



**Defensoría
del Consumidor**

MONITOREO del consumo en El Salvador

2017

Créditos

Yanci Guadalupe Urbina González
Presidenta de la Defensoría del Consumidor

Abraham Heriberto Mena
Asesor de Presidencia

Diana Carolina Castro
Jefa de la Unidad de Análisis de Consumo y Mercados

Mónica Elena Vaquero
Especialista en temas de consumo

Fausto Ernesto Valladares
Jefe de la Unidad de Comunicaciones

Equipo técnico

Danis José Cruz
Denis Salvador Valencia
Julio Sigüenza
Mario José Mendoza
Nathalie Isabelle Cruz



Contenido

Presentación.....	8
I. Perspectiva macroeconómica del consumo.....	11
II. Acceso y equipamiento de los hogares.....	17
III. Consumo de los hogares en bienes y uso de servicios.....	23
IV. Consumo de alimentos de los hogares.....	31
V. Uso de tecnologías de información y comunicación de los hogares.....	37
VI. Consumo y remesas.....	49
VII. Controversias en materia de consumo.....	57

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Consumo total (Privado y público), % del PIB (A precios constantes de 1990), 1990-2016.....	12
Gráfico 2. Inflación acumulada en Centroamérica (%), octubre 2017.....	13
Gráfico 3. Inflación interanual, según rubros relevantes, (%), octubre 2016 y 2017.....	13
Gráfico 4. Índice de Precios al Consumidor (IPC). Enero 2016 - octubre 2017.....	14
Gráfico 5. Costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), área Urbana y Rural.....	15
Gráfico 6. Hogares equipados con al menos un aparato (%)......	18
Gráfico 7. Hogares equipados con al menos un aparato según área (%)......	19
Gráfico 8. Hogares equipados con computadora según área, 2010-2016, (%)......	21
Gráfico 9. Ingreso mensual promedio de los hogares según área, 2005-2016.....	25
Gráfico 10. Consumo promedio mensual de los hogares según área, 2007-2016.....	26
Gráfico 11. Consumo promedio mensual de los hogares en servicios de Telecomunicación. 2010-2016.....	27
Gráfico 12. Consumo promedio mensual de los hogares en Energía Eléctrica y Agua, 2010-2016.....	27
Gráfico 13. Gasto promedio mensual por hogar en alimentos, según área, 2009-2016.....	32
Gráfico 14. Hogares que reportaron gasto específicos en alimentos, monto promedio mensual, (%)......	35
Gráfico 15. Población de 10 años y más que utiliza teléfono celular.....	38
Gráfico 16. Población de 10 años y más que utiliza teléfono celular, según sexo y edad. 2016.....	38
Gráfico 17. Hogares con teléfono celular (%), según área. 2016.....	39
Gráfico 18. Uso de teléfono celular en la población de 10 años y más, según área y región. 2016.....	40
Gráfico 19. Población de 10 años y más que utiliza computadora.....	41
Gráfico 20. Hogares con computadora, según área. 2016.....	41
Gráfico 21. Población de 10 años y más que utiliza computadora según área y región. 2016.....	42



Gráfico 22. Población de 10 años y más que utiliza internet, El Salvador, 2007-2016...	43
Gráfico 23. Población de 10 años y más que utiliza internet, según edad y sexo.....	43
Gráfico 24. Población de 10 años y más que utiliza internet desde celular y dispositivos móviles, 2010 - 2016.....	44
Gráfico 25. Población de 10 años y más, según lugar donde utilizó el servicio de internet.....	44
Gráfico 26. Población de 10 años y más, por sexo, según lugar donde utilizó internet..	45
Gráfico 27. Población de 10 años y más, por sexo y edad, según principales actividades para las que utiliza internet.....	46
Gráfico 28. Ingresos por Remesas familiares anuales como proporción del PIB (%), 1990-2016.....	50
Gráfico 29. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar, número de miembros y condición de pobreza.....	51
Gráfico 30. Hogares receptores de remesas, según área y región.....	52
Gráfico 31. Porcentaje de hogares receptores de remesas, según remesa mensual recibida.....	53
Gráfico 32. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar y remesa mensual recibida.....	53
Gráfico 33. Hogares receptores de remesas, según destino de la remesa mensual recibida.....	54
Gráfico 34. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar y principales destinos de las remesas mensuales recibidas.....	55
Gráfico 35. Hogares receptores de remesas, según área y principales destinos de remesas mensuales recibdas.....	55
Gráfico 36. Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor, octubre 2005-diciembre 2017.....	58
Gráfico 37. Atenciones por sector 2017.....	60
Gráfico 38. Denuncias por sector, 2017.....	62
Gráfico 39. Montos recuperados en los Centros de Solución de Controversias, por sector, 2017.....	64

Índice de Tablas

	14
Tabla 1. Variación del IPC según divisiones. Octubre 2016 - Octubre 2017.....	
Tabla 2. Porcentaje de hogares con equipamiento de equipo o aparatos, a nivel nacional y según área (%)......	20
Tabla 3. Recuento de hogares con equipamiento de equipo o aparatos, 2010 2016.....	20
Tabla 4. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares a nivel total país (%), 2012-2016.....	24
Tabla 5. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares urbanos (%), 2012-2016.....	24
Tabla 6. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares rurales (%), 2012-2016.....	24



Tabla 7. Ingresos promedios mensuales, gastos y remesas, total país 2011-2016...	25
Tabla 8. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, total país, 2007-2016.....	26
Tabla 9. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, área urbana, 2007-2016.....	28
Tabla 10. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, área rural, 2007-2016.....	28
Tabla 11. Consumo promedio mensual de los hogares según componente de gasto de educación y gasto en salud, total país, 2007-2016.....	29
Tabla 12. Gasto promedio mensual en principales alimentos de consumo de los hogares salvadoreños, 2016.....	34
Tabla 13. Hogares receptores de remesas según edad y sexo del jefe de hogar...	51
Tabla 14. Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor, enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones).....	58
Tabla 15. Atenciones brindadas por departamento enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones).....	59
Tabla 16. Atenciones por oficina 2016.....	59
Tabla 17. Atenciones por oficina 2017 (Incluye proyecciones).....	59
Tabla 18. Atenciones recibidas a través de medios descentralizados, enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones).....	60
Tabla 19. Atenciones por sector enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)...	61
Tabla 20. Denuncias por sector enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)...	62
Tabla 21. Atenciones por motivo enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)...	63



Presentación

Presentación

La Defensoría del Consumidor (DC) pone a disposición de la comunidad académica, profesionales, sector empresarial, organizaciones y consumidores, el presente monitoreo de indicadores relevantes de consumo en El Salvador. Este documento expone indicadores macroeconómicos y analiza las características centrales de los hogares en cuanto al gasto en bienes y servicios, adquisición de alimentos, equipamiento del hogar, uso de tecnologías de información y comunicación, destino de remesas, etc. A su base, la investigación contiene indicadores de la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples (EHPM) del año 2016 y las estadísticas registradas por el Banco Central de Reserva (BCR) y otras fuentes oficiales.

Así, entre los hallazgos más relevantes se encuentran:

- El consumo mantiene un significativo impacto en la actividad económica. Asimismo, se ha identificado estabilidad en la inflación del país y mejoras en la capacidad adquisitiva de la ciudadanía.
 - El teléfono celular es el aparato más popular ya que el 92.7% de los hogares están equipados con al menos uno; otros productos con alta presencia en los hogares son: la televisión (86.8%), cocina de gas propano (85.5%), plancha (69.4%), refrigeradora (68.8%) y licuadora (57.4%).
 - Para el período 2010-2016, se evidencian disminuciones significativas en cuanto al equipamiento de los siguientes productos: radio (-11.17%), planchas (-6.34%) y videocasetera o DVD (-4.76%).
 - Para el año 2016, los productos y servicios de telecomunicaciones donde se destinan mayores montos de gasto promedio de los hogares a nivel nacional son: Internet (\$18.44), Telefonía fija (\$17.67) y Cable (\$16.37).
- Entre los alimentos adquiridos, destacan 5 que son reportados por más de la tercera parte de los hogares: pan y cereales (39.9%); leche, queso y huevos (38.9%); Azúcar, mermelada, miel, chocolate y dulces de azúcar (37.2%); aceites y grasas (37.0%); legumbres y hortalizas (35.9%); y café, té y cacao (33.5%).
- Desde 1990 hasta el 2016, el porcentaje que representan las remesas respecto al Producto Interno Bruto (PIB) del país se ha incrementado de 7.5% a 17.1%. En el año 2016, las remesas acumularon el monto más alto en la historia \$4,576.04 millones y el mayor crecimiento de los últimos diez años.
 - Entre enero y octubre de 2017, el BCR reporta un ingreso por remesas familiares por un monto de \$4,112.3 millones, mostrando un aumento del 10.30% (\$384.2 millones) respecto al mismo periodo del año anterior.
 - La mayor proporción de los hogares, 110,130 (28.8%) recibe remesas entre \$46 y \$113 mensuales.
 - De la mayor parte de los hogares que reciben una remesa mensual en divisas, 369,545 (84.13%) destinan este ingreso al consumo del hogar como alimento y vestido; 22,516 (5.13%) hogares lo destinan a gasto en educación; 10,828 (2.47%) lo dedican al ahorro y únicamente 7,976 (1.82%) hogares lo dedican a otros gastos médicos permanentes como exámenes de laboratorio o compra de medicinas.
 - Según las estadísticas de la Defensoría del Consumidor, en 2017, la Defensoría del Consumidor ha brindado más de 76,000 atenciones a la ciudadanía. Dato que registra un crecimiento del 8.82% con relación al año anterior.



- Asimismo, en comparación con el año anterior, se observa que las atenciones recibidas a través de medios descentralizados se han incrementado un 33.89% (7,904), siendo las defensorías móviles y los medios electrónicos las formas de recepción que más aportaron a tal variación, con aumentos de 3,524 (38.08%) y 3,416 (50.26%) atenciones, respectivamente.

- Finalmente, durante 2017, fueron 3 los sectores que originan el mayor número de atenciones que recibe la Defensoría del Consumidor: telecomunicaciones, créditos y agua potable. En conjunto, registran 42,188 atenciones, equivalentes al 56.09% del total.

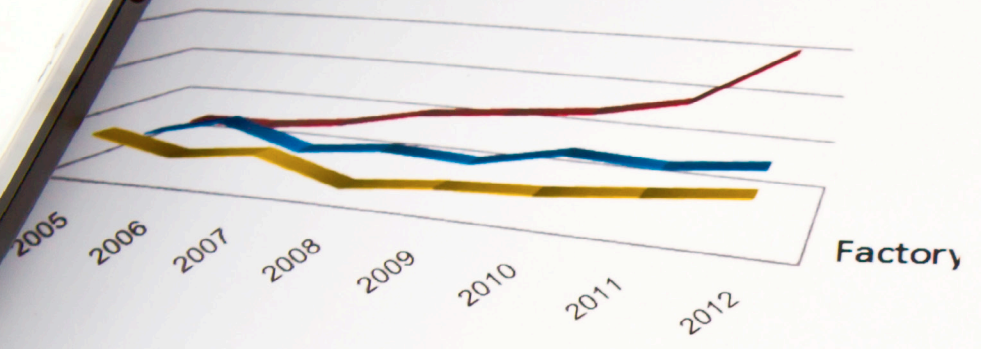
Esperamos que el documento contribuya al análisis del consumo en El Salvador, al debate de la formulación e implementación de políticas públicas y al mapeo de las nuevas tendencias en hábitos, preferencias y tendencias en el comportamiento de la ciudadanía.

Licda. Yanci Urbina
Presidenta de la Defensoría del Consumidor

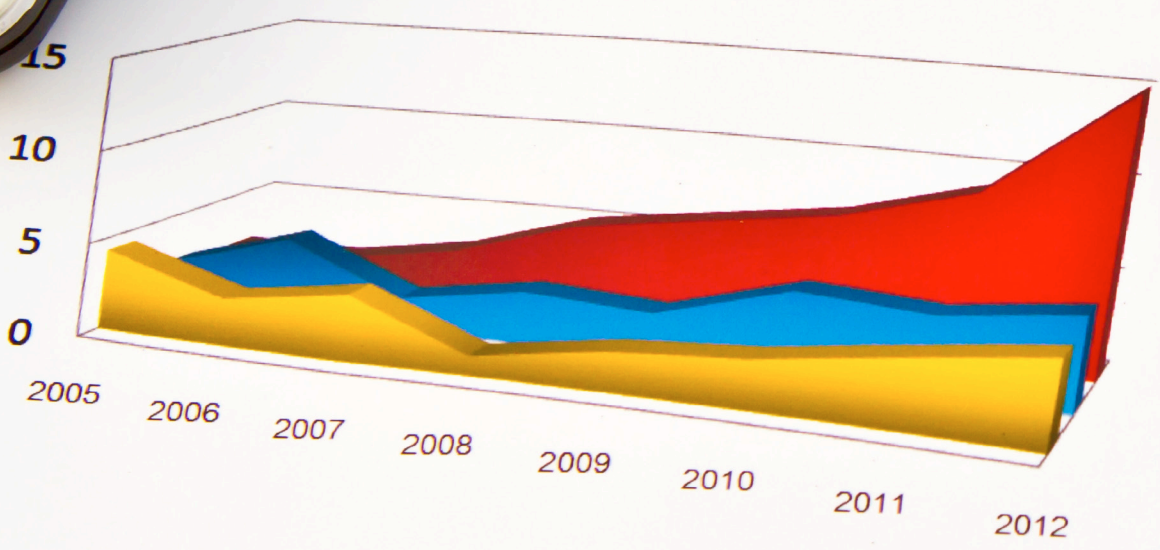




Factory A ■ Factory B ■ Factory C



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
■ Factory A	4.3	2.5	3.5	1	2	2.5	3.5	4.5
■ Factory B	2.4	4.4	1.8	2.8	2.4	4.4	4	5
■ Factory C	2	2	3	5	6	7	9	15



■ Factory A ■ Factory B ■ Factory C



I. Perspectiva macroeconómica del consumo

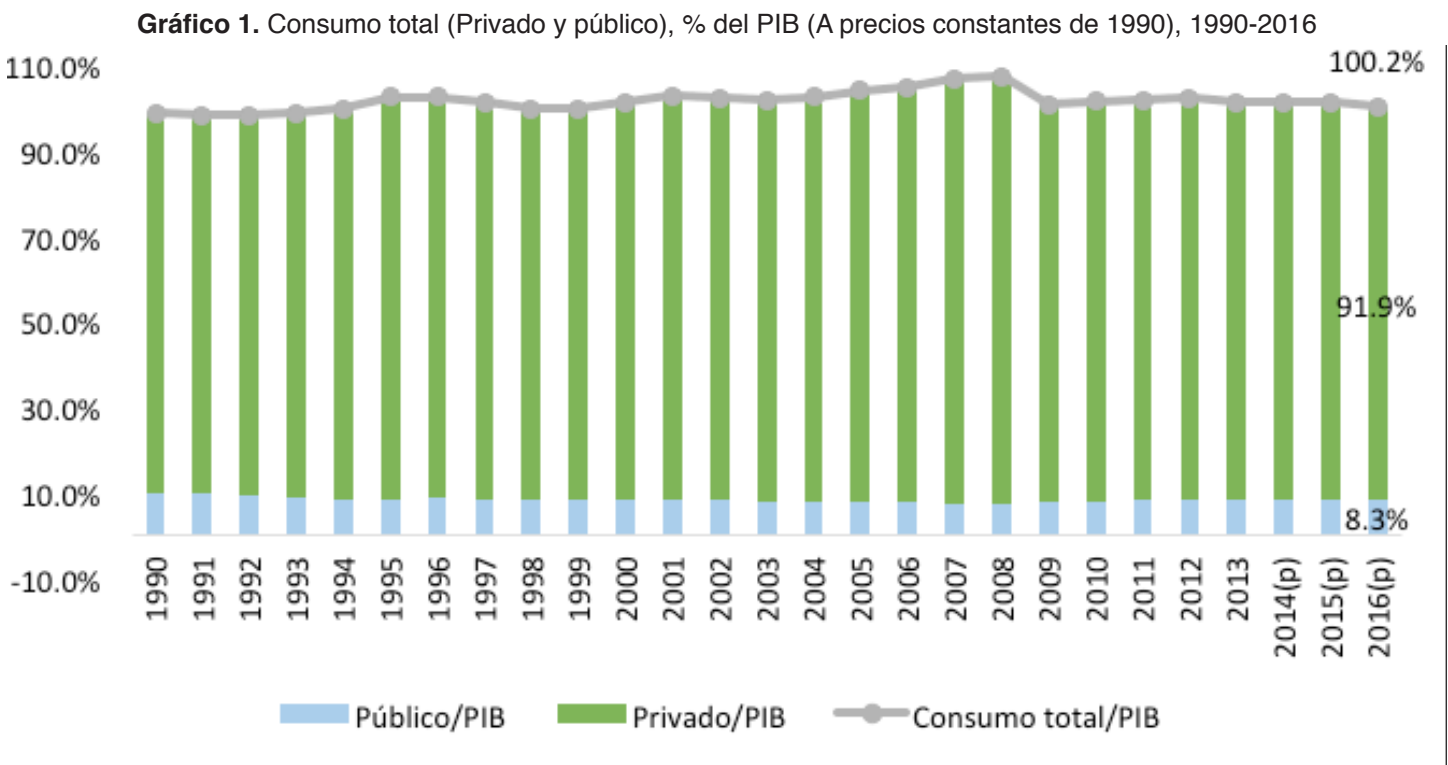
I. Perspectiva macroeconómica del consumo

a. Consumo Agregado

El consumo agregado constituye un componente importante de la producción, nexo que se consolida vía demanda agregada. Se ha determinado que a mayor consumo, se eleva la demanda agregada y con ello los niveles de producción de la economía. Fundamentalmente, existe una reacción continua entre la oferta y la demanda agregada. De ahí que, el consumo total es un indicador relevante del desempeño económico del país.

De acuerdo al Banco Central de Reservas (BCR), el consumo total se contabiliza como la agregación de los gastos que realizan los hogares residentes en bienes nuevos duraderos y no duraderos y servicios (consumo privado); más, el valor de los bienes y servicios producidos por la administración pública (consumo público).

Así, según datos del BCR, en 2016, el consumo total alcanzó los \$10,247.3 millones, de los cuales el 8.3% (\$850.8) corresponden al consumo público y el 91.7% (9,396.5) al consumo privado. Asimismo, el consumo total alcanzó el 100.2% con respecto al Producto Interno Bruto (PIB). El consumo privado representó el 91.9% y el público 8.3%, respecto al PIB. Comparando, el consumo total del 2016 y del 2017, se identifica un crecimiento del 1.17%.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Central de Reserva (BCR), 2016.

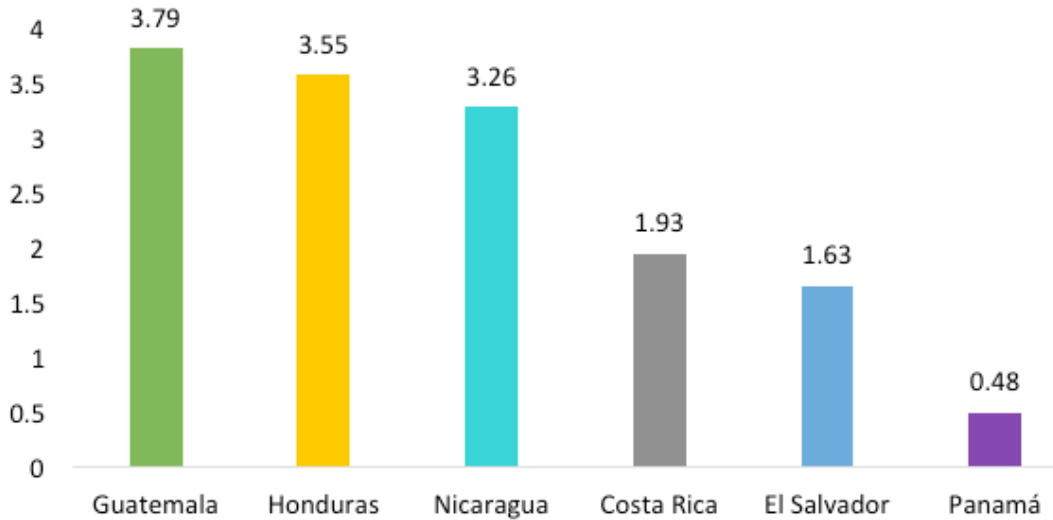
b. Inflación

Tomando como referencia los índices de Precios al Consumidor, según datos del Consejo Monetario Centroamericano, El Salvador posee una inflación acumulada a octubre de 2017 de



1.63%, siendo la segunda inflación más baja de la región. Únicamente Panamá cuenta con una inflación más baja que la registrada en El Salvador.

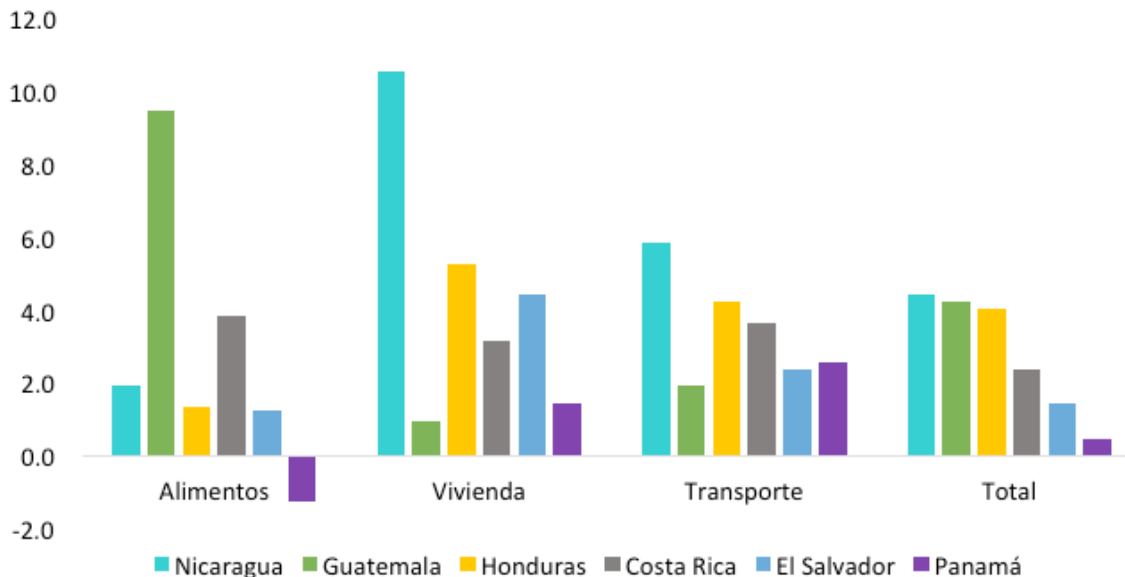
Gráfico 2. Inflación acumulada en Centroamérica (%), octubre 2017



Fuente: Consejo Monetario Centroamericano, 2017.

Al contrastar los datos de octubre 2016 y octubre 2017, en forma desagregada, se identifica que en Guatemala y Costa Rica, el rubro que mayor inflación interanual registró fue el de alimentos. Mientras que, en Honduras, Nicaragua y El Salvador fue vivienda, que incluye divisiones relacionadas a los servicios y a la vivienda misma; y, en Panamá fue el rubro de transporte.

Gráfico 3. Inflación interanual, según rubros relevantes, (%), octubre 2016 y 2017

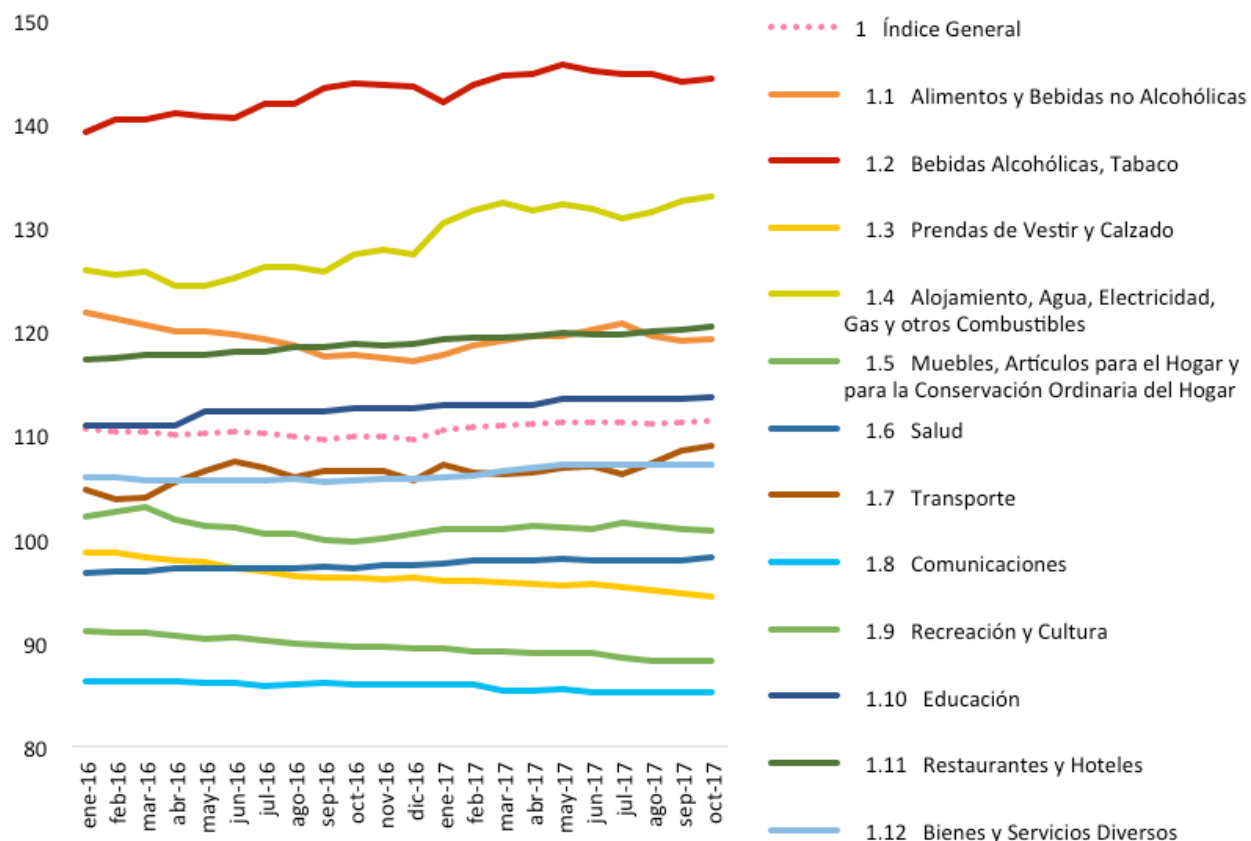


Fuente: Consejo Monetario Centroamericano, 2017.

En el caso de El Salvador, se observa el comportamiento relativamente estable del Índice de Precios al Consumidor (IPC). En enero de 2016, el índice fue de 110.67 y en octubre 2017 se registra un valor de 111.36. El gráfico siguiente muestra la tendencia del IPC y de los componentes que lo conforman.



Gráfico 4. Índice de Precios al Consumidor (IPC). Enero 2016 - octubre 2017



Fuente: Elaboración propia con base en datos del BCR. 2016-2017.

Es oportuno señalar que, en El Salvador, el IPC sirve para monitorear la evolución de los precios de 238 artículos: 196 bienes y 42 servicios representativos de los patrones de consumo de los hogares, con relación a un mes base: diciembre de 2009.

Respecto a la variación interanual descrita anteriormente, las divisiones completas registran el comportamiento siguiente:

Tabla 1. Variación del IPC según divisiones. Octubre 2016 - Octubre 2017

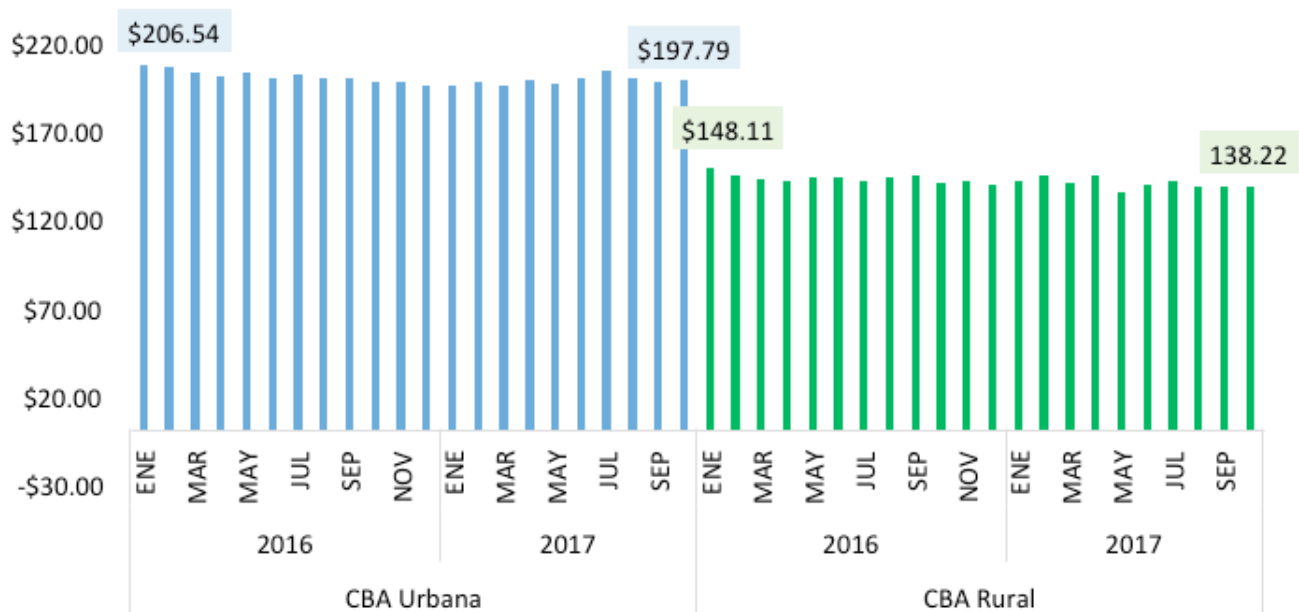
Divisiones del Índice de Precios al Consumidor	IPC		Variación Punto a Punto	
	oct-16	oct-17	Nominal	%
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	117.80	119.20	1.4	1.19%
Bebidas Alcohólicas, Tabaco	143.82	144.24	0.42	0.29%
Prendas de Vestir y Calzado	96.15	94.35	-1.8	-1.87%
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y otros Combustibles	127.40	133.00	5.6	4.40%
Muebles, Artículos para el Hogar y para la Conservación Ordinaria del Hogar	99.79	100.88	1.09	1.09%
Salud	97.27	98.26	0.99	1.02%
Transporte	106.42	108.89	2.47	2.32%
Comunicaciones	86.04	85.16	-0.88	-1.02%
Recreación y Cultura	89.60	88.27	-1.33	-1.48%
Educación	112.44	113.56	1.12	1.00%
Restaurantes y Hoteles	118.75	120.45	1.7	1.43%
Bienes y Servicios Diversos	105.59	107.04	1.45	1.37%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del BCR. 2016-2017

c. Costo de la Canasta Básica Alimentaria

Otro indicador relevante es el costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), el cual constituye el monto necesario para cubrir el requerimiento mínimo calórico que necesita una persona para desarrollar un trabajo. En el gráfico siguiente se evidencia que tanto en el área urbana como rural el comportamiento que ha mantenido a lo largo del período ha sido relativamente estable. Al comparar enero 2016 y octubre 2017, la CBA Urbana y Rural registran disminuciones significativas de -\$8.75 (-4.24%) y -\$9.89 (-6.68%), respectivamente.

Gráfico 5. Costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), área Urbana y Rural. 2016-2017, (\$) Mensuales por familia



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la DIGESTYC. 2016-2017

Asimismo, la variación acumulada (enero 2016 – octubre 2016) y (enero 2017 - octubre 2017), en el costo de la Canasta Básica Alimentaria es de -\$3.30 (-1.64%) para el área urbana y de -\$3.11 (-2.17%) en el área rural.

En general, El Salvador ha experimentado mejoras en la capacidad adquisitiva de la ciudadanía que se ha beneficiado con el Decreto de Salarios Mínimos aprobado en 2016 y que entró en vigencia en 2017, debido fundamentalmente a que los ingresos se incrementaron significativamente y los precios han tendido a estar estables.





WASHING
6kg
Water Action

Power

Time

MICROWAVE

MICROWAVE

II. Acceso y equipamiento de los hogares

II. Acceso y equipamiento de los hogares

La Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016 refleja que el teléfono celular es el aparato más popular ya que el 92.7% de los hogares están equipados con al menos uno, lo que significa que el acceso a dicho producto es amplio a nivel de país.

En el gráfico siguiente puede observarse otros productos con alta presencia en los hogares, entre los que destacan: televisión (86.8%), cocina de gas propano (85.5%), plancha (69.4%), refrigeradora (68.8%) y licuadora (57.4%). Asimismo, los productos con menor presencia en los hogares son: motocicleta (4.4%), tanque o cisterna (4.1%), videojuegos (2.0%), secadora (1.2%), aire acondicionado (1.2%), cocina eléctrica (1.1%) y generador eléctrico (0.1%).



*Porcentaje de hogares que utilizan gas propano para cocinar.

**Porcentaje de hogares que utilizan electricidad para cocinar.

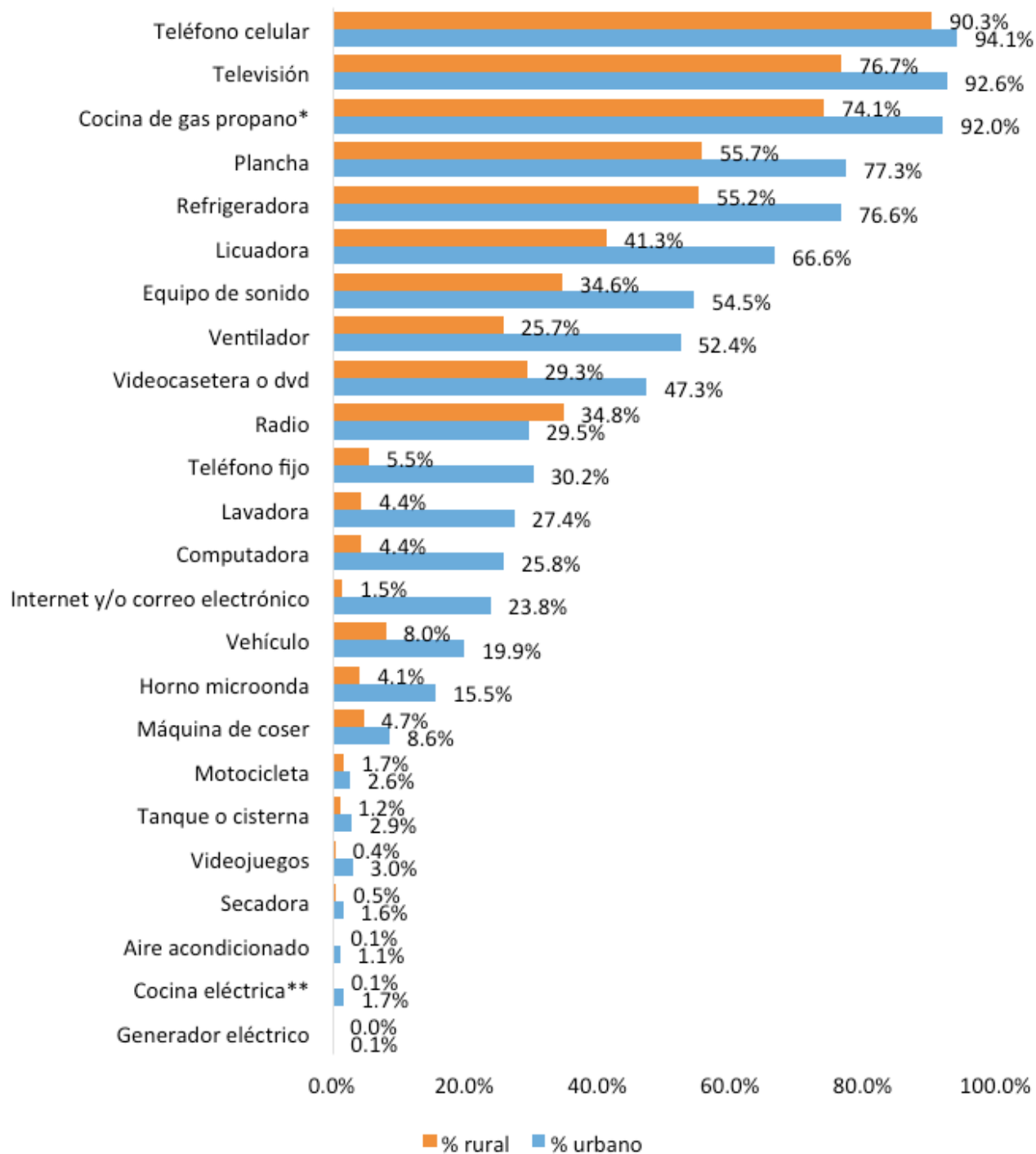
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

El gráfico siguiente muestra el detalle del porcentaje de hogares que registra tenencia de equipos o aparatos para el hogar, según área urbana y rural. En general, es oportuno destacar que en 23 de los 24 productos presentados, los hogares del área urbana poseen mayor equipamiento de los mismos.

La excepción corresponde a la radio, donde el 34.8% de los hogares del área rural manifestó contar con al menos un equipo de este tipo, mientras que en el área urbana el 29.5% señaló contar con radio.



Gráfico 7. Hogares equipados con al menos un aparato según área (%)



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Además, al calcular las variaciones en el porcentaje de hogares urbanos respecto a los rurales con equipamiento, se encuentran importantes diferencias, las mayores corresponden a ventilador (26.7%), licuadora (25.3%), teléfono fijo (24.7%), lavadora (23.0%) e internet (22.3%).



Tabla 2. Porcentaje de hogares con equipamiento de equipo o aparatos, a nivel nacional y según área (%)

	País	Urbano	Rural	Diferencia (urbano - rural)
Teléfono celular	92.7%	94.1%	90.3%	3.8%
Televisión	86.8%	92.6%	76.7%	15.9%
Cocina de gas propano	85.5%	92.0%	74.1%	17.9%
Plancha	69.4%	77.3%	55.7%	21.6%
Refrigeradora	68.8%	76.6%	55.2%	21.4%
Licuadora	57.4%	66.6%	41.3%	25.3%
Equipo de sonido	47.3%	54.5%	34.6%	19.9%
Ventilador	42.7%	52.4%	25.7%	26.7%
Videocasetera o DVD	40.7%	47.3%	29.3%	18.0%
Radio	31.4%	29.5%	34.8%	-5.3%
Teléfono fijo	21.2%	30.2%	5.5%	24.7%
Lavadora	19.1%	27.4%	4.4%	23.0%
Computadora	18.1%	25.8%	4.4%	21.4%
Internet y/o correo electrónico	15.7%	23.8%	1.5%	22.3%
Vehículo	15.6%	19.9%	8.0%	11.9%
Horno microonda	11.4%	15.5%	4.1%	11.4%
Máquina de coser	7.2%	8.6%	4.7%	3.9%
Motocicleta	4.4%	2.6%	1.7%	0.9%
Tanque o cisterna	4.1%	2.9%	1.2%	1.7%
Videojuegos	2.0%	3.0%	0.4%	2.6%
Secadora	1.2%	1.6%	0.5%	1.1%
Aire acondicionado	1.2%	1.1%	0.1%	1.0%
Cocina eléctrica	1.1%	1.7%	0.1%	1.6%
Generador eléctrico	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Además, al calcular las variaciones en cantidad de hogares con equipamiento de determinados productos, para el período 2010-2016, se encuentran importantes incrementos y disminuciones en algunos aparatos o electrodomésticos. Por ejemplo, la tabla siguiente muestra los artículos que evidencian disminuciones más significativas en la cantidad de hogares con su equipamiento: radio (-11.17%), planchas (-6.34%) y videocasetera o DVD (-4.76%). Por otro lado, los artículos con mayores incrementos en hogares que los poseen se encuentran: cocina de gas (14.69%), refrigerador (8.32%) y ventilador (6.67%).

Tabla 3. Recuento de hogares con equipamiento de equipo o aparatos, 2010-2016

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Diferencia 2010-2016	
Televisor	1,313,171	1,341,351	1,389,582	1,440,210	1,488,527	1,534,218	1,549,788	236,617	3.74%
Cocina de gas propano	1,118,380	1,203,077	1,217,944	1,189,644	1,436,906	1,486,900	1,525,235	406,855	14.69%
Plancha	1,197,159	1,223,633	1,241,713	1,277,028	1,299,054	1,309,489	1,238,986	41,827	-6.34%
Refrigeradora	955,959	982,099	1,029,307	1,102,027	1,151,012	1,181,048	1,228,056	272,097	8.32%
Licuadora	823,283	865,742	903,925	964,829	1,004,614	986,088	1,024,566	201,283	5.31%
Equipo de sonido	766,910	777,149	783,345	813,032	811,687	853,181	843,386	76,476	-1.28%
Ventilador	569,097	591,259	619,354	665,778	687,702	692,191	761,837	192,740	6.67%
Video casetera o DVD	718,910	715,410	729,396	764,147	790,073	770,580	726,924	8,014	-4.76%
Radio	673,237	668,719	636,134	559,123	574,315	570,493	561,063	-112,174	-11.17%

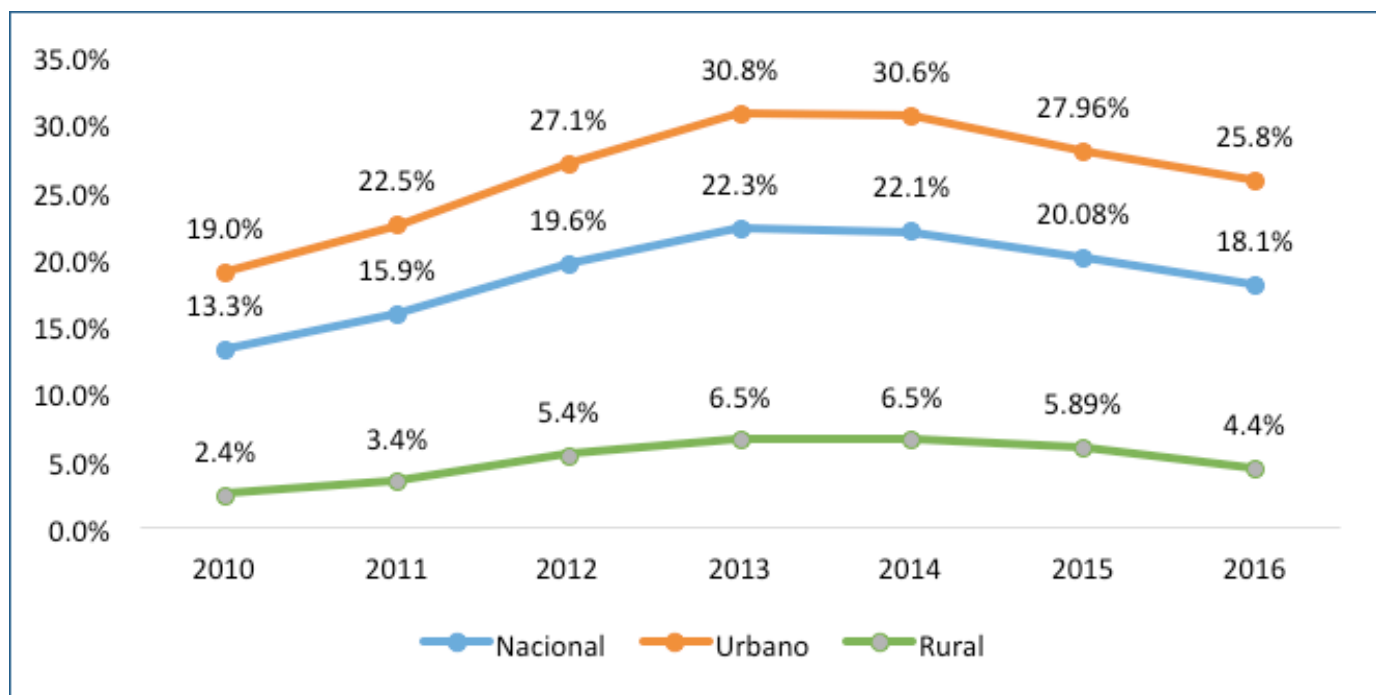
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2010-2016.



Además, al calcular las variaciones en cantidad de hogares con equipamiento de determinados productos, para el período 2010-2016, se encuentran importantes incrementos y disminuciones en algunos aparatos o electrodomésticos. Por ejemplo, la tabla siguiente muestra los artículos que evidenciaron disminuciones más significativas en la cantidad de hogares con su equipamiento: radio (-11.17%), planchas (-6.34%) y videocasetera o DVD (-4.76%). Por otro lado, los artículos con mayores incrementos en hogares que los poseen se encuentran: cocina de gas (14.69%), refrigerador (8.32%) y ventilador (6.67%).

Los resultados muestran una marcada diferencia entre el área urbana y rural. En la urbana, el 25.8% de los hogares afirmaron que contaban con computadoras, mientras que solamente el 4.4% de los hogares en el área rural expresó tener dicho equipo, el cual es una herramienta tecnológica clave para la conectividad, educación, negocios y el desarrollo económico.

Gráfico 8. Hogares equipados con computadora según área, 2010-2016, (%)



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2010-2016.





III. Consumo de los hogares en bienes y uso de servicios

III. Consumo de los hogares en bienes y uso de servicios

La tabla siguiente presenta los principales grupos de artículos y servicios con mayor porcentaje de hogares registrados, con el respectivo monto promedio que invierten mensualmente. Dentro de estos se observa que, en promedio de 2012 a 2016, el rubro de Cuidado personal fue registrado por el 97.78% de los hogares, le sigue el grupo de Artefactos para el hogar y Prendas de vestir con el 79.28% y 52.80%, respectivamente. Además, se identifica un segundo segmento: Calzado con 50.50%, Servicio de transporte con 41.62% y funcionamiento de equipo de transporte personal con el 9.66%.

Tabla 4. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares a nivel total país (%), 2012-2016

Grupo de Artículos y Servicios	2012		2013		2014		2015		2016	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Cuidado personal	\$12.70	99.50%	\$13.30	99.60%	\$13.70	95.80%	\$14.10	99.50%	\$14.59	94.50%
Artefactos para el hogar	\$12.00	99.10%	\$12.20	99.00%	\$12.20	95.20%	\$12.10	99.10%	\$12.23	4.00%
Prendas de vestir	\$8.70	48.10%	\$9.40	54.10%	\$9.30	48.60%	\$9.60	47.60%	\$8.37	65.60%
Calzado	\$6.60	47.50%	\$7.40	52.10%	\$7.30	46.90%	\$8.10	44.20%	\$6.65	61.80%
Servicio de transporte	\$4.50	46.30%	\$5.00	48.10%	\$4.80	40.30%	\$5.40	35.00%	\$7.44	38.40%
Funcionamiento de equipo de transporte personal	\$26.80	7.90%	\$22.70	9.60%	\$24.00	8.60%	\$26.40	8.60%	\$37.81	13.60%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2012-2016.

A continuación se presentan los datos desagregados por tipo de zona geográfica (urbana y rural).

Tabla 5. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares urbanos (%), 2012-2016

Grupo de Artículos y Servicios	2012		2013		2014		2015		2016	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Cuidado personal	\$14.20	99.60%	\$14.60	99.60%	\$15.20	96.30%	\$15.50	99.70%	\$16.03	95.20%
Artefactos para el hogar	\$12.70	99.20%	\$12.90	99.00%	\$13.10	95.60%	\$12.90	99.10%	\$13.68	4.40%
Prendas de vestir	\$9.80	49.80%	\$10.60	57.10%	\$10.60	50.70%	\$10.70	49.40%	\$9.35	68.20%
Calzado	\$7.50	49.10%	\$8.40	55.20%	\$8.40	48.60%	\$9.40	45.70%	\$7.42	65.10%
Servicio de transporte	\$4.70	39.60%	\$5.20	42.90%	\$5.20	35.70%	\$4.60	24.90%	\$8.15	34.00%
Funcionamiento de equipo de transporte personal	\$28.10	9.90%	\$23.40	12.00%	\$24.80	10.60%	\$27.40	10.40%	\$41.62	16.10%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2012-2016.

Tabla 6. Consumo promedio mensual (\$) de los artículos y servicios adquiridos por los hogares rurales (%), 2012-2016

Grupo de Artículos y Servicios	2012		2013		2014		2015		2016	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Cuidado personal	\$9.80	99.30%	\$10.80	99.50%	\$10.90	94.80%	\$15.50	94.80%	\$12.02	93.40%
Artefactos para el hogar	\$10.50	98.90%	\$11.00	99.10%	\$10.50	94.40%	\$12.90	94.40%	\$8.95	3.40%
Prendas de vestir	\$6.30	44.70%	\$6.80	48.60%	\$6.50	44.60%	\$6.50	44.60%	\$6.47	61.20%
Calzado	\$4.80	44.50%	\$5.40	46.50%	\$5.10	43.80%	\$5.10	43.80%	\$5.07	56.10%
Servicio de transporte	\$4.30	59.10%	\$4.80	57.80%	\$4.40	48.70%	\$4.40	48.70%	\$6.53	46.00%
Funcionamiento de equipo de transporte personal	\$21.00	4.00%	\$19.40	5.20%	\$21.30	5.10%	\$21.30	5.10%	\$26.10	9.20%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2012-2016.



Otro dato relevante a monitorear es el ingreso, que en la EHPM se conforma por el ingreso familiar mensual y las remesas recibidas por hogar.

A nivel país, en el período 2006-2016, los ingresos registran una tendencia creciente. En 2016, los ingresos mensuales de los hogares fueron de \$545.93, segundo mayor ingreso registrado en el período en estudio. De igual forma, los gastos mensuales de los hogares registran una tendencia levemente creciente. En 2016, los gastos mensuales de los hogares alcanzaron \$374.89.

Así, para el año 2016, la brecha entre los ingresos y gastos mensuales de los hogares fue de \$171.04. Por otro lado, en 2016, las remesas promedio mensuales por hogar fueron de \$185.99.

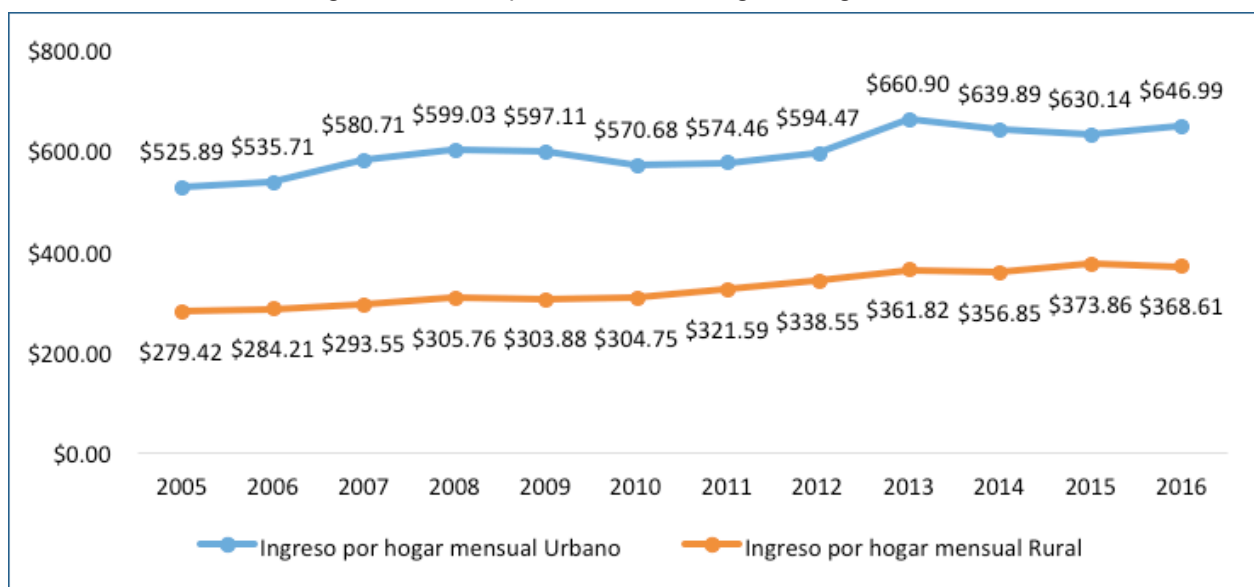
Tabla 7. Ingresos promedios mensuales, gastos y remesas, total país 2011-2016

Concepto	2014	2015	2016
Ingreso por hogar mensual	\$539.74	\$538.65	\$545.93
Gasto por hogar mensual	\$392.38	\$388.95	\$374.89
Remesa por hogar mensual	\$180.82	\$192.36	\$185.99
Total de hogares con remesa	350.481	353,010	382,734
Porcentaje de hogares con remesa	20.35%	20.04%	21.45%
Total de hogares	1,722,075	1,761,772	1,784,558

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2011-2016.

Las variables de ingresos y gastos de los hogares, desagregados por zonas geográficas, evidencian diferencias considerables. El gráfico siguiente muestra que, en 2016, la brecha en el ingreso es de \$278.38. Para el 2016, la brecha entre el ingreso urbano y rural es mayor a la registrada en 2015, ya que el ingreso urbano presenta un incremento de \$16.85 mientras que el ingreso rural disminuyó en \$5.25.

Gráfico 9. Ingreso mensual promedio de los hogares según área, 2005-2016

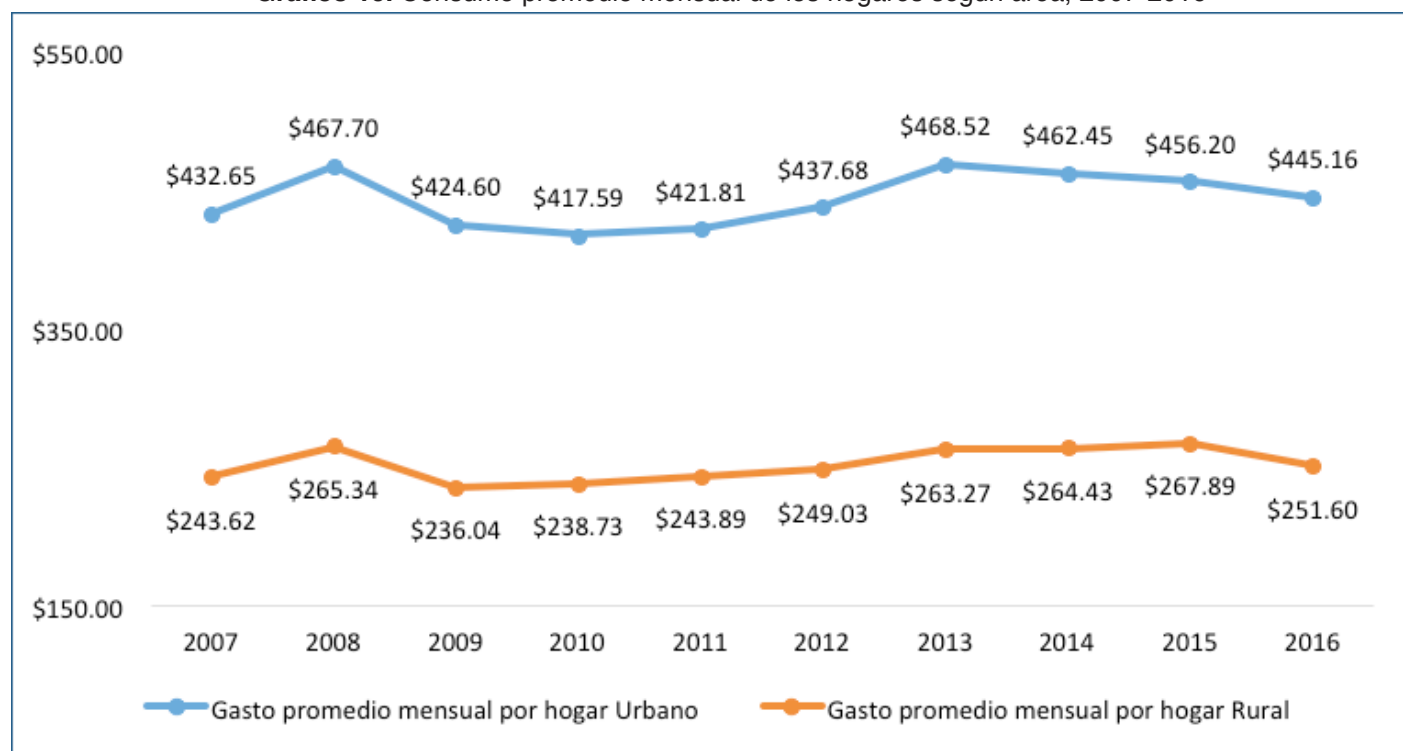


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2011-2016.

En concordancia con la brecha que se observa en los ingresos, el consumo muestra similar tendencia. Así, en 2016, la brecha en el gasto realizado por los hogares del área urbana y rural fue de \$193.56.



Gráfico 10. Consumo promedio mensual de los hogares según área, 2007-2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016.

Otro indicador relevante del hogar es el consumo promedio mensual que estos registran por el pago de diferentes servicios básicos, entre los más relevantes están: Servicio de agua, Electricidad, Gas licuado de petróleo (GLP) y Servicios de telecomunicación (teléfono fijo, móvil, cable e internet). Para el año 2016, los productos y servicios donde se destinan mayores montos de consumo promedio mensual de los hogares son: Internet (\$19.93), Electricidad (\$16.56) y Pago de vigilancia (\$15.67).

Tabla 8. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, total país, 2007-2016

Servicio/producto	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Agua	\$8.23	\$6.68	\$6.68	\$7.98	\$6.95	\$7.00	\$7.01	\$6.84	\$6.67	\$9.24
Electricidad	\$15.77	\$15.09	\$15.09	\$16.00	\$15.75	\$16.72	\$17.06	\$17.49	\$17.24	\$16.56
Gas propano	\$4.68	\$5.30	\$5.30	\$5.56	\$7.69	\$7.29	\$6.10	\$7.50	\$6.72	\$6.50
Gasolina/diésel	\$23.07	\$14.28	\$14.28	\$21.14	\$7.59	n.d.	\$11.40	\$10.39	\$10.47	n.d.
Leña	\$8.40	\$9.43	\$9.43	\$9.19	\$10.03	\$8.58	\$8.41	\$9.73	\$8.95	\$8.63
Teléfono Fijo	\$17.97	\$16.93	\$16.93	\$16.71	\$17.43	\$18.56	\$20.58	\$21.32	\$21.46	\$8.81
Celular	\$13.48	\$12.54	\$11.18	\$10.72	\$9.72	\$10.58	\$11.24	\$10.75	\$10.56	\$10.01
Cable	\$16.26	\$17.28	\$17.28	\$16.62	\$15.94	\$15.91	\$16.27	\$16.51	\$16.49	\$15.17
Internet	\$12.73	\$12.13	\$12.13	\$23.63	\$17.88	\$21.75	\$20.57	\$22.10	\$21.53	\$19.93
Pago de vigilancia	\$10.76	\$12.17	\$12.17	\$11.94	\$13.90	\$12.96	\$13.74	\$13.84	\$13.38	\$15.67

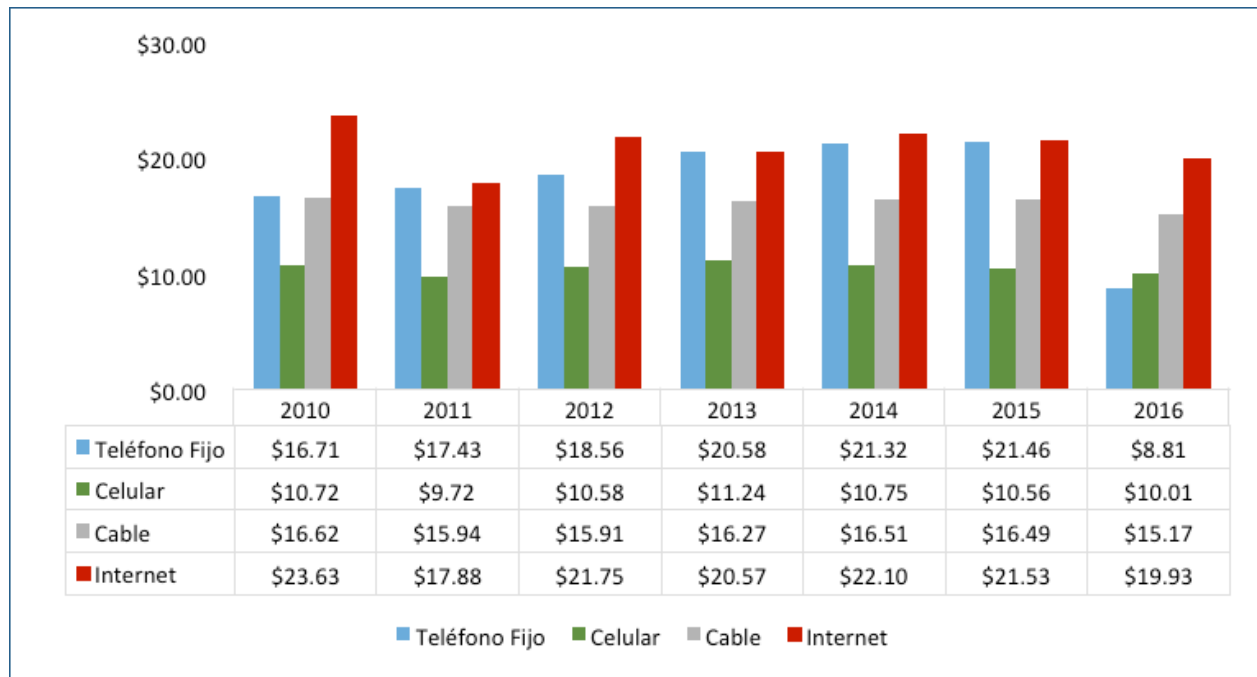
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016.

En el siguiente gráfico se muestra la tendencia en el consumo promedio mensual de los servicios de telecomunicaciones para el período 2010-2016. El teléfono fijo presenta un gasto promedio mensual de \$21.46 para el 2015, pero el dato de 2016 hace cambiar la tendencia del gasto promedio mensual con un valor de \$8.81. Al comparar el consumo promedio mensual en teléfono fijo registrado en 2016 respecto al registrado en 2010, este es inferior en \$7.90 (-47.28%); mientras que los servicios de cable y celular tienden a mantener el monto asignado de consumo



promedio anual estable. Por su parte, el servicio de internet presenta una leve disminución en el consumo promedio mensual, para el año 2016, alcanza un valor de \$19.93, mientras que para el 2010 alcanzó \$23.63, lo que representa una variación a la baja del -15.66%.

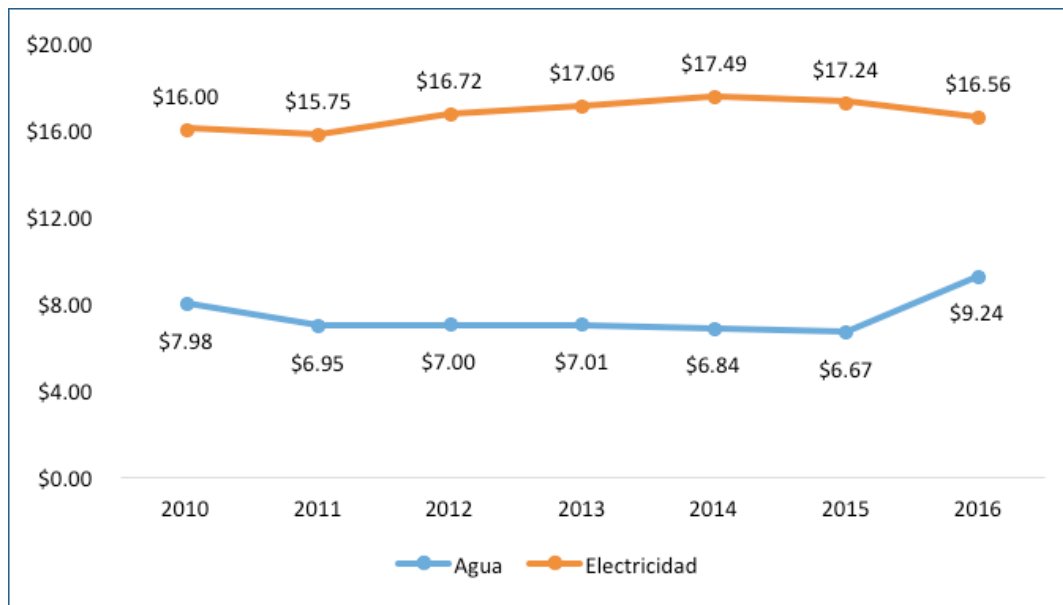
Gráfico 11. Consumo promedio mensual de los hogares en servicios de Telecomunicación. 2010-2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2010-2016.

Respecto a los servicios de energía eléctrica y agua, el siguiente gráfico muestra que el consumo promedio registrado por los hogares para 2016 fue de \$16.56 y \$9.24, respectivamente; superior en 3.5% y 15.79%, con relación al 2010.

Gráfico 12. Consumo promedio mensual de los hogares en Energía Eléctrica y Agua, 2010-2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2010-2016.



Al observar el consumo promedio mensual por servicio del hogar según área, se identifica una considerable brecha por tipo de servicios. Por ejemplo, el gasto reportado en electricidad, para el 2016, fue de \$20.32 en el área urbana y de \$9.51 en el área rural, lo que implica una brecha de \$10.81 entre el gasto promedio mensual asignado a la electricidad del área urbana respecto al área rural.

Tabla 9. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, área urbana, 2007-2016

Servicio/producto	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Agua	\$9.32	\$7.19	\$7.08	\$8.99	\$7.65	\$7.68	\$7.66	\$7.39	\$7.16	\$10.63
Electricidad	\$18.07	\$17.38	\$19.26	\$19.00	\$18.80	\$19.93	\$20.75	\$21.46	\$21.04	\$20.32
Gas propano	\$4.65	\$5.26	\$5.53	\$5.52	\$7.64	\$7.43	\$6.24	\$7.82	\$6.92	\$6.59
Gasolina/diésel	\$18.50	\$6.00	\$17.20	\$36.45	\$9.39	n.d.	\$11.78	\$10.92	\$10.72	n.d.
Leña	\$7.89	\$9.09	\$8.97	\$8.83	\$10.29	\$8.33	\$7.64	\$9.49	\$9.38	\$7.44
Teléfono Fijo	\$18.83	\$17.62	\$17.64	\$17.67	\$18.39	\$19.59	\$21.86	\$22.65	\$22.69	\$9.26
Celular	\$15.73	\$14.58	\$12.73	\$12.54	\$11.23	\$12.41	\$13.27	\$12.69	\$12.48	\$11.80
Cable	\$16.42	\$17.42	\$17.78	\$16.88	\$16.31	\$16.41	\$16.88	\$17.21	\$17.32	\$15.54
Internet	\$13.19	\$12.84	\$26.01	\$23.77	\$18.21	\$22.01	\$20.74	\$22.14	\$21.58	\$19.94
Pago de vigilancia	\$10.85	\$12.17	\$11.90	\$11.94	\$13.90	\$12.96	\$13.74	\$13.67	\$13.08	\$15.68

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016.

Otro indicador relevante del hogar es el consumo promedio mensual que estos registran por el pago de diferentes servicios básicos, entre los más relevantes están: Servicio de agua, Electricidad, Gas licuado de petróleo (GLP) y Servicios de telecomunicación (teléfono fijo, móvil, cable e internet). Para el año 2016, los productos y servicios donde se destinan mayores montos de consumo promedio mensual de los hogares son: Internet (\$19.93), Electricidad (\$16.56) y Pago de vigilancia (\$15.67).

Tabla 10. Consumo promedio mensual de los hogares según producto/servicio, área rural, 2007-2016

Servicio/producto	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Agua	\$5.12	\$4.97	\$5.13	\$5.06	\$5.02	\$4.98	\$5.20	\$5.33	\$5.42	\$5.99
Electricidad	\$10.45	\$9.24	\$9.90	\$9.26	\$9.09	\$9.58	\$9.61	\$9.64	\$9.97	\$9.51
Gas propano	\$4.78	\$5.45	\$5.76	\$5.71	\$7.86	\$6.84	\$5.71	\$6.77	\$6.26	\$6.29
Gasolina/diésel	\$28.64	\$16.51	\$15.23	\$16.79	\$7.23	n.d.	\$9.84	\$8.45	\$9.58	n.d.
Leña	\$9.39	\$10.16	\$3.54	\$9.94	\$9.57	\$9.32	\$10.44	\$10.31	\$8.21	\$10.78
Teléfono Fijo	\$12.84	\$11.46	\$10.42	\$9.03	\$8.96	\$8.74	\$9.18	\$9.68	\$10.03	\$5.50
Celular	\$8.37	\$7.71	\$7.22	\$6.84	\$6.62	\$6.85	\$7.26	\$7.03	\$6.98	\$6.71
Cable	\$13.83	\$14.18	\$13.63	\$13.78	\$13.47	\$13.22	\$13.69	\$13.56	\$13.57	\$14.28
Internet	\$7.83	\$6.74	\$24.23	\$20.44	\$12.97	\$17.47	\$17.35	\$21.33	\$20.48	\$19.72
Pago de vigilancia	\$2.07	n.d.	\$25.51	\$14.85	n.d.	n.d.	\$4.90	\$32.40	\$69.42	\$1.50

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016.

Por otro lado, los rubros de Educación y Salud también poseen cambios relevantes. Dentro del grupo Educación se incluyen 7 subgrupos: Gasto mensual, Matrícula, Útiles, Uniformes escolares, Textos, Calzado escolar y Cuota de padres de familia. El rubro salud posee dos subgrupos: Consulta y Hospitalización; y dentro de cada uno, sus diferentes categorías.



Tabla 11. Consumo promedio mensual de los hogares según componente de gasto de educación y gasto en salud, total país, 2007-2016

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Educación										
Gasto Mensual	\$4.82	\$5.29	\$5.28	\$19.63	\$14.68	\$15.08	\$16.95	\$16.46	\$16.04	\$16.70
Matrícula	\$10.25	\$12.70	\$14.02	\$13.60	\$15.08	\$13.25	\$16.13	\$15.00	\$15.07	\$16.18
Útiles	\$4.99	\$5.29	\$5.40	\$4.99	\$4.05	\$4.15	\$4.91	\$4.20	\$4.32	\$4.50
Uniformes escolares	\$3.77	\$4.06	\$4.11	\$3.90	\$3.90	\$4.15	\$4.30	\$3.81	\$3.66	\$3.64
Textos	\$3.98	\$4.28	\$4.20	\$3.90	\$4.61	\$4.87	\$6.25	\$5.25	\$5.19	\$5.32
Calzado escolar	\$4.08	\$4.41	\$4.43	\$4.30	\$3.95	\$4.15	\$4.55	\$4.13	\$3.98	\$4.04
Cuota de padres de familia	n.d.	n.d.	n.d.	\$2.01	\$1.45	\$2.92	\$1.48	\$1.10	\$2.05	\$1.75
Salud										
Consulta	\$6.85	\$9.52	\$11.21	\$14.93	\$14.94	\$15.73	\$16.30	\$15.37	\$15.05	\$16.09
Análisis de laboratorio	\$13.70	\$16.74	\$15.80	\$20.06	\$14.83	\$18.24	\$14.90	\$17.01	\$21.90	\$20.74
Rayos X	\$23.57	\$34.15	\$42.62	\$56.31	\$38.56	\$30.98	\$36.21	\$40.87	\$54.25	\$39.41
Otros exámenes	\$28.82	\$36.37	\$41.44	\$58.46	\$71.50	\$32.61	\$55.78	\$35.36	\$38.00	\$52.21
Hospitalización	\$178.22	\$308.77	\$89.43	\$485.43	\$651.38	\$318.56	\$284.64	\$484.15	\$1,082.86	\$746.75
Medicamentos	\$76.80	\$66.23	\$93.69	\$91.69	\$48.72	\$125.20	\$40.49	\$76.16	\$73.53	\$69.70
Exámenes Laboratorio y rayos x	\$222.62	\$67.31	\$76.47	\$75.49	\$24.06	\$50.15	\$26.91	\$201.13	\$40.46	\$70.00

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007-2016.

Otro elemento relevante es la tendencia que se muestra posterior a la implementación de la Ley de Medicamentos en 2012. Si se comparan los datos 2012 (año con el mayor registro de gasto en medicamentos durante el período en estudio) y 2013 (comienzos de la implementación de la Ley de Medicamentos), se refleja una disminución de 67.66% en el gasto promedio mensual de los hogares en medicamentos. De igual forma, al comparar el gasto promedio mensual en medicamentos por los hogares de 2012 respecto al de 2016, se presenta una disminución del 44.33%.



IV. Consumo de alimentos de los hogares

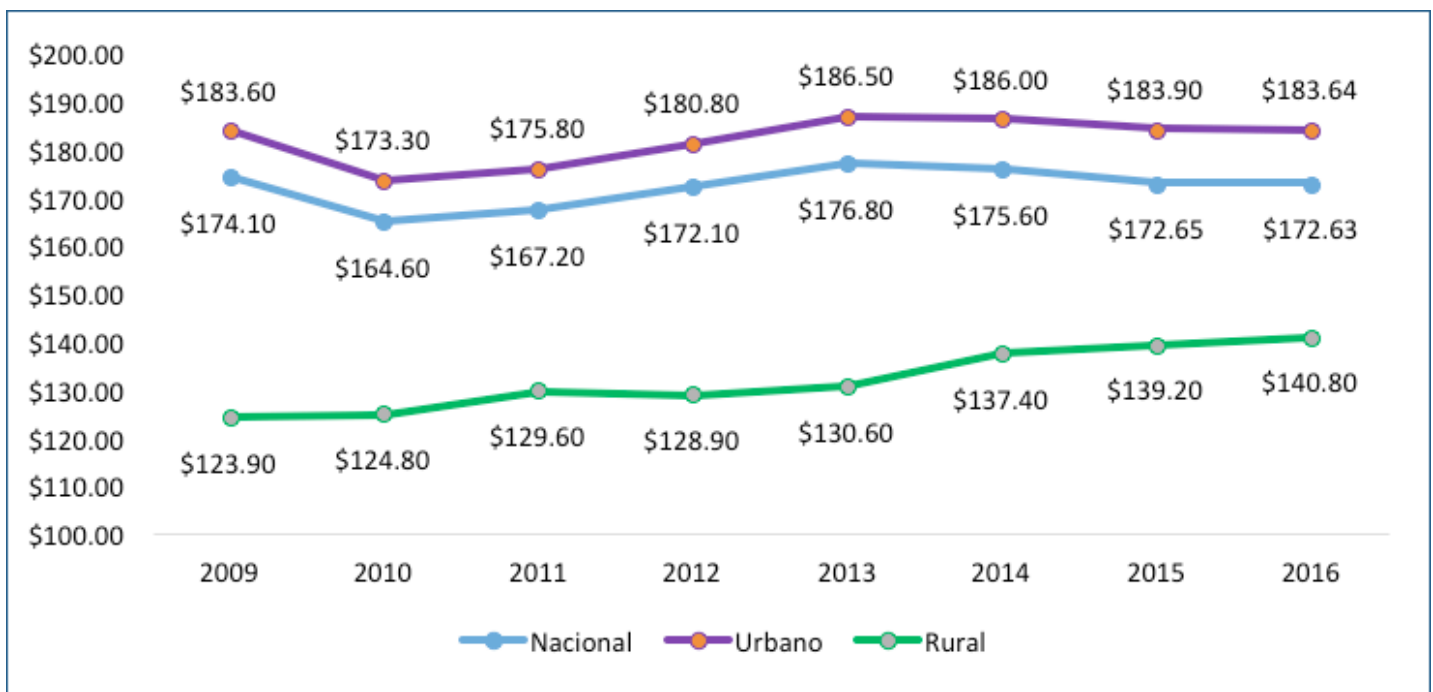
IV. Consumo de alimentos de los hogares

a. Comportamiento del gasto en Alimentos

Los hogares destinan sus ingresos a diversos rubros, siendo el más relevante el gasto en la adquisición de alimentos. En 2016, los hogares salvadoreños gastaron mensualmente en alimentos un promedio equivalente a \$172.63.

Al comparar el año 2009 respecto a 2016, el gasto promedio mensual por hogar urbano en alimentos pasó de \$183.60 a \$183.64, registrando una leve variación de \$0.04 (0.02%). Mientras que, en el área rural pasó de \$123.90 a \$140.80, un aumento de \$16.90 (13.64%).

Gráfico 13. Gasto promedio mensual por hogar en alimentos, según área, 2009-2016

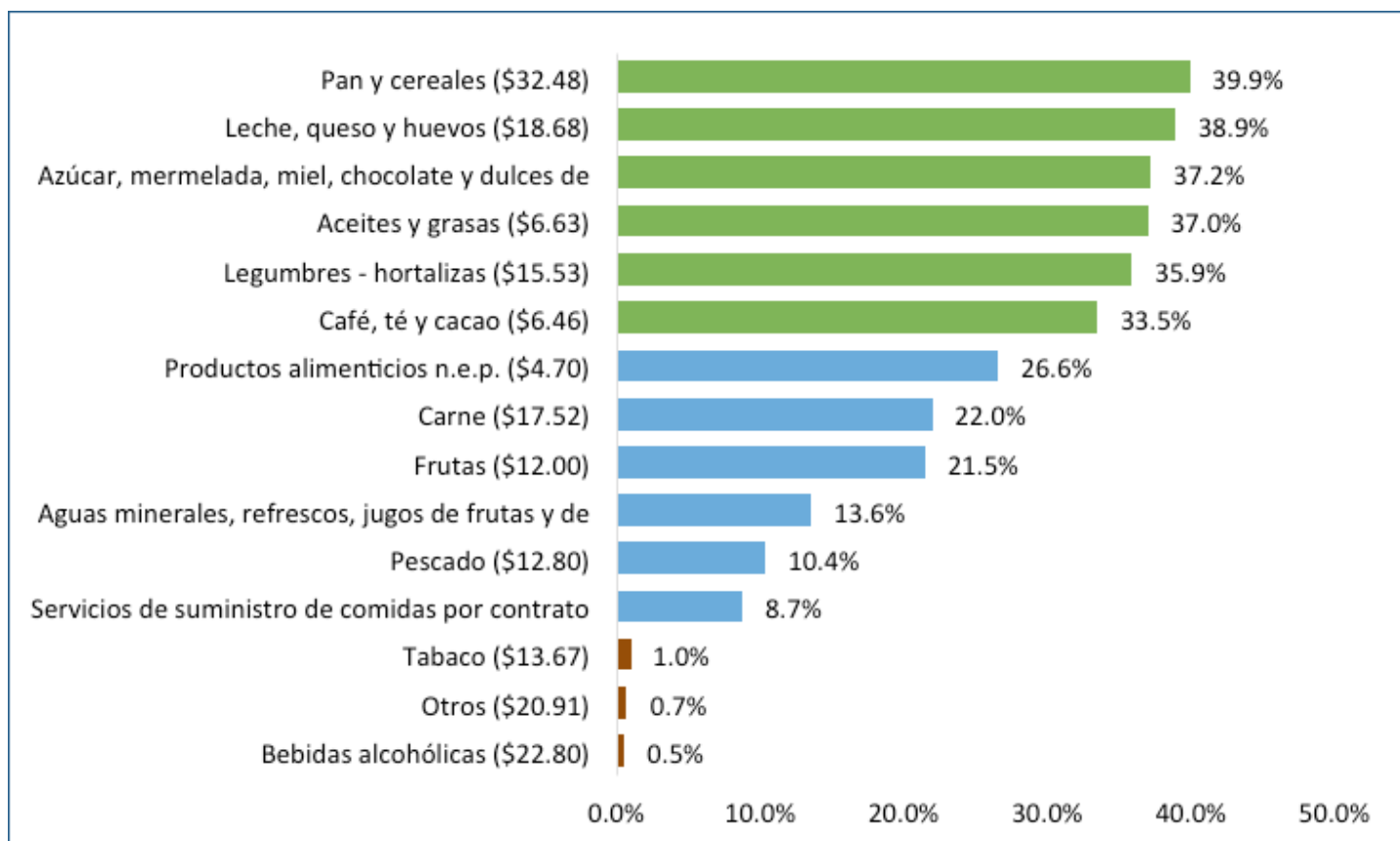


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2009-2016.

b. Hogares y gasto en alimentos específicos

Entre los alimentos adquiridos destacan 5 que son reportados por más de la tercera parte de los hogares: pan y cereales (39.9%); leche, queso y huevos (38.9%); azúcar, mermelada, miel, chocolate y dulces de azúcar (37.2%); aceites y grasas (37.0%); legumbres y hortalizas (35.9%); y café, té y cacao (33.5%).

Gráfico 14. Hogares que reportaron gasto específicos en alimentos, monto promedio mensual, (%)



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

La tabla a continuación presenta el gasto promedio mensual por hogar según cada grupo de alimentos, y el porcentaje de hogares que reportaron haber adquirido estos productos durante la semana previa a la encuesta.

Lo más llamativo al comparar los resultados entre el área urbana y rural, es que en general, los hogares del área urbana reportan adquirir alimentos con menos frecuencia para todos los tipos, con excepción de servicio de suministro de comidas por contrato. En cuanto a las diferencias de gasto, se observa que en 10 de las 15 categorías de alimentos, el gasto es más elevado en el área urbana. Las mayores diferencias se observan en bebidas alcohólicas (\$14.46), servicios de suministro de comidas por contrato (\$13.10), y los alimentos clasificados en “otros” (\$9.02). Por otro lado, para los productos en los que el área rural reporta mayor gasto, la diferencia entre las dos áreas tiende a ser menor; por ejemplo, el monto para pescado en la zona rural es solamente \$1.54 mayor que el de la zona urbana.



Tabla 12. Gasto promedio mensual en principales alimentos de consumo de los hogares salvadoreños, 2016

Alimento	Total País		Urbano		Rural		Diferencia (Urbano-rural)	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Pan y cereales	\$32.48	39.9%	\$34.07	31.6%	\$30.86	54.6%	\$3.21	-23.0%
Leche, queso y huevos	\$18.68	38.9%	\$19.53	30.3%	\$17.83	54.0%	\$1.70	-23.7%
Azúcar, mermelada, miel, chocolate y dulces de azúcar	\$6.09	37.2%	\$5.70	28.4%	\$6.47	52.6%	-\$0.77	-24.2%
Aceites y grasas	\$6.63	37.0%	\$6.53	28.4%	\$6.72	52.1%	-\$0.19	-23.7%
Legumbres - hortalizas	\$15.53	35.9%	\$15.52	27.7%	\$15.54	50.3%	-\$0.02	-22.6%
Café, té y cacao	\$6.46	33.5%	\$6.36	25.8%	\$6.55	47.0%	-\$0.19	-21.2%
Productos alimenticios n.e.p.	\$4.70	26.6%	\$4.76	21.0%	\$4.63	36.5%	\$0.13	-15.5%
Carne	\$17.52	22.0%	\$18.62	19.2%	\$16.15	26.9%	\$2.47	-7.7%
Frutas	\$12.00	21.5%	\$12.35	18.8%	\$11.56	26.2%	\$0.79	-7.4%
Aguas minerales, refrescos, jugos de frutas y de legumbres	\$10.30	13.6%	\$10.95	11.6%	\$9.52	17.1%	\$1.43	-5.5%
Pescado	\$12.80	10.4%	\$11.99	7.8%	\$13.53	15.0%	-\$1.54	-7.2%
Servicios de suministro de comidas por contrato	\$70.80	8.7%	\$75.46	8.8%	\$62.36	8.6%	\$13.10	0.2%
Tabaco	\$13.67	1.0%	\$14.91	0.6%	\$12.72	1.5%	\$2.19	-0.9%
Otros	\$20.91	0.7%	\$25.43	0.5%	\$16.41	0.9%	\$9.02	-0.4%
Bebidas alcohólicas	\$22.80	0.5%	\$30.22	0.4%	\$15.76	0.8%	\$14.46	-0.4%
Total*	\$172.63	54.9%	\$183.64	64.0%	\$140.80	38.9%	\$42.84	25.1%

*El gasto total equivale al promedio ponderado de todas las categorías de alimentos

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.







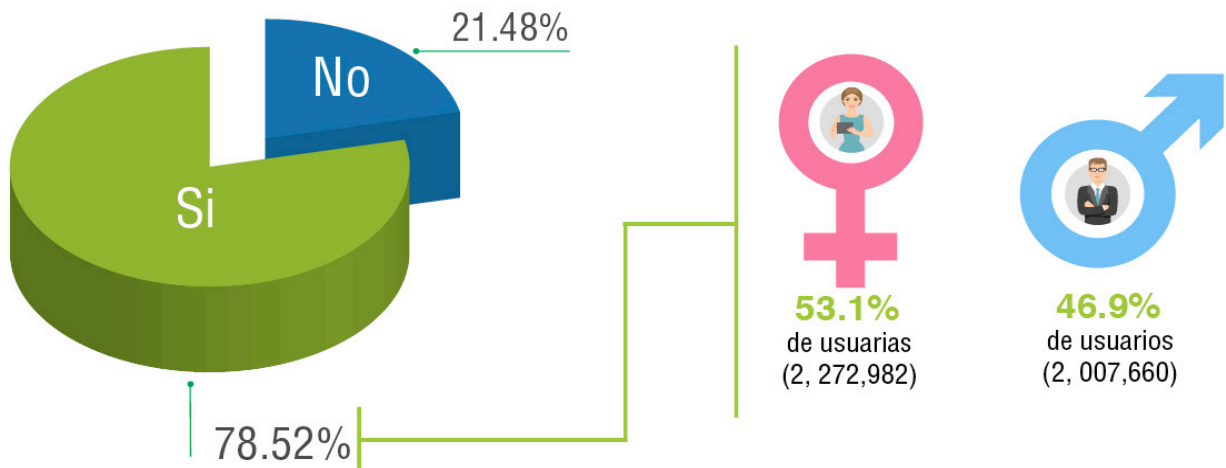
V. Uso de tecnologías de información y comunicación de los hogares

V. Uso de tecnologías de información y comunicación de los hogares

Telefonía celular

Una de las tecnologías que ha adquirido mayor relevancia en los últimos años es el teléfono celular. Según datos de la EHPM 2016, aproximadamente 4, 280,642 (78.52%) personas de la población mayor de 10 años, utiliza teléfono celular. De dicho porcentaje, 2, 007,660 (46.9%) son hombres y 2, 272,982 (53.1%) son mujeres.

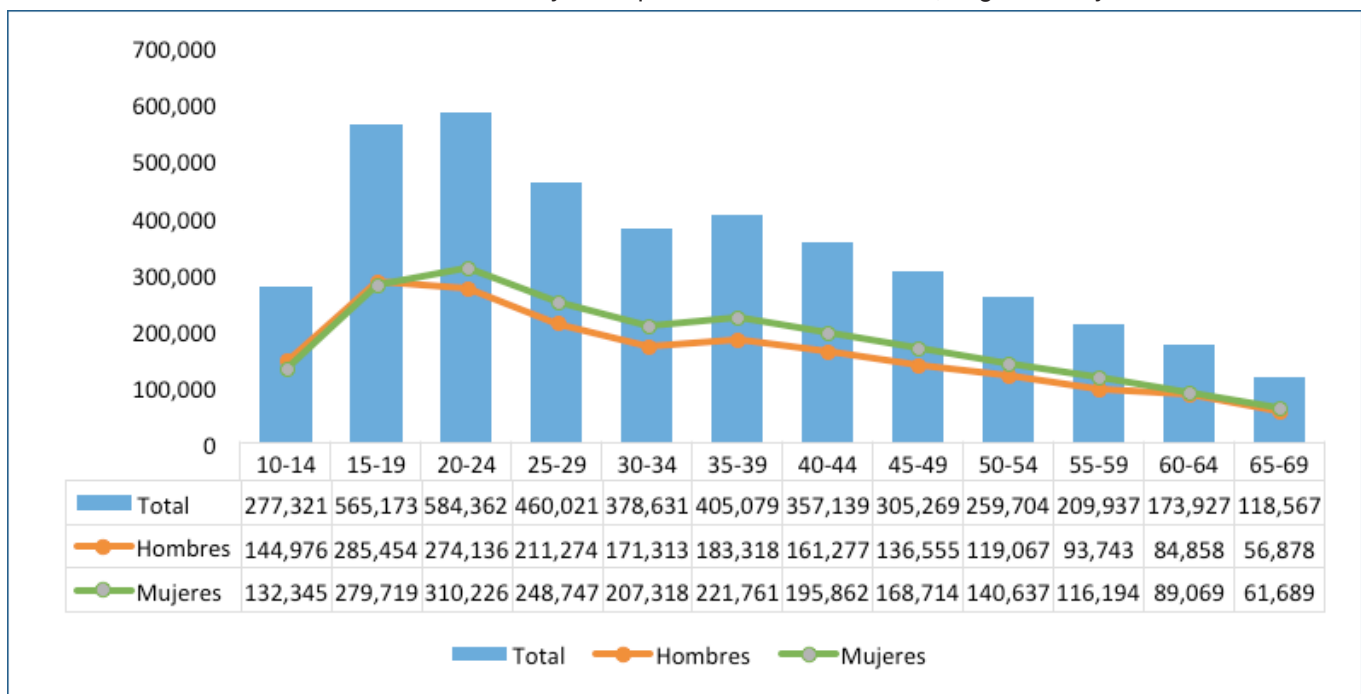
Gráfico 15. Población de 10 años y más que utiliza teléfono celular



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Además, se identificó que el mayor número de usuarios de teléfonos celulares de la población de 10 años o más se concentra en los jóvenes de 20 a 24 años. De ellos, 274,136 (46.9%) son hombres y 310,226 (53.1%) restante mujeres.

Gráfico 16. Población de 10 años y más que utiliza teléfono celular, según sexo y edad. 2016

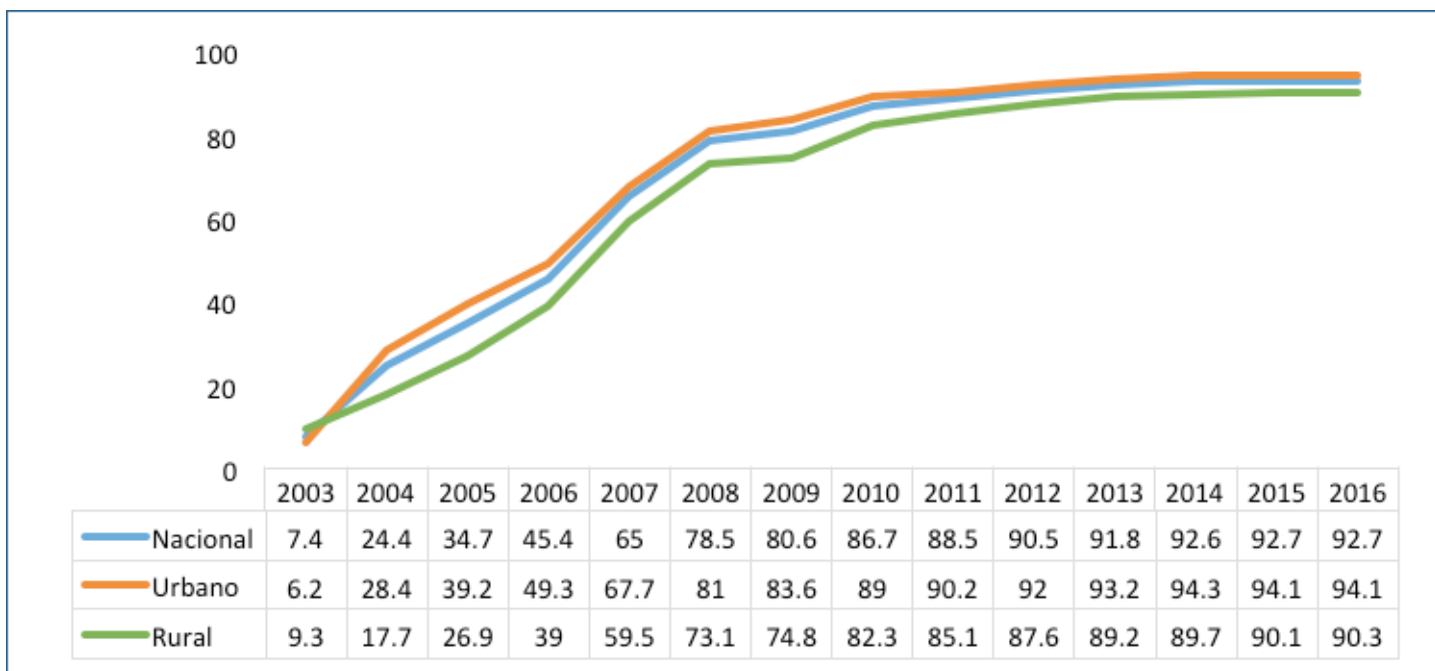


Fuente. Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016.

El gráfico permite observar que a medida que avanza la edad de la población, menor es la utilización de teléfonos celulares. Únicamente el 2.8% de los encuestados, de 65 a 69 años, manifestaron utilizar teléfono celular.

Adicionalmente, a partir de la información derivada de la EHPM 2016, se observa en el gráfico 12 que a nivel de país, el 92.7% de los hogares poseen teléfono celular, cuando hace 13 años únicamente se registraba el 7.4%; el número de hogares en el área urbana con posesión de este aparato ha pasado de 6.2%, en el 2003, a 94.1%, en el 2016, y en el área rural de 9.3% a 90.3%

Gráfico 17. Hogares con teléfono celular (%), según área. 2016

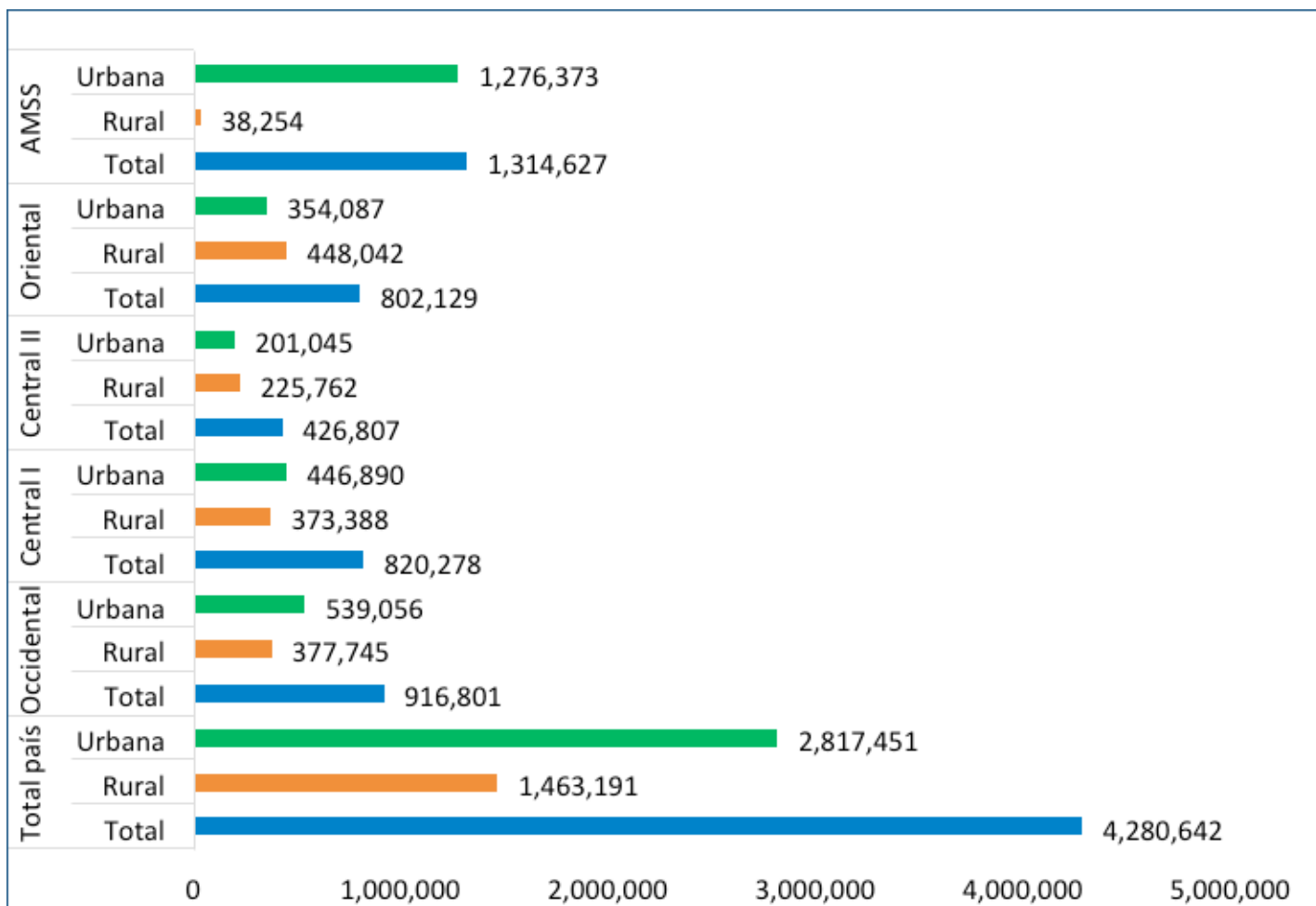


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Es relevante señalar que, el mayor número de usuarios de teléfono celular se encuentran radicados en el área urbana, 2, 817,451 personas (65.82%) del total de usuarios, mientras que en el área rural el 1, 463,191 (34.18%) personas manifestó utilizar teléfono celular.



Gráfico 18. Uso de teléfono celular en la población de 10 años y más, según área y región. 2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

La tendencia indicada es observable en todas las regiones del país, a excepción de la región Central II que comprende San Vicente, la Paz y Cabañas y el oriente del país, en donde es mayor el porcentaje de usuarios de teléfonos celulares en el área rural.

Además, es posible advertir que la mayor utilización de teléfonos celulares se concentra en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS): 1, 314,627 (30.7%) personas del total de los usuarios, seguido por la zona central en conjunto (Central I y II) 1, 247,085 (29.2%), la zona occidental 916,801 (21.4%) y finalmente la zona oriental donde se encuentra el menor número de usuarios 802,129 (18.7%).

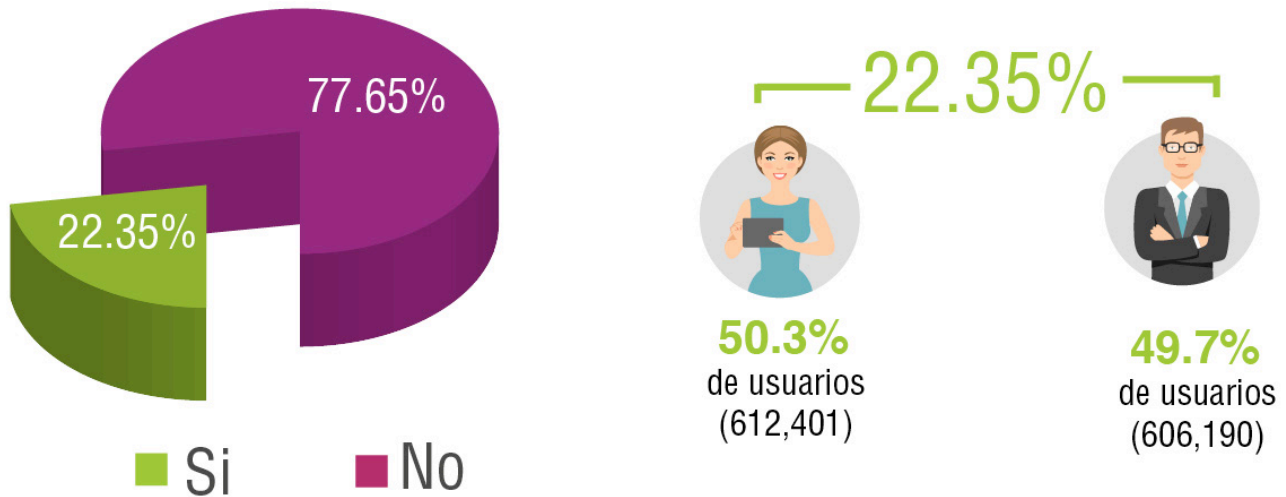
Computadoras

La utilización de computadoras es fundamental para diversos ámbitos tales como: la educación, la producción, el trabajo, el entretenimiento y otras actividades asociadas.

El gráfico siguiente muestra que en El Salvador, de acuerdo a la EHPM 2016, un total de 1,218,591 personas utilizan computadora, esto representa únicamente el 22.35% de la población mayor de 10 años.

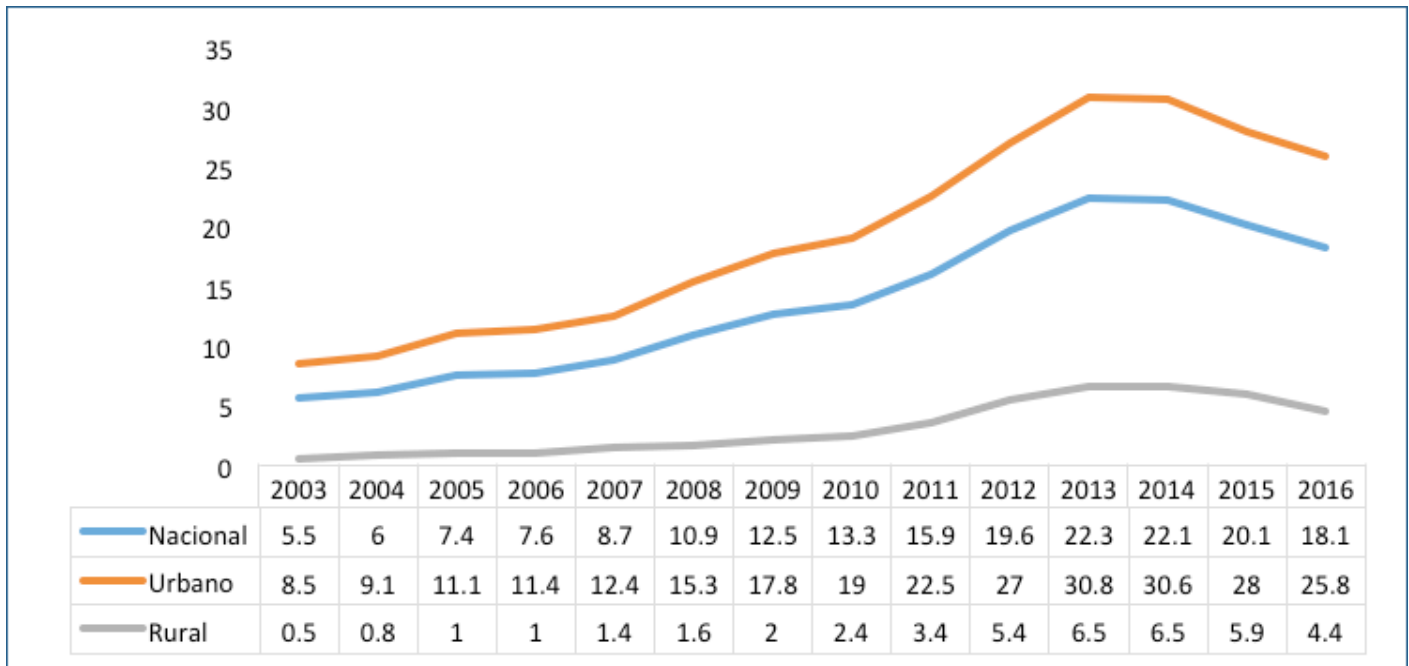


Gráfico 19. Población de 10 años y más que utiliza computadora



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Gráfico 20. Hogares con computadora, según área. 2016



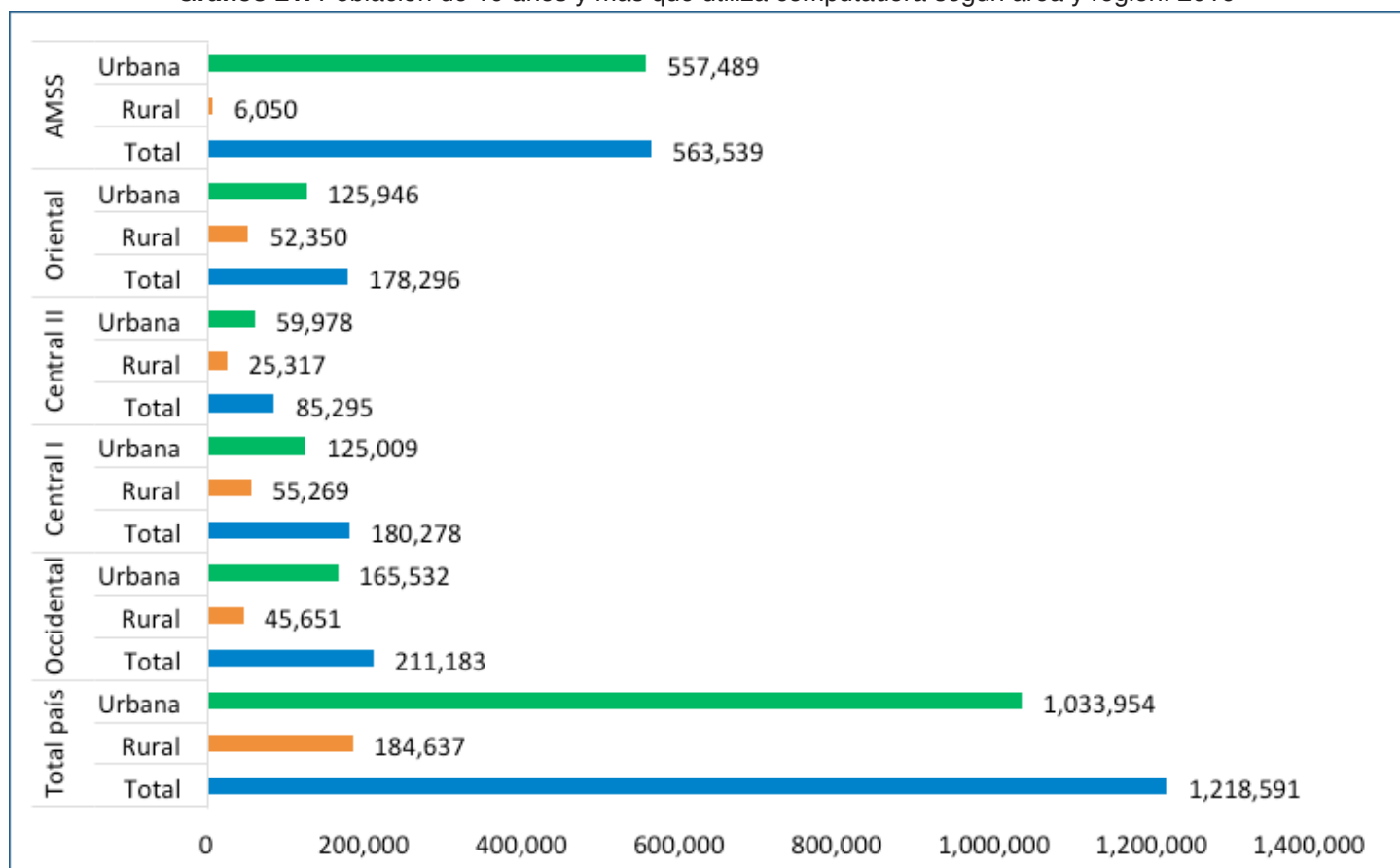
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Existe una brecha significativa en la utilización de las computadoras entre el área urbana y rural. Del total de personas que utilizan computadora, 1,033,954 (84.8%) se concentra en el área urbana, mientras que únicamente 184,637 (15.2%) en el área rural. Esta brecha entre área urbana-rural se mantiene para todas las regiones del país, especialmente en el AMSS, donde únicamente 1 de cada 100 personas utilizan computadora en el área rural.

Por otra parte, el mayor número de usuarios de computadoras, 563,539 personas (46.2%) se concentra en el AMSS, seguido por la región central en su conjunto con 265,573 personas (21.8%); el occidente del país con 211,183 personas (17.3%) que utilizan computadora y finalmente 178,296 personas (14.6%) se concentra en el oriente del país.



Gráfico 21. Población de 10 años y más que utiliza computadora según área y región. 2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016.

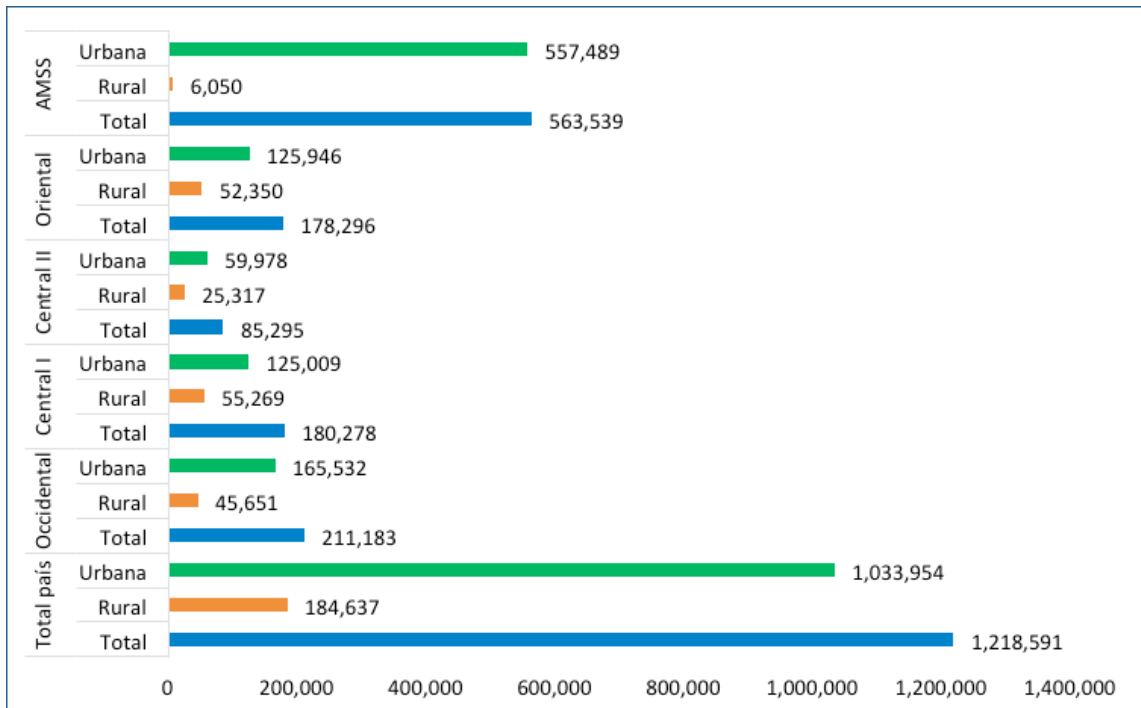
Internet

Según estadísticas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en 2017, habría aproximadamente 3.6 mil millones de usuarios de Internet en el mundo, de estos, se estima que 2.6 mil millones provienen de países en desarrollo. De tal manera que esta herramienta constituye uno de los principales motores en la sociedad de la información.



En El Salvador, el uso de internet en la población ha ido incrementándose a través de los años, tal como lo muestra el gráfico siguiente.

Gráfico 22. Población de 10 años y más que utiliza internet, El Salvador, 2007-2016

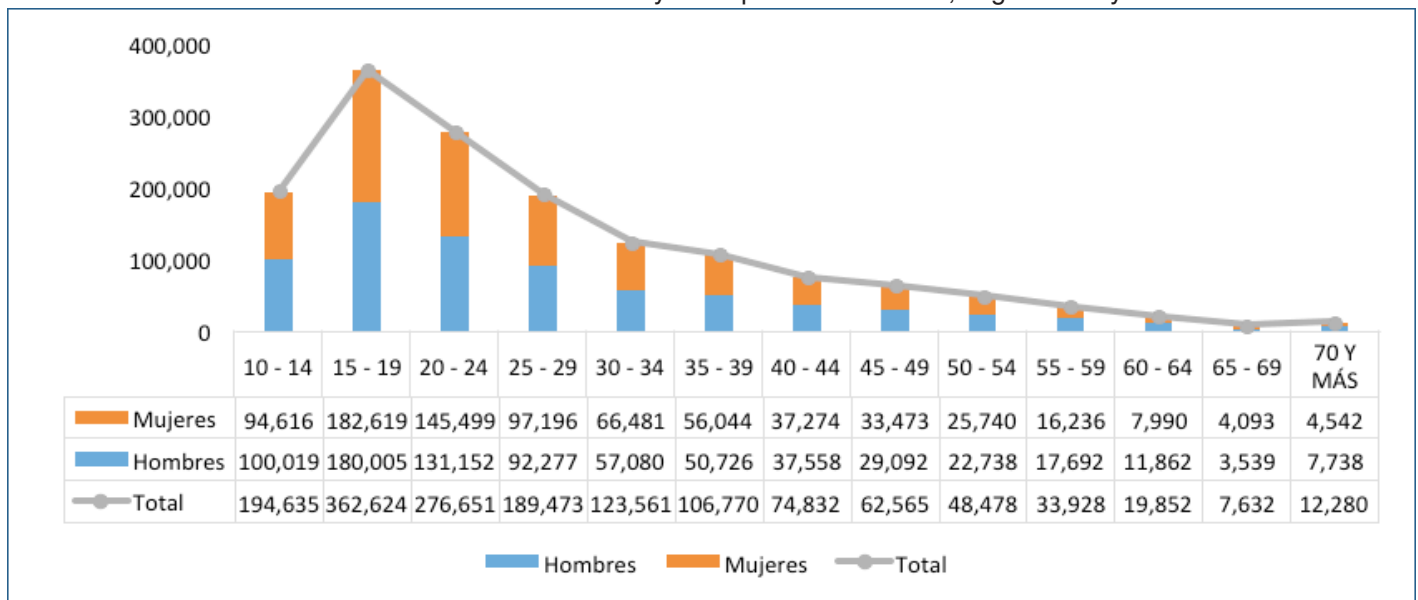


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016.

Entre 2007 y 2016, el uso de internet entre la población mayor de 10 años se ha incrementado en un 406.6%. A pesar de dicho incremento, según datos de la EHPM 2016, únicamente 1, 513,281 (27.8%) personas mayores de 10 años utilizan internet.

Asimismo, es importante destacar que la mayor parte de las personas que utilizan internet; 362,624 tienen entre 15 y 19 años representando el (23.9%) del total de usuarios de internet; seguido por 276,651 jóvenes de 20 a 24 años (18.3%); y 194,635 niños de 10 a 14 años con el (12.9%).

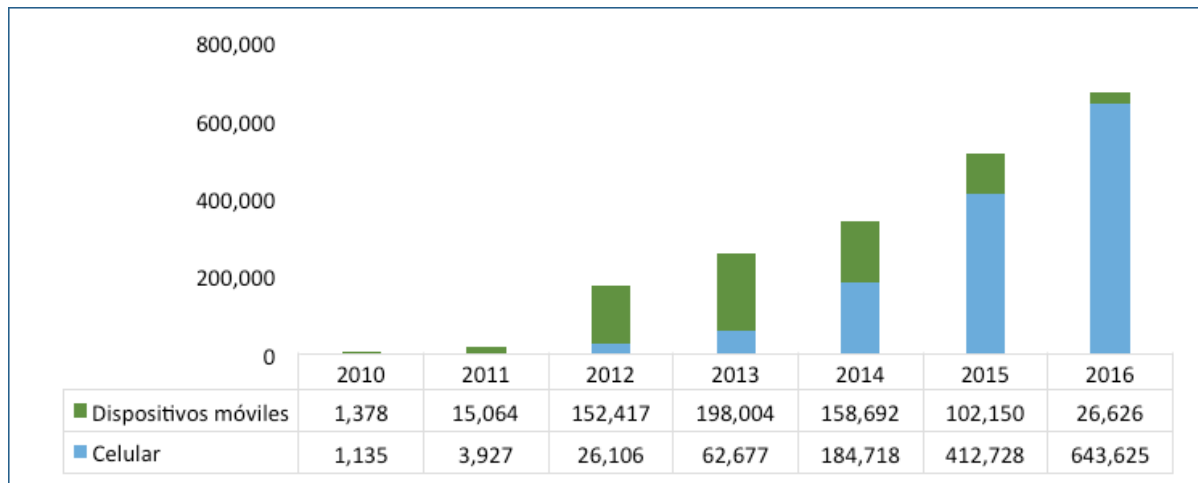
Gráfico 23. Población de 10 años y más que utiliza internet, según edad y sexo



Fuente. Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016.

Otro dato relevante es el lugar desde donde los usuarios hacen uso de este servicio, ya que el uso de internet desde dispositivos móviles y celulares se hace cada vez más frecuente.

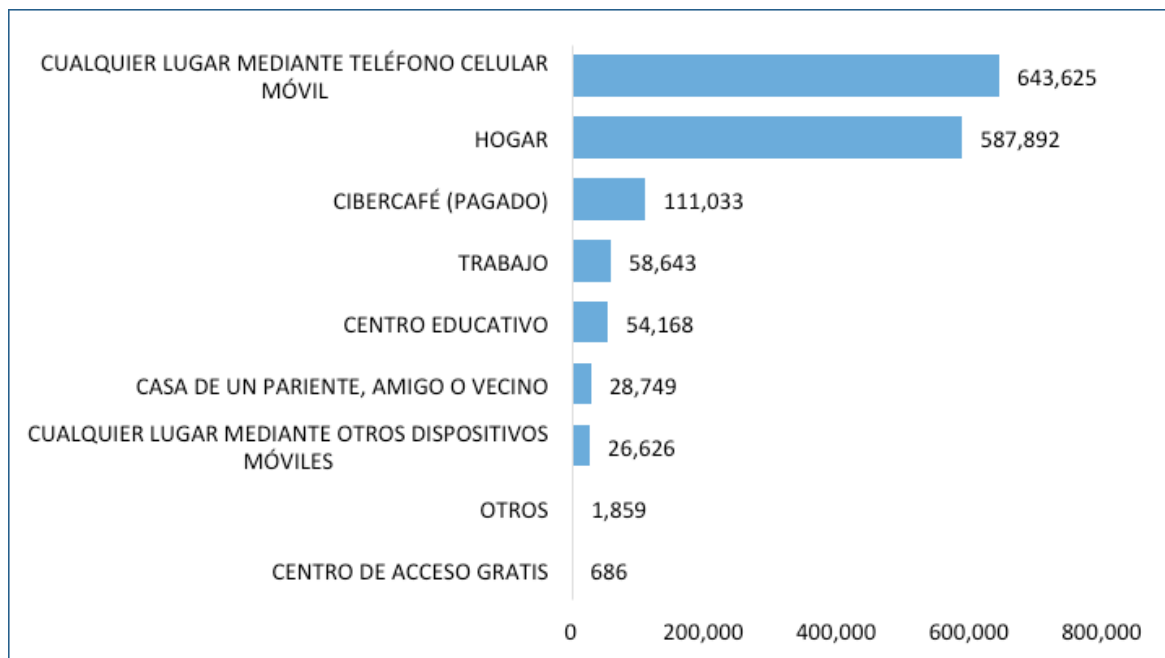
Gráfico 24. Población de 10 años y más que utiliza internet desde celular y dispositivos móviles, 2010-2016



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2010 - 2016.

El gráfico evidencia que tanto el uso de internet desde teléfono celular y dispositivos móviles muestran una tendencia creciente.

Gráfico 25. Población de 10 años y más, según lugar donde utilizó el servicio de internet



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) 2016.

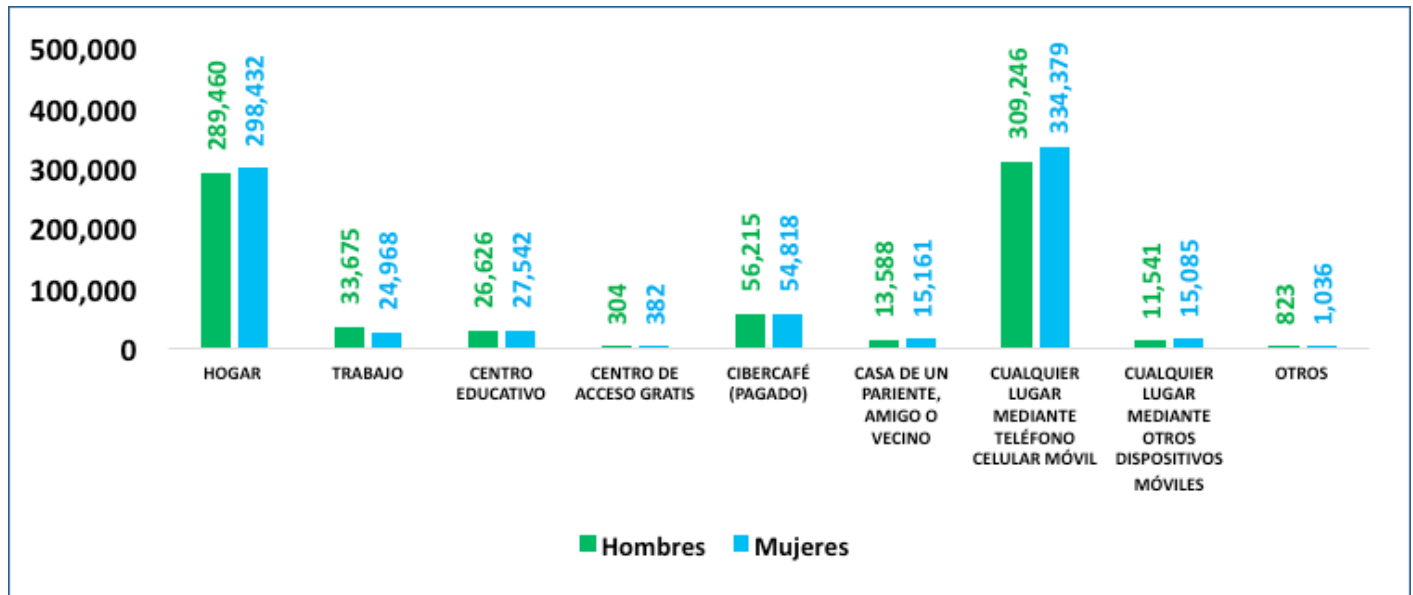
A partir de esta información es posible identificar que del total de personas que utilizan el servicio de internet, la gran mayoría, 643,625 (42.53%) personas lo utilizan desde cualquier lugar mediante teléfono celular móvil. De este porcentaje, 334,379 (51.95%) son mujeres y 309,246 (48.05%) son hombres.

El segundo porcentaje más relevante (38.85%), le corresponde al uso desde los hogares. De acuerdo a las estadísticas, son más las mujeres que hacen uso del internet desde los hogares 298,432 (50.76%) en relación a los 289,460 hombres (49.24%).



Además, es importante destacar que aunque no son principales lugares de uso de internet, también tiene una representación importante el uso mediante los cibercafé: 111,003 personas (7.33%) y otros dispositivos de acceso móviles 26,626 personas (1.76%).

Gráfico 26. Población de 10 años y más, por sexo, según lugar donde utilizó internet



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Es posible identificar que a nivel de país, la población de 10 años de edad y más que utiliza internet, lo hace más frecuentemente para dos tipos de actividades principales que representan el 91.9% de los usos más comunes: educación e investigación y comunicación.

En primer lugar, 603,540 personas (39.88%) utilizan el servicio de internet para actividades relacionadas con la educación e investigación, seguido de actividades relacionadas con la comunicación (correo y chat) 787,478 personas (52.04%).

Al desagregarlo por sexo, se observa que son más las mujeres que utilizan internet para actividades relacionadas a la educación e investigación 312,078 (51.71%) en relación a los hombres. En cuanto al uso para comunicación, ocurre algo similar entre hombres y mujeres, ya que representan 377,022 (47.88%) y 410,456 (52.12%) respectivamente.

En materia de consumo es posible notar que únicamente 6,829 personas (0.45%) de la población de 10 años de edad y más utiliza el internet más frecuentemente para informarse sobre bienes y servicios; 5,455 personas (0.36%) lo utiliza para ordenar/comprar bienes y servicios y 2,107 personas (0.14%) lo utiliza en banca electrónica u otros servicios financieros.

Comparando los grupos etarios, es posible constatar que son los jóvenes de 15 a 19 años quienes hacen más uso de internet para actividades relacionadas a la educación, seguido de los niños de 10 a 14 años de edad y en tercer lugar los jóvenes de 20 a 24 años. A medida que incrementa la edad se utiliza en menor medida el internet para este fin. Esta tendencia se mantiene al desagregarse por género.

Además, en cuanto al uso de internet para comunicación, son los jóvenes de 20 a 24 años quienes lideran este uso, seguido de los adultos de 25 a 29 años y los jóvenes de 15 a 19 años. También, conforme incrementa la edad va disminuyendo el uso de internet para comunicación.



Gráfico 27. Población de 10 años y más, por sexo y edad, según principales actividades para las que utiliza



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.





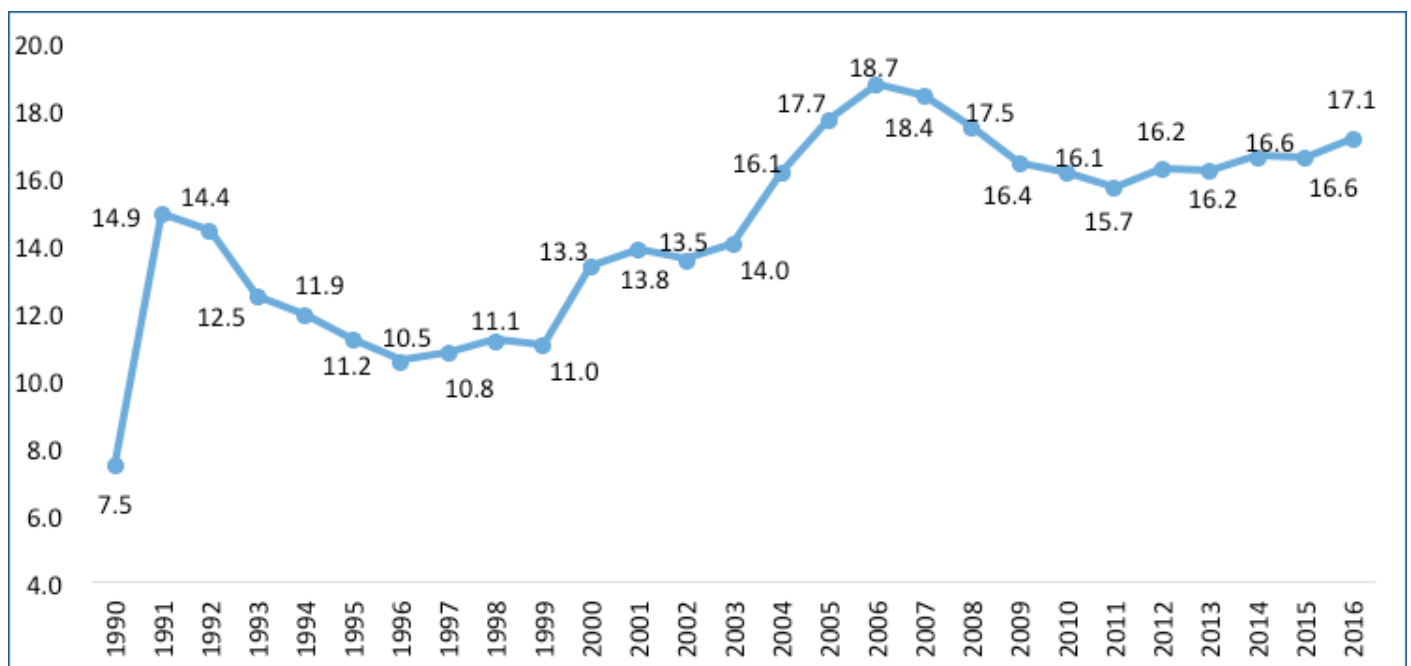
VI. Consumo y remesas

VI. Consumo y remesas

Los ingresos por remesas son una parte fundamental del presupuesto de muchas familias salvadoreñas y por tanto de la economía en general. Desde 1990 al 2016, el porcentaje que representan las remesas respecto al Producto Interno Bruto (PIB) del país se ha incrementado de 7.5% a 17.1%.

Datos del Banco Central de Reserva (BCR) indican que el acumulado entre enero y diciembre de 2016 constituye el monto más alto en la historia: \$4,576.04 millones, en concepto de recepción de remesas y el mayor crecimiento de los últimos diez años. Asimismo, entre enero y octubre de 2017, el BCR reporta un ingreso por remesas familiares por un monto de \$4,112.3 millones, mostrando un aumento del 10.30% (\$384.2 millones) respecto al mismo periodo del año anterior.

Gráfico 28. Ingresos por Remesas familiares anuales como proporción del PIB (%), 1990-2016

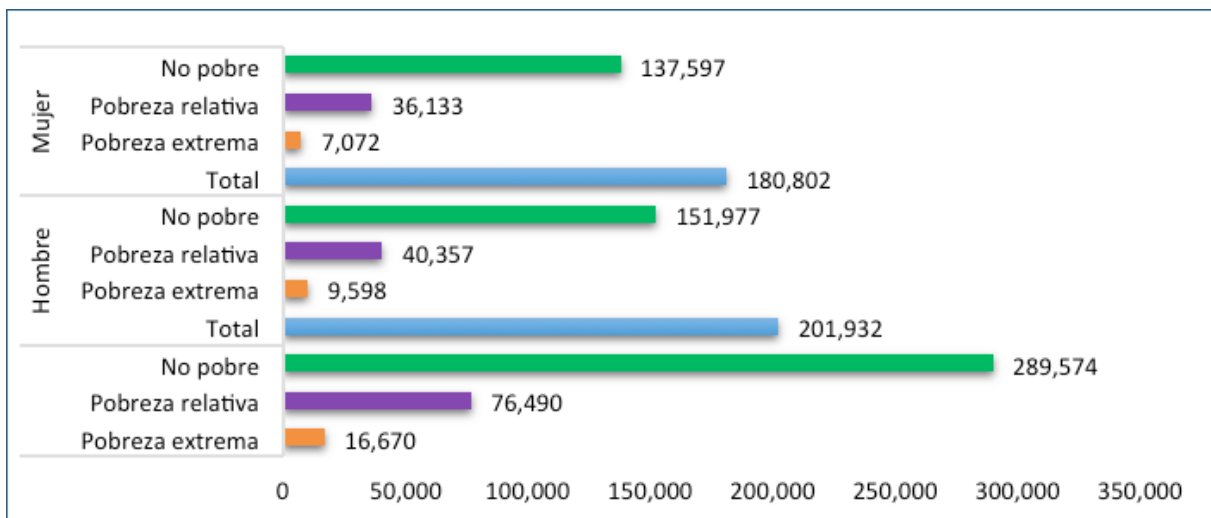


Fuente: Elaboración propia con base en datos de Secretaría Ejecutiva del Consejo Monetario Centroamericano (SEMCA).

A partir de la información de la EHPM 2016, es posible identificar que de un total de 1, 784,558 hogares, 382,734 hogares (21.45%) afirmó haber recibido remesas. De estos, la mayoría, 289,574 (75.66%) son hogares no pobres, posiblemente debido a la ayuda que las remesas representan para el presupuesto familiar.



Gráfico 29. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar, número de miembros y condición de pobreza



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Tabla 13. Hogares receptores de remesas según edad y sexo del jefe de hogar

Grupo de edad	Total	Hombre	Mujer
Total	382,734	201,932	180,802
15-20	4,999	2,843	2,156
21-26	22,838	14,955	7,883
27-32	26,319	14,353	11,966
33-38	31,149	16,035	15,114
39-44	37,280	18,272	19,008
45-50	38,761	17,238	21,523
51-56	43,264	25,270	17,994
57-62	39,912	21,830	18,082
63-68	47,444	24,372	23,072
69 y más	90,768	46,764	44,004

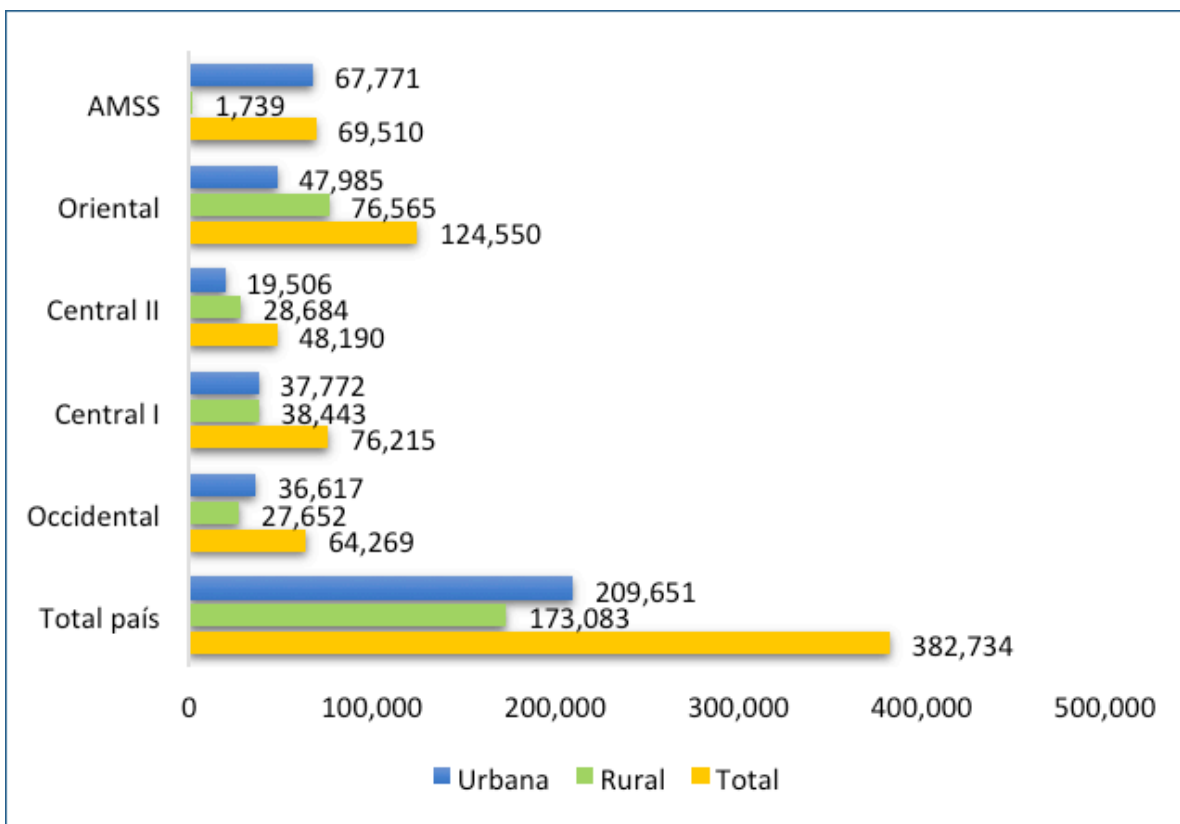
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Por otra parte, el gráfico siguiente muestra que a nivel de país existen 209,651 hogares urbanos (54.78%) receptores de remesas y 173,083 (45.22%) hogares rurales, predominando los hogares urbanos como receptores de remesas.

La región con mayor número de hogares receptores de remesas se encuentre en el oriente del país, en esta región predominan los hogares que reciben remesas en el área rural: 76,565 hogares (61.47%) del total de hogares de la región oriental.



Gráfico 30. Hogares receptores de remesas, según área y región



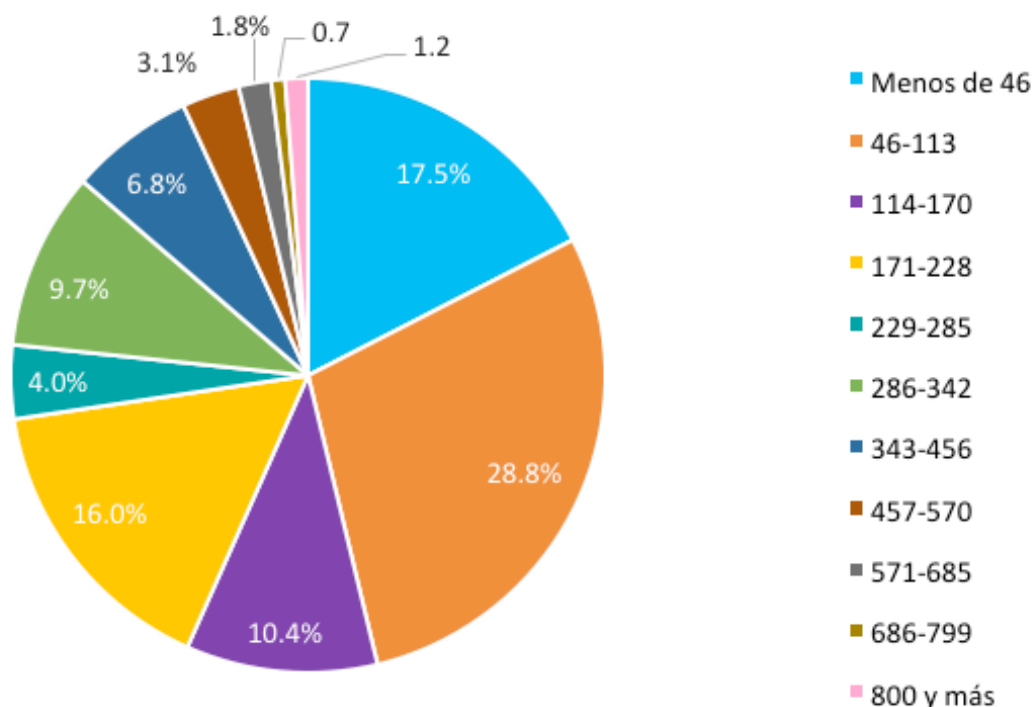
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016

Apartir de la información disponible, la mayor proporción de los hogares, 110,130 (28.8%) recibe remesas entre \$46 y \$113 mensuales; 66,855 hogares (17.5%) recibe remesas menores a \$46; 61,203 hogares (16.0%) entre \$171 y \$228; y 39,855 hogares (10.4%) reciben entre \$114 y \$170. Es importante destacar que únicamente 1 de cada 100 hogares que reciben remesa lo hacen por un monto mayor a 800 dólares.

Además, si se analizan los hogares que reciben entre \$46 y \$113 (110,130 hogares) que es lo que más frecuentemente ocurre, es posible constatar que de estos, la mayor parte 76,088 (69.09%) son hogares que no se encuentran en una situación de pobreza, probablemente por la ayuda que representan las remesas al ingreso familiar; 26,188 (23.78%) son hogares en pobreza relativa y 7,854 (7.13%) se encuentra en una situación de extrema pobreza.



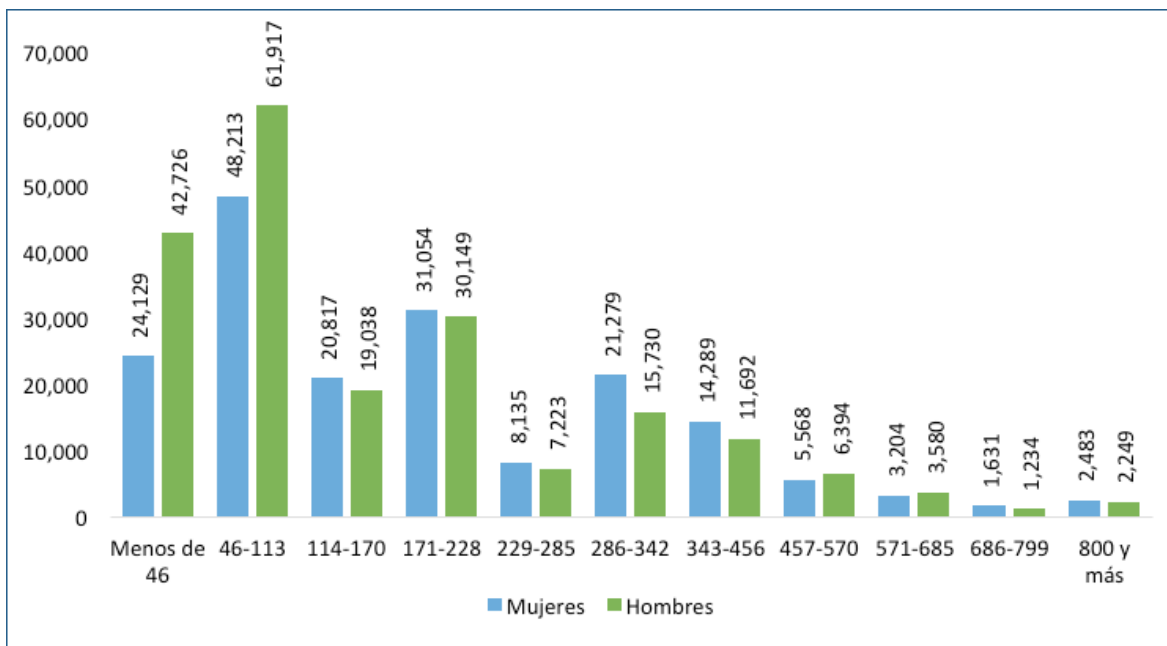
Gráfico 31. Porcentaje de hogares receptores de remesas, según remesa mensual recibida



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Es importante destacar que en los tramos más bajos de remesas recibidas (0-113 dólares) son más los hogares con jefes de hogar hombres. Sin embargo, a medida que incrementan los tramos de remesas (entre los 114 y más de 800 dólares) esta relación se invierte pues son más los hogares con jefes de hogar mujeres que reciben remesas más elevadas.

Gráfico 32. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar y remesa mensual recibida



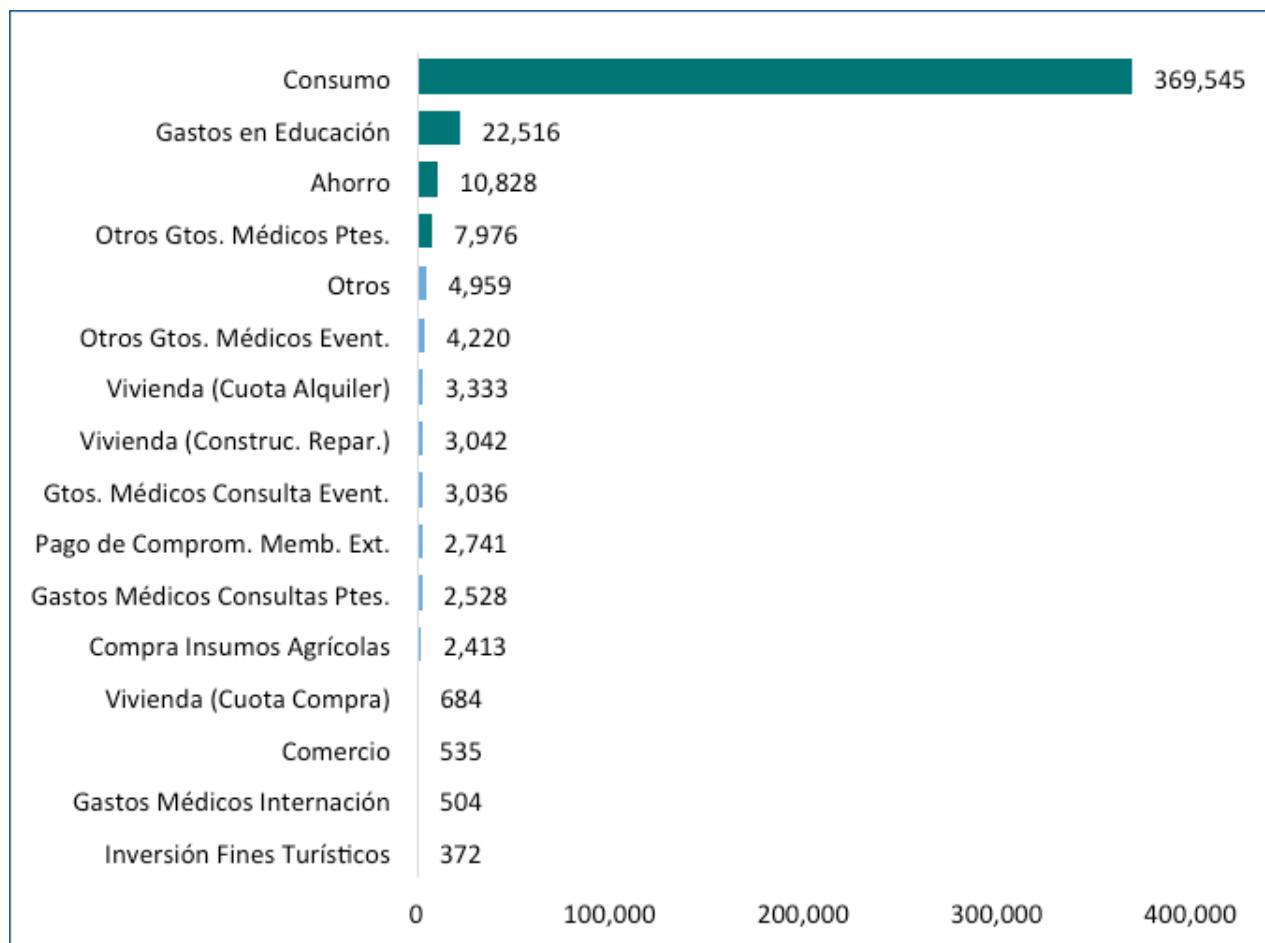
Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.



El gráfico siguiente, nos permite observar que las remesas mensuales recibidas por los hogares tienen 4 principales destinos: consumo, gasto en educación, ahorro y gastos médicos permanentes.

De la mayor parte de los hogares que reciben una remesa mensual en divisas, 369,545 (84.13%) destinan este ingreso al consumo del hogar como alimento y vestido; 22,516 (5.13%) hogares lo destinan a gasto en educación; 10,828 (2.47%) lo dedican al ahorro y únicamente 7,976 (1.82%) hogares lo dedican a otros gastos médicos permanentes como exámenes de laboratorio o compra de medicinas.

Gráfico 33. Hogares receptores de remesas, según destino de la remesa mensual recibida

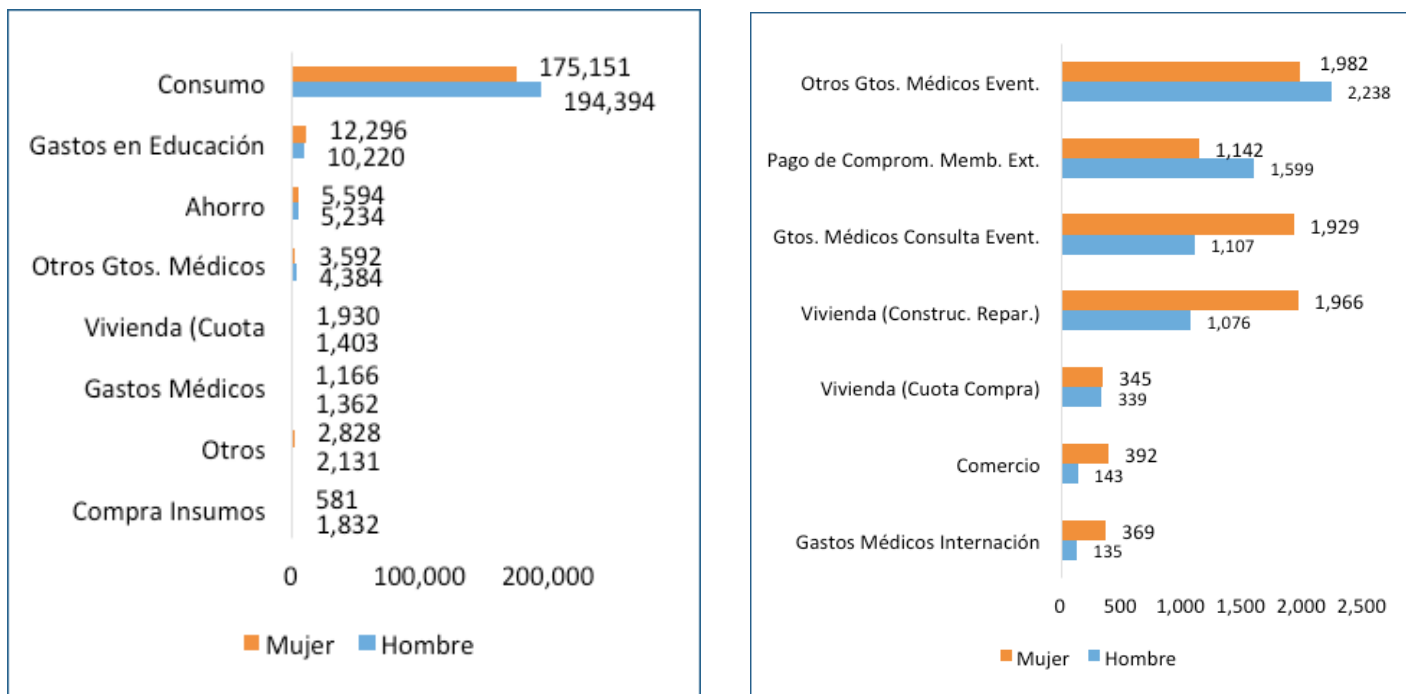


Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

Nota: Los hogares pueden destinar los montos de remesas en divisas a más de un destino



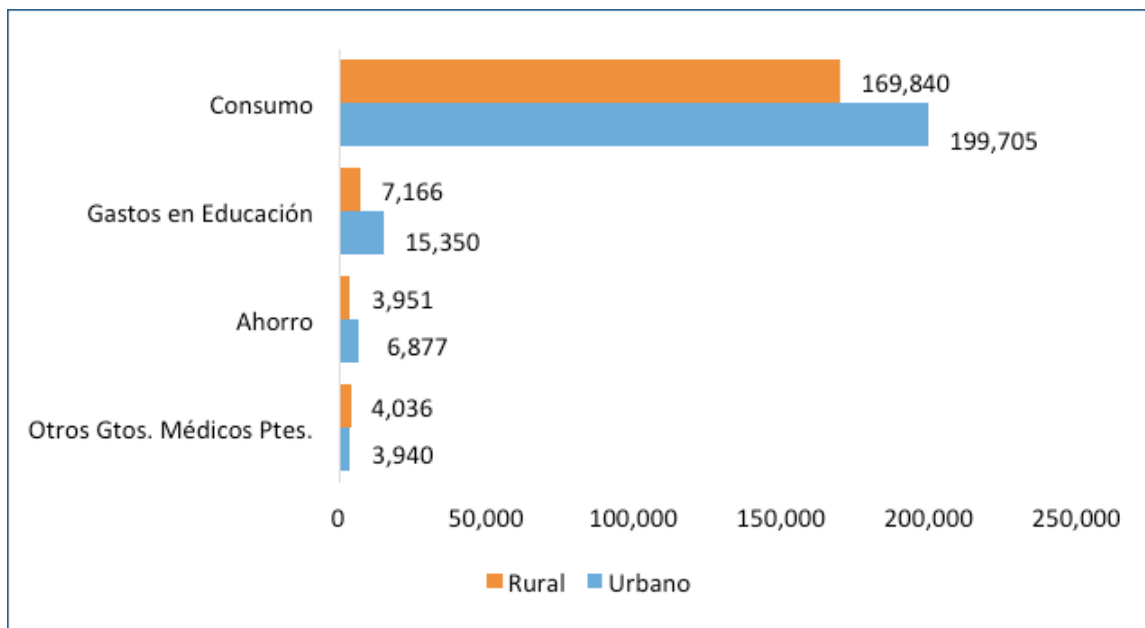
Gráfico 34. Hogares receptores de remesas, según sexo del jefe de hogar y principales destinos de las remesas mensuales recibidas



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.

A partir de los principales destinos de remesas ya identificados: consumo, educación, ahorro y otros gastos médicos permanentes, es posible observar a partir del gráfico siguiente que son más los hogares en el área urbana que destinan sus ingresos mensuales provenientes de remesas a estos fines.

Gráfico 35. Hogares receptores de remesas, según área y principales destinos de remesas mensuales recibidas



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2016.





OPORTUNIDADES PARA PERSONAS CEGAS

El presente documento es una guía para las personas cegas que desean conocer las oportunidades que ofrece el sector público y privado para el empleo y el emprendimiento.

Ministerio del Trabajo

VII. Controversias en materia de consumo

VII. Controversias en materia de consumo

En 2017, la Defensoría del Consumidor ha brindado más de 76,000 atenciones a la ciudadanía. Dato que registra un crecimiento del 9.98% con relación al año anterior.

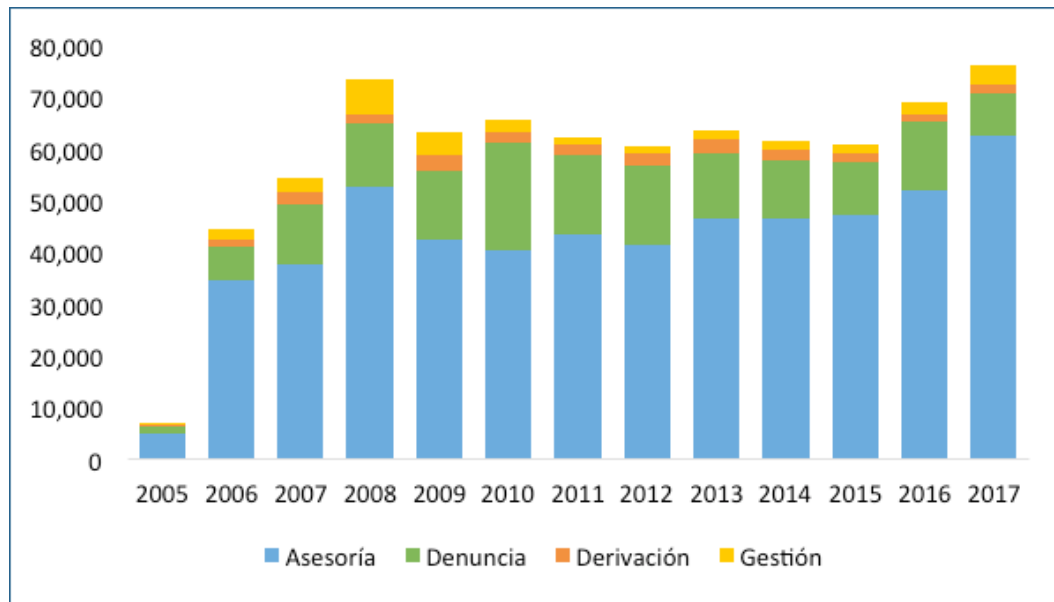
Tabla 14. Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor, enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

Tipo	2016	2017	Diferencia	Variación
Asesoría	52,021	62,422	10,401	19.99%
Denuncia	13,246	8,279	-4,967	-37.50%
Derivación	1,381	1,852	471	34.11%
Gestión	2,570	3,570	1,000	38.91%
Total	69,218	76,123	6,905	9.98%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

El gráfico a continuación muestra la tendencia creciente de las atenciones desde 2009, alcanzando su máximo en 2017.

Gráfico 36. Atenciones brindadas por la Defensoría del Consumidor, octubre 2005-diciembre 2017



Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Durante 2017, las atenciones se concentraron mayoritariamente en 4 departamentos: San Salvador, Santa Ana, La Libertad, y San Miguel, los cuales representan el 80.58% del total de atenciones. Es oportuno destacar que, San Salvador es el departamento que mayor número de atenciones registra, con más de la mitad del total (53.85%).

Tabla 15. Atenciones brindadas por departamento enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

Departamento	2016	2017	% Total atenciones 2017	Diferencia (2016-2017)	%
San Salvador	34,558	40,995	53.85%	6,437	18.63%
Santa Ana	8,113	8,148	10.70%	35	0.43%
La Libertad	6,721	6,414	8.43%	-307	-4.57%
San Miguel	5,096	5,784	7.60%	688	13.50%
Sonsonate	2,553	2,545	3.34%	-8	-0.31%
Ahuachapán	2,070	2,491	3.27%	421	20.34%
Usulután	2,097	2,187	2.87%	90	4.29%
Cuscatlán	1,376	1,314	1.73%	-62	-4.51%
La Unión	1,313	1,248	1.64%	-65	-4.95%
La Paz	1,333	1,194	1.57%	-139	-10.43%
Morazan	572	851	1.12%	279	48.78%
San Vicente	970	836	1.10%	-134	-13.81%
Chalatenango	639	702	0.92%	63	9.86%
Cabañas	681	494	0.65%	-187	-27.46%
Fuera del País	1	100	0.13%	99	9900.00%
No especificado	1,125	820	1.08%	-305	-27.11%
Total	69,218	76,123	100.00%	6,905	9.98%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Tabla 16. Atenciones por oficina 2016

Oficina	Asesoría	Denuncia	Derivación	Gestión	Total	%
Call Center	23,982	0	0	202	24,184	34.94%
San Salvador	13,497	4,545	151	1,236	19,429	28.07%
Santa Ana	6,912	3,620	401	286	11,219	16.21%
San Miguel	3,619	3,230	707	679	8,235	11.90%
Plan de La Laguna	4,011	1,851	122	167	6,151	8.89%
Total	52,021	13,246	1,381	2,570	69,218	100.00%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Tabla 17. Atenciones por oficina 2017 (Incluye proyecciones)

Oficina	Asesoría	Denuncia	Derivación	Gestión	Total	%
Call Center	27,788	0	0	116	27,904	36.66%
San Salvador	16,006	3,455	238	1,691	21,390	28.10%
Santa Ana	8,602	2,231	335	491	11,659	15.32%
San Miguel	5,635	1,535	1,121	950	9,241	12.14%
Plan de La Laguna	4,391	1,058	158	322	5,929	7.79%
Total	62,422	8,279	1,852	3,570	76,123	100.00%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.



Adicionalmente, a efectos de facilitar la solución de controversias de consumo acercando los servicios a la población, la Defensoría del Consumidor recibe atenciones a través de medios descentralizados, los cuales permiten que los consumidores puedan ponerse en contacto con la Defensoría del Consumidor e interponer sus reclamos sin tener que trasladarse a los Centros de Solución de Controversias.

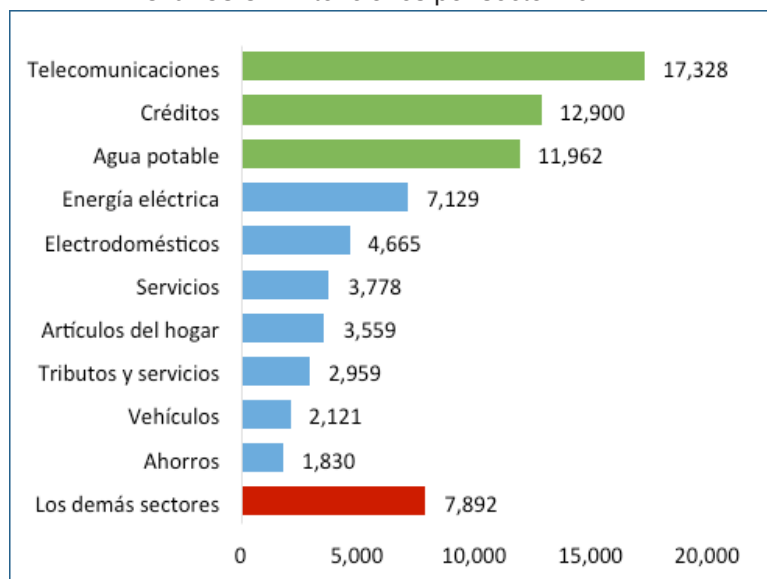
En comparación con el año anterior, se observa que las atenciones recibidas a través de medios descentralizados¹ se han incrementado un 44.18% (9,219), siendo las defensorías móviles y los medios electrónicos las formas de recepción que más aportaron a tal variación, con aumentos de 4,551 (49.16%) y 3,829 (56.34%) atenciones, respectivamente.

Tabla 18. Atenciones recibidas a través de medios descentralizados, enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

Forma de recepción	2016	2017	Diferencia	%
Defensoría Móvil	9,257	13,808	4,551	49.16%
Medios electrónicos	6,796	10,625	3,829	56.34%
Atención en línea	3,938	3,508	-430	-10.92%
Chat	233	3,072	2,839	1218.45%
Correo Electrónico	686	887	201	29.30%
Red Social Facebook	1,356	2,707	1,351	99.63%
Red Social Twitter	583	451	-132	-22.64%
Teléfono Directo	0	259	259	N/A
Ventanillas descentralizadas y Ciudad Mujer	4,816	5,396	580	12.04%
Ciudad Mujer	134	340	206	153.73%
Ventanillas descentralizadas	4,682	5,056	374	7.99%
Total	20,869	30,088	9,219	44.18%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Gráfico 37. Atenciones por sector 2017



En cuanto a la clasificación por sector, el gráfico a continuación permite observar que durante 2017, fueron 3 los sectores que originan el mayor número de atenciones que recibe la Defensoría del Consumidor: telecomunicaciones, créditos y agua potable.

En conjunto, registran 42,190 atenciones, equivalentes al 55.42% del total.

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

* Los demás sectores incluye: Ahorros, inmuebles, hidrocarburos, seguros y fianzas, equipo informático,

turismo, transporte, alimentos, prendas de vestir, salud, escolar, servicios de información crediticia, cosméticos, varios, servicios bursátiles, artículos infantiles, servicios electrónicos financieros, casas de empeño, agrícola, químicos.

¹ Luego de que las atenciones son recibidas a través de un medio descentralizado, estas pasan a un centro de solución de controversias, y por lo tanto, forman parte de las atenciones de las oficinas mencionadas anteriormente.

De 2016 a 2017, se ha incrementado el total de atenciones recibidas. Sin embargo, destaca que la composición de las atenciones por sector ha variado, pues agua potable, que ocupaba el primer lugar en 2016, pasó al tercer lugar en 2017.

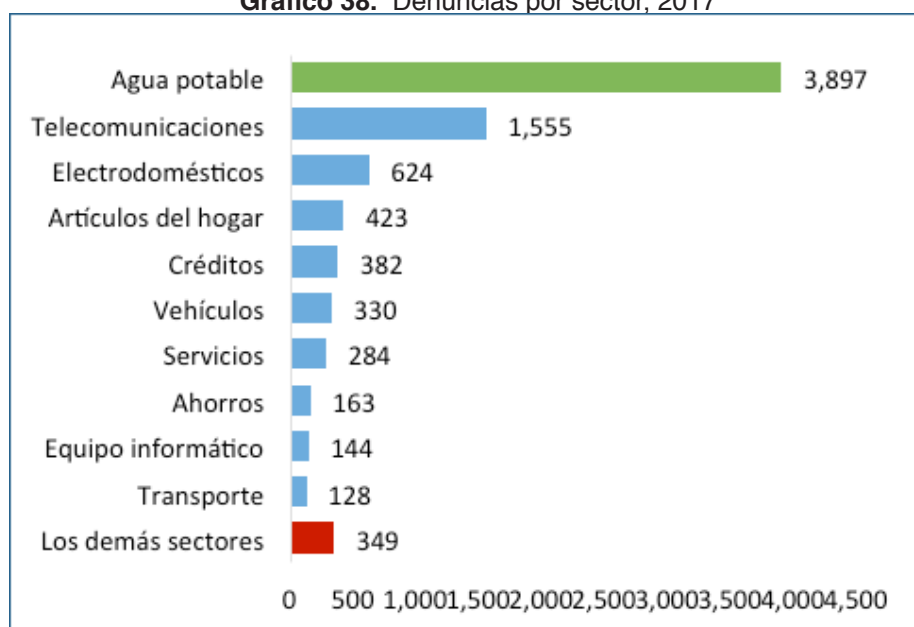
Tabla 19. Atenciones por sector enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

Sector	2016	2017	Diferencia	%
Telecomunicaciones	13,936	17,328	3,392	24.34%
Créditos	10,458	12,900	2,442	23.35%
Agua potable	18,171	11,962	-6,209	-34.17%
Energía eléctrica	3,730	7,129	3,399	91.13%
Electrodomésticos	3,955	4,665	710	17.95%
Servicios	3,251	3,778	527	16.21%
Artículos del hogar	4,241	3,559	-682	-16.08%
Tributos y servicios	2,072	2,959	887	42.81%
Vehículos	1,949	2,121	172	8.83%
Ahorros	1,396	1,830	434	31.09%
Inmuebles	1,309	1,426	117	8.94%
Hidrocarburos	380	1,101	721	189.74%
Seguros y fianzas	770	1,094	324	42.08%
Equipo informático	715	742	27	3.78%
Turismo	622	669	47	7.56%
Transporte	449	635	186	41.43%
Alimentos	431	585	154	35.73%
Prendas de vestir	384	401	17	4.43%
Salud	248	304	56	22.58%
Escolar	157	241	84	53.50%
Servicios de información crediticia	176	204	28	15.91%
Cosméticos	98	126	28	28.57%
Varios	180	103	-77	-42.78%
Servicios bursátiles	96	102	6	6.25%
Artículos infantiles	44	59	15	34.09%
Servicios electrónicos financieros	0	52	52	N/A
Casas de empeño	0	24	24	N/A
Agrícola	0	17	17	N/A
Químicos	0	7	7	N/A
Total	69,218	76,123	6,905	9.98%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Por otro lado, el siguiente gráfico muestra que agua potable es el sector del que provienen la mayor parte de denuncias que recibe la Defensoría el Consumidor, con poco menos de la mitad del total (47.07%), seguido de telecomunicaciones, con 18.78%.



Gráfico 38. Denuncias por sector, 2017

*Los demás sectores incluye: Turismo, inmuebles, prendas de vestir, seguros y fianzas, salud, escolar, servicios electrónicos financieros, artículos infantiles, alimentos, servicios de información crediticia, cosméticos, tributos y servicios, agrícola, varios, servicios bursátiles, energía eléctrica, químicos, hidrocarburos, y casas de empeño.

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Tabla 20. Denuncias por sector enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

Sector	2016	2017	Diferencia	%
Agua potable	8,997	3,897	-5,100	-56.69%
Telecomunicaciones	1,168	1,555	387	33.13%
Electrodomésticos	631	624	-7	-1.11%
Artículos del hogar	701	423	-278	-39.66%
Créditos	376	382	6	1.60%
Vehículos	422	330	-92	-21.80%
Servicios	214	284	70	32.71%
Ahorros	134	163	29	21.64%
Equipo informático	176	144	-32	-18.18%
Transporte	58	128	70	120.69%
Turismo	116	97	-19	-16.38%
Inmuebles	69	74	5	7.25%
Prendas de vestir	75	45	-30	-40.00%
Seguros y fianzas	32	35	3	9.38%
Salud	29	26	-3	-10.34%
Escolar	4	22	18	450.00%
Alimentos	12	9	-3	-25.00%
Artículos infantiles	4	9	5	125.00%
Servicios electrónicos financieros	0	9	9	N/A
Servicios de información crediticia	5	8	3	60.00%
Cosméticos	5	6	1	20.00%
Tributos y servicios	9	3	-6	-66.67%
Agrícola	0	3	3	N/A
Energía eléctrica	4	1	-3	-75.00%
Servicios bursátiles	3	1	-2	-66.67%
Varios	2	1	-1	-50.00%
Total	13,246	8,279	-4,967	-37.50%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.



En la tabla siguiente, se observa que el principal motivo de las atenciones de la Defensoría ha sido “Cobros, cargos y comisiones indebidas”, con el 44.29% de las atenciones recibidas en 2017; los casos con este motivo reflejan situaciones en las que el consumidor reclama que se le cobró más de lo esperado por lo que adquirió, sin que haya habido alguna justificación para esto. En segundo lugar, “Incumplimiento de contrato” con el 23.35%, y se refiere a situaciones en las que el proveedor hace un ofrecimiento bajo ciertos criterios y no los cumple; esto abarca casos como la no entrega del producto, falta de prestación de un servicio, retrasos en la entrega e instalación, entrega de productos distintos a los contratados, falta de servicios adicionales o bienes complementarios, entre otros.

En tercer lugar, “incumplimiento de garantía” con el 8.44%, los casos de este tipo se dan cuando el consumidor reclama que el bien adquirido presentó desperfectos o no se desempeñó de la manera esperada, y al presentar su reclamo de garantía ante el proveedor, éste no le ofreció una solución satisfactoria a su problema.

Tabla 21. Atenciones por motivo enero 2016-diciembre 2017 (Incluye proyecciones)

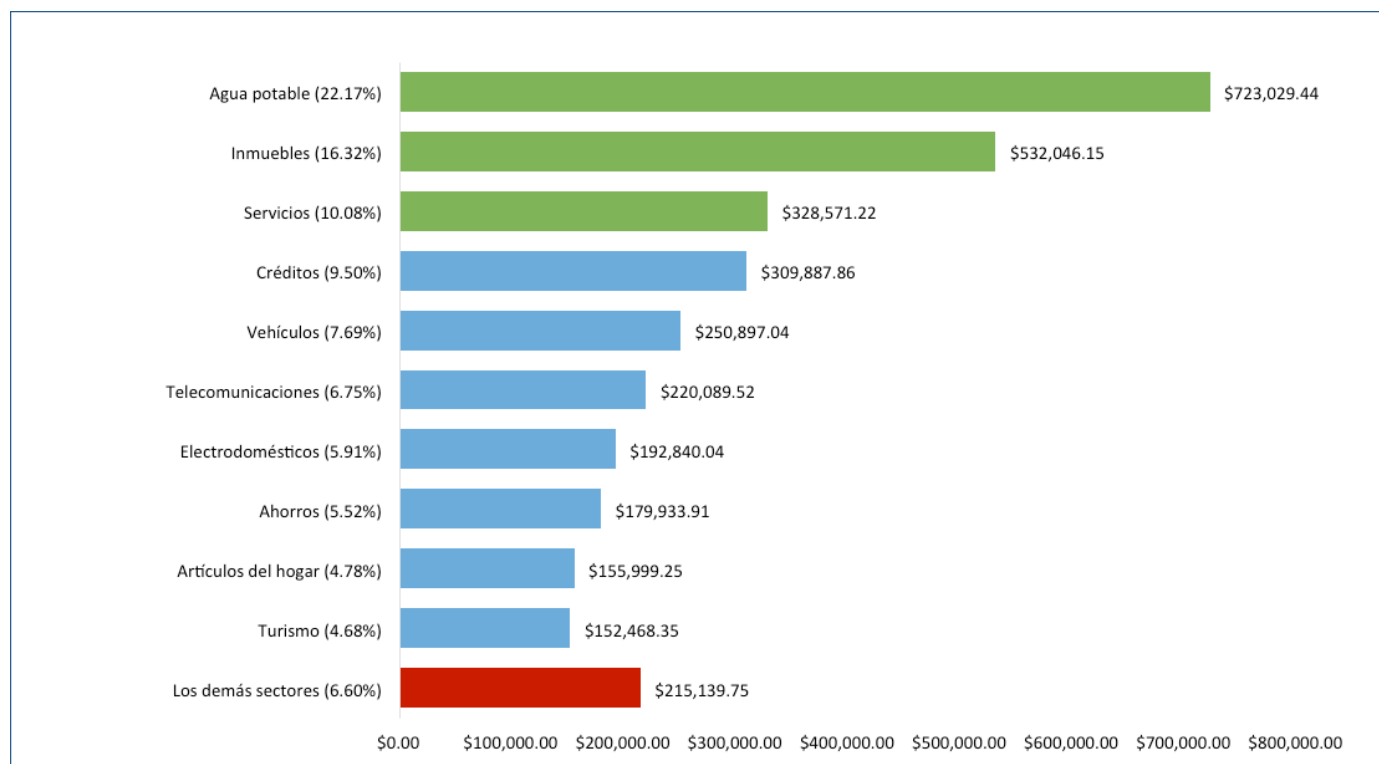
Motivo	2016		2017		Diferencia	
	#	%	#	%	#	%
Cobros, cargos y comisiones indebidas	35,323	51.03%	33,714	44.29%	-1,609	-4.56%
Incumplimiento de contrato u oferta	14,815	21.40%	17,773	23.35%	2,958	19.97%
Incumplimiento de garantía	5,475	7.91%	6,423	8.44%	948	17.32%
Sobreendeudamiento (Plan de pagos)	3,946	5.70%	5,295	6.96%	1,349	34.19%
Práctica abusiva	4,917	7.10%	3,850	5.06%	-1,067	-21.70%
Mala calidad del producto o servicio	339	0.49%	2,208	2.90%	1,869	551.33%
Derecho de retracto y desistimiento de compra	1,553	2.24%	2,100	2.76%	547	35.22%
Gestiones de cobro	542	0.78%	828	1.09%	286	52.77%
Cláusulas abusivas	0	0.00%	732	0.96%	732	N/A
Información crediticia	365	0.53%	498	0.65%	133	36.44%
Documentos de obligación y cancelaciones	398	0.57%	425	0.56%	27	6.78%
Varios	1,545	2.23%	2,277	2.99%	732	47.38%
Total	69,218	100.00%	76,123	100.00%	6,905	9.98%

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.

Finalmente, se reporta que, en 2017, la Defensoría del Consumidor recuperó \$6,847,136.44 a favor de las personas consumidoras que presentaron reclamación. De dicho monto, \$3,260,902.53 corresponden a recuperaciones de casos individuales y colectivos atendidos en los Centros de Solución de Controversias (\$1,981,160.17 corresponden a casos individuales, \$588,384.18 recuperados a través de gestiones directas ante los proveedores y \$691,358.18 en casos colectivos) y \$3,586,233.91 son devoluciones ordenadas por el Tribunal Sancionador y recuperaciones obtenidas en casos de representación judicial.



Gráfico 39. Montos recuperados en los Centros de Solución de Controversias, por sector, 2017



*Los demás sectores incluye: Transporte, seguros y fianzas, agrícola, equipo informático, escolar, salud, prendas de vestir, cosméticos, servicios electrónicos financieros, artículos infantiles, alimentos, casas de empeño, energía eléctrica, hidrocarburos, tributos y servicios, servicios bursátiles, servicios de información crediticia, químicos y varios.

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2017.





**Defensoría
del Consumidor**

MONITOREO del consumo en El Salvador

2017