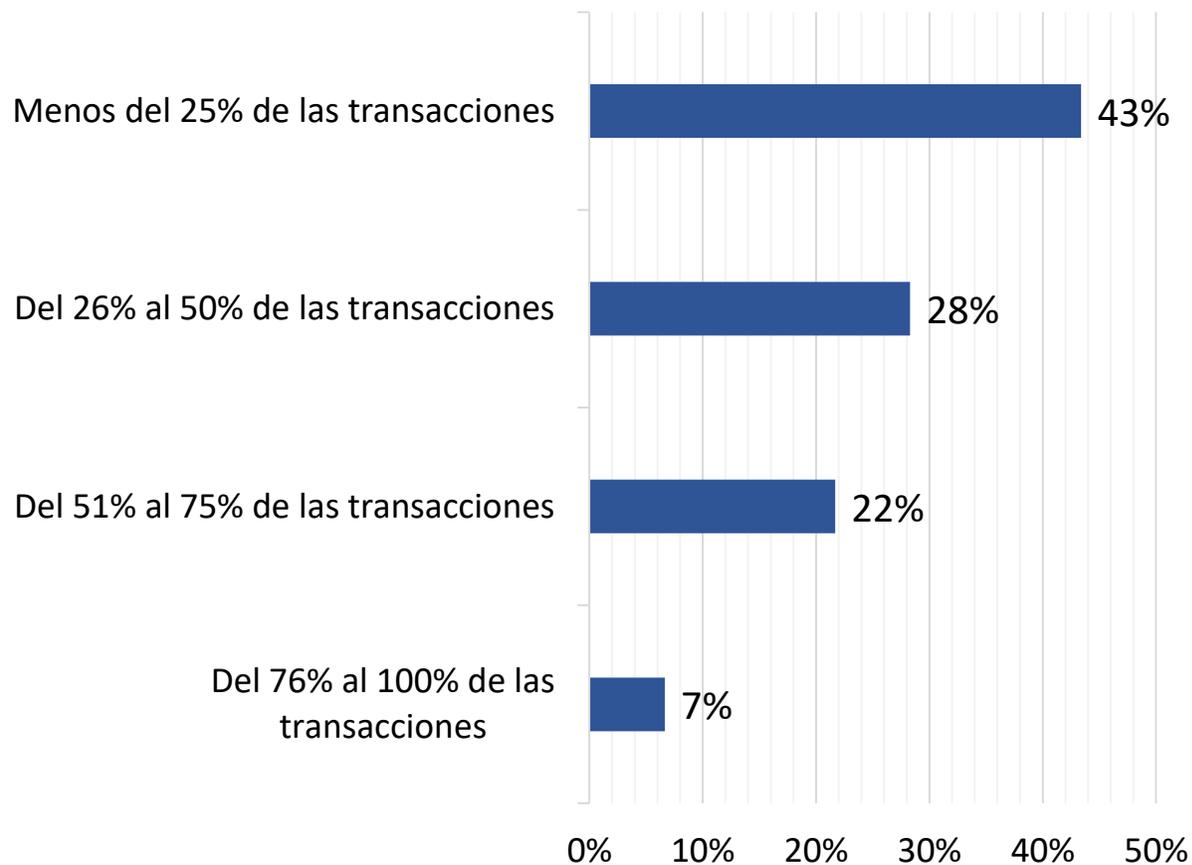


Gráfico 7. Actualmente, ¿Qué porcentaje de sus transacciones mensuales realiza por medios no presenciales al realizar sus compras?



Consumo de productos durante la pandemia

Top 10. Productos cuyo consumo aumentó durante la pandemia del COVID-19



60%

Mascarillas



60%

Alcohol gel



34%

Frijol



30%

Verduras



28%

Lejía/Cloro



26%

Arroz



25%

Frutas



24%

Vitaminas



22%

Pollo

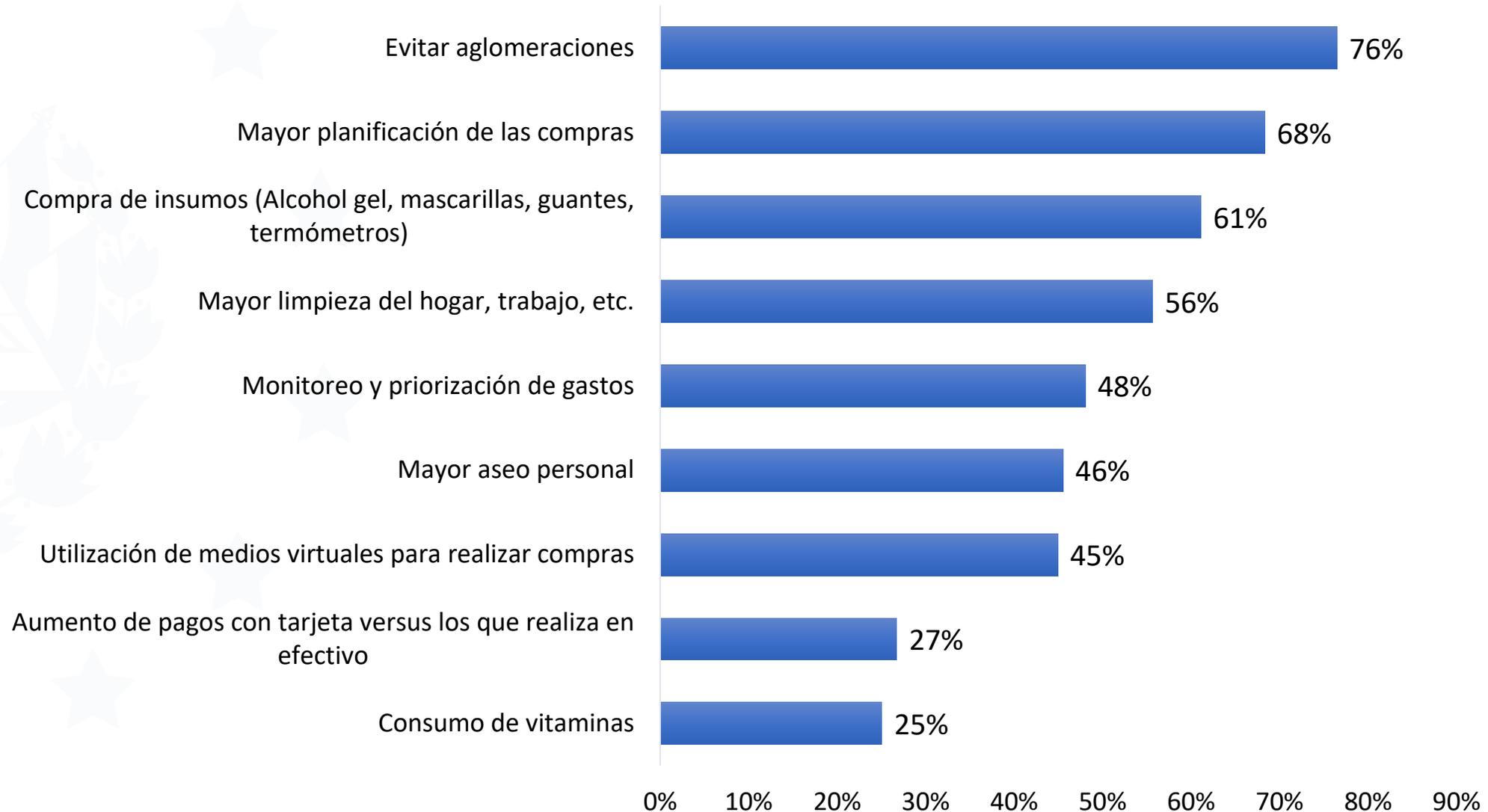


17%

Carne de res

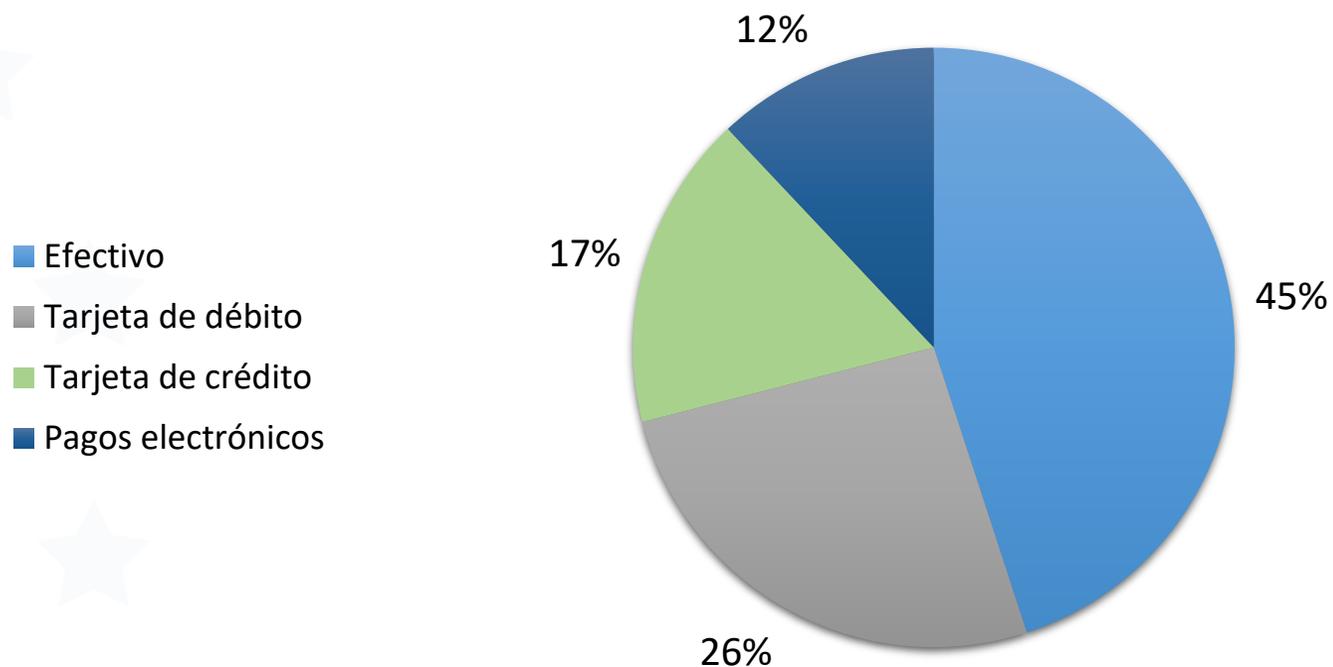
Hábitos de consumo adquiridos en la pandemia y que piensa mantener posteriormente

Gráfico 8. Hábitos de consumo adquiridos durante la pandemia



Formas de pago más utilizadas durante la pandemia del COVID-19

Gráfico 9. Formas de pago más utilizadas



	Efectivo	Tarjeta de débito	Tarjeta de crédito	Pagos electrónicos
Zona central	31%	30%	25%	14%
Zona occidental	61%	22%	7%	10%
Zona oriental	65%	19%	9%	7%

Gasto y problemáticas durante la pandemia COVID-19

Gráfico 10. Gasto promedio mensual durante la pandemia del COVID-19

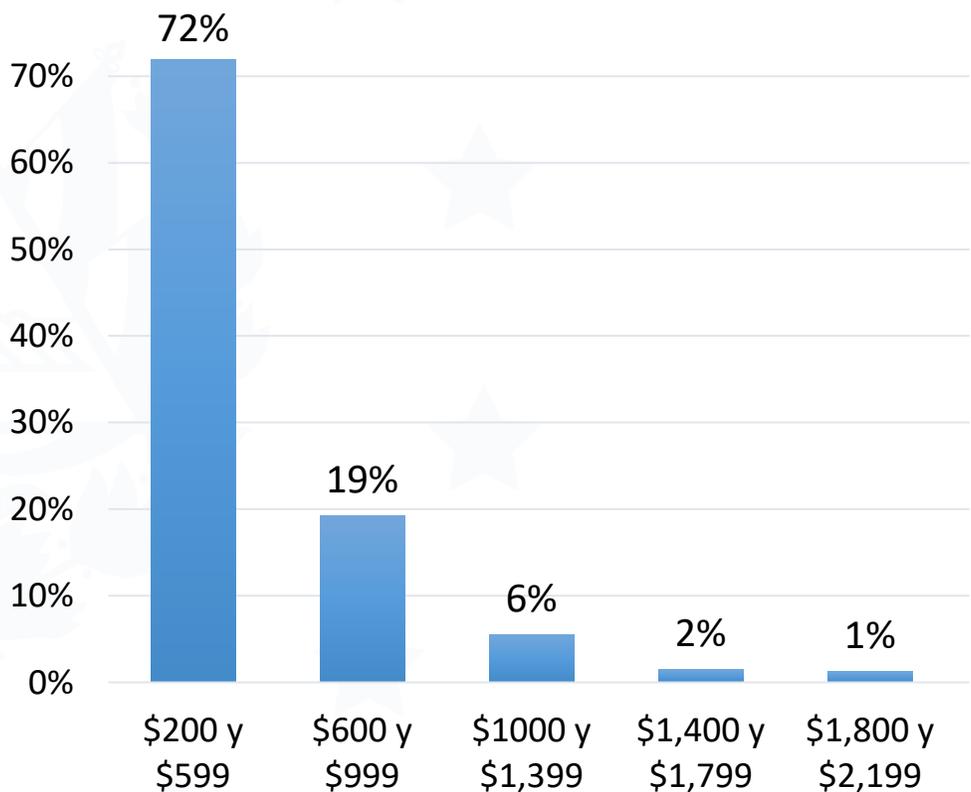
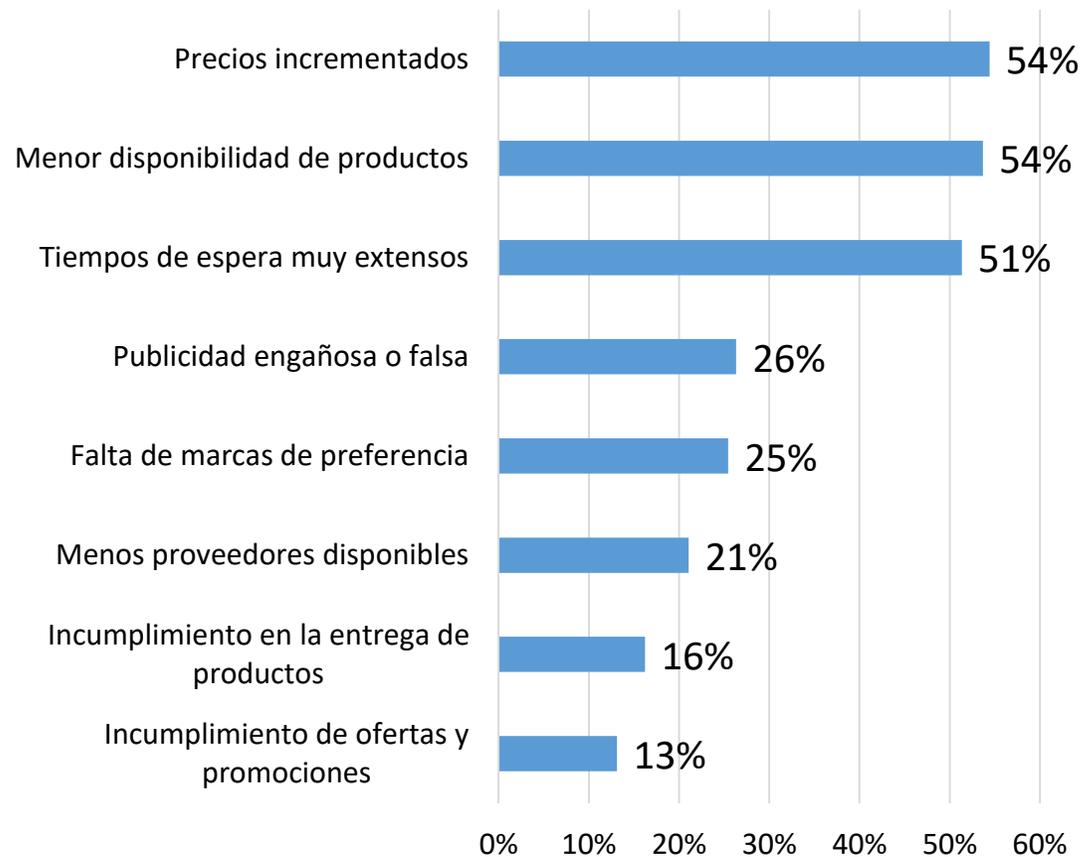


Gráfico 11. Problemáticas experimentadas al realizar compras



Principales conclusiones

En el marco de la pandemia se identifica un auge del uso de redes sociales, aplicaciones y medios electrónicos para realizar compras. Y, en modalidad presencial, los supermercados fueron el lugar más visitado para realizar compras.

1

El uso de pagos con tarjeta y medios electrónicos incrementó debido a las nuevas modalidades de compra y por precaución ante el manejo de dinero en efectivo. Sin embargo, persisten brechas en el uso, a nivel regional.

2

En general, existe un mayor uso de los medios electrónicos para realizar compras, donde prevalece la utilización del teléfono celular ante otros productos. Aunque ha incrementado la frecuencia del uso, aún las transacciones donde se utilizan no son mayoritarias.

3

La población adquirió otros hábitos de consumo, donde busca evitar aglomeraciones, planificar las compras y adquirir otros productos que no eran usuales como son: mascarillas, alcohol gel, productos de limpieza y otros.

4



Por su atención

Muchas gracias