MANUAL DE
BUENAS PRÁCTICAS

DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

Manual de buenas prácticas
para la protección de los intereses
de las personas consumidoras
en sus relaciones con los proveedores

2023
Abril

Defensoría del Consumidor

GOBIERNO DE EL SALVADOR

Contenido

Presentación i

1. Objetivo del Manual de Buenas Prácticas ii

2. Alcance del Manual de Buenas Prácticas ii

3. Proceso de adopción del Manual de Buenas Prácticas. iii

4. Beneficio para proveedores y consumidores. iv

CAPÍTULO I: Obligación general de brindar información 1

1. Compromiso del proveedor en brindar información 1

2. Compromiso de los proveedores a facilitar la accesibilidad en los establecimientos 6

CAPÍTULO II: Publicidad 7

1. Carácter obligatorio de la publicidad 7

2. Aspectos generales de la publicidad 9

CAPÍTULO III: Protección contra riesgos que puedan afectar la vida, salud 15

o integridad de las y los consumidores 15

1. Protección contra riesgos que puedan afectar la vida, salud o integridad de las y los consumidores 15

2. Régimen de responsabilidad 18

CAPÍTULO IV: Contratación y adquisición de productos y servicios 19

1. Contratos de adhesión 19

2. Facturas, recibos y otros comprobantes de pago 20

3. Garantías de uso o funcionamiento de productos o servicios 20

4. Ventas a futuro o a plazo 22

5. Venta de productos usados, con avería o deficiencia 22

CAPÍTULO V: Atención y tramitación de reclamos 23

1. Principios en la tramitación de reclamos 23

2. Política para la atención de reclamos 26

3. Registro de reclamos 26

4. Comportamiento del proveedor durante la tramitación del reclamo 26

Presentación

El consumo comprende un aspecto fundamental de la vida de las personas, al consumir, se procura satisfacer necesidades elementales y una adecuada calidad de vida a través de los bienes y servicios que se necesitan, convirtiéndolo en uno de los derechos cotidianos; considerando por ello, la relación de consumo y el derecho de acceso al consumo mismo, formando parte de los derechos humanos. La relación de consumo proveedor-consumidor, comprende transversalmente bienes jurídicos y valores como el derecho a la vida, la dignidad, la salud, la seguridad, la libertad de elección, la protección de intereses económicos, trato equitativo y digno, entre otros; pues el consumidor realiza un acto de máxima confianza en el proveedor, al adquirir, contratar y utilizar bienes y servicios.

El presente Manual es una herramienta de trabajo para los proveedores afiliados y las personas consumidoras a fin de potenciar la armonía, certeza y seguridad jurídica en todas sus relaciones de consumo. Dentro del marco ético del comportamiento de los proveedores frente a las y los consumidores, resulta justificada y necesaria la implementación de un instrumento que establezca las correspondientes buenas prácticas.

El Manual de Buenas Prácticas para la Protección de los Intereses de las Personas Consumidoras en sus relaciones con los proveedores, desarrolla importantes contenidos relacionados con:

- La obligación general de brindar información completa, precisa, veraz, clara y oportuna al consumidor;
- El carácter obligatorio de la publicidad y sus aspectos generales;
- La protección contra los riesgos de recibir productos o servicios que puedan afectar la vida, salud o integridad de las personas consumidoras;
- La contratación y adquisición de productos y servicios;
- El compromiso de los proveedores a facilitar la accesibilidad en los establecimientos; y,
- La atención y tramitación de reclamos.

Para efectos de este Manual, se entenderá por relación de consumo cualquier vinculación comercial que suponga la oferta o entrega de bienes o prestación de servicios por parte de un proveedor, así como la aceptación de una oferta o la recepción de un bien o servicio por parte de una persona consumidora, mediante un pago de precio, tasa o tarifa. Además, se entenderá comprendida en dicho concepto a la oferta o entrega de bienes o prestación de servicios a título gratuito en virtud de una eventual contratación comercial.

El cumplimiento del Manual permitirá a los proveedores ofrecer productos y servicios, otorgándoles una distinción en sus relaciones comerciales. Asimismo, generará distinción respecto a los demás proveedores y frente a los consumidores. De igual manera, este Manual pretende ser una herramienta que los identifique como una empresa respetuosa y

transparente en sus acciones con respecto a las personas consumidoras.

A continuación, se detallan los objetivos que pretende el manual, el alcance y proceso de adopción, y los beneficios que se esperan para proveedores y consumidores.

1. Objetivo del Manual de Buenas Prácticas

El presente Manual de Buenas Prácticas tiene el objetivo de ***promover las sanas prácticas de los proveedores de bienes y/o servicios en general***, ***incentivándolos a cumplir voluntariamente parámetros de conducta que beneficien a las personas consumidoras***. Ello con miras a propiciar una cultura de respeto, transparencia, responsabilidad, seguridad y calidad sobre los bienes y/o servicios que se ofertan y adquieren, ***sin la necesidad de activar la función sancionadora del Estado***. En ese sentido, se espera un comportamiento ético por parte de los proveedores en, al menos, los siguientes ejes:

a) Ofrecer bienes y servicios que respondan a las características y cualidades ofrecidas y que satisfagan las necesidades de las personas consumidoras, contribuyendo a su bienestar individual y general, y del medio ambiente.

b) Procurar la satisfacción de las personas consumidoras, más allá del cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias.

c) Emplear, como parte de la nueva cultura empresarial, buenas prácticas comerciales de respeto, transparencia y responsabilidad hacia las personas consumidoras.

d) Capacitar continuamente a sus empleados sobre los derechos que asisten a las personas consumidoras y las disposiciones normativas de obligatorio cumplimiento.

e) Atender y resolver las peticiones y/o reclamos de las personas consumidoras o de las organizaciones de consumidores directamente en sus establecimientos comerciales en plazos razonables.

2. Alcance del Manual de Buenas Prácticas

El contenido del Manual de Buenas Prácticas se encuentra dirigido a todos los proveedores que ofrecen bienes y servicios, entre ellos, sin ser los únicos, se consideran los que se dedican a las siguientes actividades:

- Servicios de Telecomunicaciones
- Muebles y electrodomésticos
- Supermercados
- Restaurantes
- Almacenes de Ropa, calzado y accesorios
- Cadenas de farmacias
- Entre otros.

Todos los proveedores pueden adoptar de manera voluntaria el contenido del presente Manual, para lo cual deberán cumplir con los requisitos de adopción. Una vez completado el proceso de adopción, el proveedor estará obligado a respetar todas las condiciones establecidas en el mismo.

Es importante señalar que este Manual es de carácter general. Por lo tanto, todos aquellos aspectos no contenidos en el presente serán desarrollados por la Defensoría del Consumidor en Anexos del Manual de Buenas Prácticas sectorizados, en los cuales se establecerán de manera particular los aspectos y criterios relativos a cada sector.

3. Proceso de adopción al Manual de Buenas Prácticas.

Los proveedores interesados en adoptar el Manual de Buenas Prácticas deben seguir los siguientes pasos:

- El proveedor debe llenar un formulario que estará a disposición en la web de la Defensoría del Consumidor, en la que expresen su interés de conocer el contenido del Manual de Buenas Prácticas y el proceso para su adopción, indicando la persona referente de la entidad y medios de contacto.
- Posteriormente, la Defensoría del Consumidor le expondrá el detalle del contenido del Manual de Buenas Prácticas y otorgará un plazo razonable para que el proveedor implemente las acciones o medidas que garanticen el cumplimiento a las disposiciones del Manual de Buenas Prácticas.
- Una vez, la Defensoría del Consumidor verifique el cumplimiento de todas las disposiciones del Manual de Buenas Prácticas, el proveedor firma una carta de adopción y cumplimiento a las disposiciones del Manual de Buenas Prácticas.
- La Defensoría del Consumidor verificará periódicamente el cumplimiento al Manual de Buenas Prácticas.

Los proveedores que adopten el Manual de Buenas Prácticas asumirán los siguientes compromisos:

- El compromiso voluntario de adecuar su conducta a los parámetros incluidos en el Manual de Buenas Prácticas, considerados como mínimos exigibles y, a cumplir fiel y lealmente las obligaciones contraídas, todo en beneficio de los consumidores. La adopción del Manual es representativo de un compromiso de calidad;
- El compromiso voluntario de emplear, como parte de la nueva cultura empresarial, buenas prácticas comerciales de respeto, transparencia y responsabilidad hacia las personas consumidoras;
- El compromiso voluntario de capacitar continuamente a sus empleados sobre los derechos que asisten a las personas consumidoras y las disposiciones normativas de obligatorio cumplimiento.

Los proveedores que adopten el Manual incluirán, como parte de la oferta de los bienes o

servicios que ponen a disposición de las personas consumidoras, todas aquellas condiciones que les sean aplicables en razón de su giro comercial. En consecuencia, de manera implícita formarán parte integral de las condiciones contractuales aplicables a las personas que adquieran sus bienes o servicios.

4. Beneficio para proveedores y consumidores.

Los proveedores que adopten el Manual de Buenas Prácticas tendrán los siguientes beneficios:

- Los proveedores que adopten el Manual asumen un compromiso voluntario de adecuar su conducta a los parámetros, mínimos exigibles, incluidos en el mismo, y, a cumplir fiel y lealmente las obligaciones contraídas, todo en beneficio de los consumidores, por lo tanto, al adoptar este Manual el proveedor se distinguirá frente a otros proveedores, al implementar una política de buenas prácticas. La adopción del Manual es representativo de un compromiso de calidad.
- Los proveedores emplearán, como parte de la nueva cultura empresarial, buenas prácticas comerciales de respeto, transparencia y responsabilidad hacia las personas consumidoras; identificándolos como una empresa respetuosa y transparente en sus acciones con respecto a las personas consumidoras.
- Los proveedores capacitarán continuamente a sus empleados sobre los derechos que asisten a las personas consumidoras y las disposiciones normativas de obligatorio cumplimiento, elevando así el cumplimiento de las mismas.
- Los proveedores que adopte voluntariamente al Manual y que observe su cumplimiento serán reconocidas por la Defensoría del Consumidor.

Por su parte, los consumidores tendrán los siguientes beneficios:

- Los consumidores recibirán bienes y servicios que responden a las características y cualidades ofrecidas, y que satisfacen sus necesidades, contribuyendo a su bienestar individual y general, y del medio ambiente;
- La satisfacción de las personas consumidoras, más allá del cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias;
- Las personas consumidoras recibirán un trato respetuoso, atención y resolución ante sus peticiones y/o reclamos.
- Las personas consumidoras tienen acceso a información completa, precisa, veraz, clara y oportuna.
- Las personas consumidoras tendrán más seguridad y confianza en los productos o servicios que adquieran o contraten.

CAPÍTULO I: Obligación general de brindar información

El presente capítulo desarrolla lo relativo al derecho de acceso a la información que poseen las y los consumidores en su relación con los proveedores de bienes y/o servicios. El mismo constituye el punto de partida para otro conjunto de derechos que devienen y son fundamentales para la toma de decisiones informadas.

1. Compromiso del proveedor en brindar información

El acceso a información clara, completa, veraz y oportuna, sobre los bienes y servicios ofrecidos por los proveedores, permite a los consumidores elegir con libertad, y de la mejor manera, entre las diferentes opciones que les ofrece el mercado. En ese sentido, y a fin de garantizar el derecho de las personas consumidoras, el proveedor adquiere los siguientes compromisos:

1.1 Con respecto a precios y condiciones de la oferta

Los proveedores de bienes y servicios se comprometen a brindar a las y los consumidores información oportuna, rápida y confiable. Por oportuna se entenderá que debe hacerse del conocimiento de las personas consumidoras antes de que éstas adquieran los bienes o servicios. Por rápida, se entenderá que debe trasladarse inmediatamente al consumidor, facilitándole la toma de decisión conforme a su conveniencia y posibilidades. Y, por confiable se entenderá que la información supone que la misma sea veraz y segura, es decir, no susceptible de sufrir variaciones posteriores que afecten la buena fe y confianza de las y los consumidores.

Cuando se trate del precio, tasa o tarifa de un bien o un servicio, se deberá informar el monto total a pagar, incluyendo todos los descuentos, recargos o costos adicionales necesarios para su adquisición. Al ofrecer el servicio de entrega a domicilio de bienes o servicios, deberá indicarse si existe cargo adicional por el mismo, además de especificar el tiempo establecido para la entrega.

En aquellos casos en los que se comunique más de un precio total de manera confusa, al momento de la contratación se cobrará al consumidor el precio más bajo informado.

En los servicios de reparación, contratos de obra o similares, todo cargo o costo adicional que se genere durante la prestación del servicio, y que por su naturaleza no pueda ser previsto en el presupuesto original u oferta de servicio, deberá ser informado y autorizado por el consumidor antes de su aplicación.

En el caso de comercialización de productos a plazos, los proveedores deben poner a disposición de las personas consumidoras toda la información relacionada a precios al contado, cuotas, tasas, duración de los plazos y montos totales a cancelar, así como aspectos

relacionados a la garantía del bien. De igual manera, cuando se realice un descuento en el precio de los productos o servicios, se debe informar, además, el costo original de los mismos sin dicha rebaja.

Los aspectos antes mencionados serán igualmente aplicables cuando se realicen ofertas de bienes o servicios a través de medios electrónicos.

En cuanto a la contratación de servicios, la información relativa a términos y condiciones debe ser clara, sin ambigüedades y de fácil comprensión. El proveedor deberá ofrecer un tiempo razonable y prudencial para su lectura y consulta, el cual no podrá ser menor de dos días. Dicha información deberá incluir lo siguiente:

i. Nombre y datos de contacto del prestador del servicio.
ii. Descripción de la prestación a recibir.
iii. Descripción detallada de los insumos a emplear, en su caso.
iv. Precios de los materiales y de la mano de obra.
v. Tiempo en que se realizará el trabajo.
vi. Si otorga o no garantía superior a la establecida legalmente, así como el alcance y duración de la misma.
vii. Plazo para la aceptación de la oferta.

Los proveedores se abstendrán de diferenciar el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros. En caso de que el proveedor incumpla este compromiso, los consumidores no podrán ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio.

Cuando por la variedad de productos que se ofrezcan no sea posible la publicación de precios en cartel, se deberá indicar los mismos por medio de etiquetas adheridas a los productos. De otro modo, se informará a la persona consumidora el precio de los productos disponibles por medio de un catálogo ilustrado para su consulta.

En los establecimientos o comercios que tengan vigente alguna promoción u oferta especial, al atender al consumidor se le informará respecto a la misma.

1.2 En relación a las consultas y asesoría a las personas consumidoras

El proveedor deberá atender y asesorar a las personas consumidoras sobre los productos o servicios de mayor conveniencia, de acuerdo a sus requerimientos, necesidades y capacidad de pago. Para ello, deberá informar y capacitar a los auxiliares de comercio sobre las características de los bienes y servicios que se encuentren a disposición de las y los consumidores y en caso de las ventas a través de comercio electrónico se deberá habilitar un canal de comunicación directa con el consumidor para solventar las dudas que este tenga. En ningún caso el proveedor podrá alegar desconocimiento de las especificaciones,

características, aspectos técnicos u otras condiciones y cualidades de los bienes o servicios que ofrece.

El proveedor debe atender cualquier requerimiento de información realizado por la persona consumidora, en relación al bien o servicio ofertado. Para tal efecto, debe brindar dicha información por escrito o, cuando las y los consumidores lo requieran, por cualquier otro medio.

Si el bien o servicio únicamente puede utilizarse mediante la incorporación de accesorios o productos complementarios que deben ser adquiridos en forma independiente, tendrá que informarse de tal circunstancia a las y los consumidores previos a la contratación. En caso de que dichos accesorios sean de difícil adquisición, deberá indicarse cómo pueden obtenerse.

1.3 Con respecto a los bienes y servicios con financiamiento

Los proveedores que ofrezcan financiamiento para la adquisición de bienes o servicios, directamente o por medio de terceros, deberán informar de manera clara y expresa al menos la siguiente información:

i. Nombre de la entidad que ofrece el bien o servicio.
ii. Precio de venta del bien o servicio al contado.
iii. Importe de desembolso inicial y/o prima requerida.
iv. Nombre de la entidad que ofrece el financiamiento.
v. Monto o valor a financiar del bien o servicio.
vi. Requisitos que debe cumplir el cliente para acceder al financiamiento.
vii. Condiciones del financiamiento: tasa de interés nominal anual y tasa de interés efectiva anual, número de cuotas e importe de las mismas, recargo o tasa moratoria por incumplimiento de pago.
viii. Detalle de comisiones o cargos fijos aplicables, describiendo si se incluyen en la cuota o se deben adicionar a la misma.
ix. Precio total a pagar del financiamiento, incluyendo los intereses, comisiones y/o cargos fijos.

En el recibo o documento de pago deberá informarse claramente a la persona consumidora el estado de su cuenta, incluyendo: saldo de capital adeudado a la fecha, distribución del pago realizado en ese momento –según la amortización a capital, intereses y otros cargos cuando corresponda–, al igual que la fecha y el lugar del siguiente pago.

En el caso de que el cumplimiento de estas instrucciones involucre un esfuerzo o gasto inusual para el consumidor, las mismas deberán informarse de manera oportuna previo a la toma de decisión de compra.

1.4 Con respecto a los bienes y servicios puestos a disposición del consumidor

El proveedor deberá presentar de forma separada los productos originales y los sucedáneos, sustitutos o productos de imitación, para lo cual destinará un lugar específico y señalizado en el establecimiento: estantes, góndolas, cámaras refrigerantes, vitrinas, entre otros.

1.5 Con respecto a la información puesta a disposición del consumidor en comercio electrónico

Los proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico legalmente constituidos en El Salvador, deberán cumplir con las obligaciones detalladas a continuación:

1.5.1 Obligaciones previas a la contratación.

a. Utilizar la información personal y crediticia proporcionada por el consumidor, en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a terceros ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del consumidor titular de la información, y únicamente en las condiciones en que esta haya sido conferida, o por requerimiento de autoridad competente en el país.
b. Adoptar sistemas de seguridad, efectivos y confiables deseablemente certificados, con el objeto de proteger la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones de todo tipo, en especial las financieras, y los pagos realizados por los consumidores. El proveedor será responsable por las fallas en la seguridad en sus sistemas.
   El proveedor deberá informar el nombre de la entidad certificadora del sitio web, o que no cuenta con certificación.
c. Incluir en un lugar visible, dentro de su sitio web, su identidad, especificando su nombre comercial y razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), su dirección de notificación, números telefónicos y correo electrónico.
d. Contar con los términos y condiciones para uso del sitio web, en un lugar visible y de fácil acceso, los cuales deberán contener como mínimo, los siguientes requisitos:
   i. La identificación del proveedor.
   ii. Identificación de los medios a los que puede abocarse el consumidor para presentar sus reclamaciones, o solicitarle aclaraciones;
   iii. Derechos y obligaciones especiales de las partes derivadas de la relación contractual.
   iv. Medios de pago que se podrán utilizar.
   v. Políticas del proveedor en relación a la garantía de los productos, derecho de retracto y reversión de pagos, con las mismas o similares facilidades que tuvo para contratar.
   vi. Condiciones y sistemas de despacho y entrega disponibles en el sitio web.
   vii. Los demás contenidos que cada proveedor estime pertinentes.

Los términos y condiciones para el uso del sitio web, se aplicarán y se entenderá que forman parte de todos los actos y contratos que se ejecutan o celebran mediante los sistemas de oferta y comercialización, comprendidos en el mismo sitio web en que ellos aparezcan

publicados, entre sus usuarios y el proveedor, de conformidad a las leyes salvadoreñas y según los estándares generalmente aceptados por el comercio electrónico.

e) Advertir al consumidor que la transacción únicamente deberá ser realizada por el titular del medio de pago.
f) Proporcionar al consumidor, información completa, precisa, veraz, clara, oportuna, gratuita y de fácil acceso sobre la transacción a realizar, incluyendo los costos, cargos adicionales, en su caso; modalidad o formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor; costo total del flete, y cualquier otro costo relacionado con la contratación; las características y condiciones de la garantía del producto, cuando ello corresponda; el precio total del producto o servicio; las advertencias sobre los posibles riesgos en la utilización previsible del producto, así como cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente.
g) A publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos; que sean fácilmente accesibles disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

1.5.2 Obligaciones durante la fase de contratación y posterior a ella.

a) Presentar al consumidor, antes de la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir, con su descripción completa; el precio individual de cada uno de ellos; el precio total de los bienes o servicios, de ser aplicable; los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto, y la sumatoria total que debe cancelar el consumidor, a fin de que éste, lo acepte, realice correcciones o cancele la transacción. El resumen de la compra deberá estar disponible para su impresión y/o descarga.
b) Confirmar al consumidor la recepción de la orden que contiene la compra realizada por éste, a más tardar el día calendario siguiente de efectuada, señalando el tiempo de entrega, el desglose de los productos y servicios adquiridos y sus precios, impuestos aplicables, gastos de envío, en caso apliquen, y el monto total de la transacción.
c) Mantener en medios de almacenamiento de información, durante un plazo de 10 años contados a partir de la fecha de la finalización de la transacción, la documentación que contenga la prueba de la relación comercial, en especial la identidad proporcionada por el consumidor, las etapas consignadas en el sitio, mediante las cuales se constata la voluntad de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información, de conformidad con lo regulado en la Ley de Firma Electrónica.
d) Entregar el pedido, a más tardar en el plazo de 30 días calendario, contados a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor haya realizado la compra. En caso de que la entrega del pedido supere los 30 días calendario, y siempre que no se hubiere

acordado un plazo diferente entre el proveedor y el consumidor, o que no estuviere disponible el producto adquirido, el consumidor podrá terminar el contrato unilateralmente y obtener la devolución de las sumas pagadas, sin ninguna retención, de conformidad con lo establecido en el artículo 13 de la Ley de Protección al Consumidor.

2. Compromiso de los proveedores a facilitar la accesibilidad en los establecimientos.

Los proveedores se comprometen a brindar un trato igualitario de acceso a su establecimiento a los consumidores(as), a grupos minoritarios y especialmente a personas con discapacidad física o de otra naturaleza, procurando eliminar aquellas barreras que imposibiliten el acceso a las instalaciones y a los servicios que ellos presten, así como garantizar la movilidad y seguridad de las personas con discapacidad. Con miras a proporcionar un servicio de calidad, los proveedores se comprometen a cumplir con la Ley de Equiparación de Oportunidades para las Personas con Discapacidad y su Reglamento, así como con la Norma Técnica Salvadoreña NSO 11.69.01:14, Accesibilidad al medio físico, Urbanismo y Arquitectura y la Ley de Protección al Consumidor.

CAPÍTULO II: Publicidad

En el presente capítulo se desarrollan criterios de cumplimiento relativos a los diferentes tipos de publicidad. Los mismos deben ser utilizados por los proveedores de bienes y/o servicios que han adoptado el Manual. Su objetivo es promover que la publicidad utilizada por los proveedores informe debidamente a las personas consumidoras. Se debe evitar, por consiguiente, la publicación de información que produzca error, engaños, ambigüedades, confusión o falsas expectativas de lo realmente anunciado; y que afecte la dignidad de la persona o vulnere el derecho al honor, intimidad y propia imagen.

1. Carácter obligatorio de la publicidad

A los efectos de este manual, se entiende por publicidad toda forma de comunicación realizada dentro de una actividad comercial, industrial, liberal o estatal con el objetivo de motivar al público a tomar o promover una decisión o acción, y que implique para ello la adquisición de bienes o la prestación de servicios.

Los proveedores deben asegurarse que la información que empleen mediante la publicidad de bienes o servicios, no induzca a error, engaño o confusión al consumidor. Asimismo, garantizarán que dicha publicidad no ocasione algún riesgo para la salud o seguridad del mismo. Para ello, deberá tomarse en cuenta la naturaleza y características de los bienes o servicios anunciados, el público a quien va dirigido el mensaje y, además, el medio a utilizar.

1.1 Obligatoriedad de lo anunciado

Los proveedores deberán cumplir con lo expresamente ofertado. Este cumplimiento no debe ser únicamente atendiendo a su texto, sino también a cada uno de los elementos (por ejemplo: imagen, sonido o condiciones) que contenga la oferta o mensaje publicitario. Por lo tanto, el proveedor deberá abstenerse de incumplir con lo publicitado, bajo pretexto de que existe error o poca claridad en el anuncio. Tampoco se deberá alegar, para el incumplimiento de lo publicitado, que no existe disponibilidad de productos o citar restricciones y condiciones que no fueron detalladas oportunamente. Además, los proveedores deberán abstenerse de cualquier otra práctica que falte a la buena fe de las personas consumidoras.

Para lo anterior, todo proveedor debe tener a disposición de los consumidores, a través de un medio idóneo y de fácil consulta, el contenido de las ofertas comerciales que se publicitan en sus establecimientos comerciales, así como las condiciones y restricciones de las mismas. Todo ello, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado, en el documento o comprobante legal entregado a las personas consumidoras.

Las condiciones contractuales y las consignadas en la publicidad de un bien o servicio deberán coincidir, de tal forma que en ningún caso pueden ser contradictorias entre sí. Al existir cualquier contradicción, siempre prevalecerán las condiciones que sean más beneficiosas para las o los consumidores.

Cuando exista un error en los términos de la publicidad anunciada, se deberá modificar por los mismos medios y con la misma prominencia que la publicidad original. Sin embargo, si existieran consumidores llamados por la publicidad con errores, hasta antes de que ésta se rectifique, se les deberá cumplir con lo ofertado.

Las imágenes y frases usadas dentro de un mensaje publicitario (sea escrito, radial o televisivo) deberán dar cuenta, en la medida de lo posible, de las condiciones reales y veraces de los productos, servicios, promociones u ofertas que se estén ofertando. Dichas imágenes y frases se tienen por incluidas en el ofrecimiento contractual con las y los consumidores. En consecuencia, no deben emplearse frases como: "*las imágenes publicadas son meramente ilustrativas*" o cualquier otra equivalente, ya que no hacen referencia exacta a lo ofertado.

1.2 Veracidad de la publicidad

El proveedor evitará que su publicidad contenga manifestaciones, imágenes, efectos sonoros o visuales que, de forma directa o indirecta, puedan llevar a confusión o engaño a los consumidores. Esto incluye afirmaciones, implicaciones, omisiones, exageraciones o ambigüedades en lo publicitado.

Para lo anterior, el proveedor deberá entregar a las y los consumidores la información suficiente para cada publicidad realizada. Esta suficiencia en la información se refiere a aquella que sea necesaria e imprescindible para que las personas consumidoras puedan tomar una decisión de consumo adecuada, con respecto a lo publicitado. Por ende, el proveedor evitará la insuficiencia informativa que se produce cuando se omiten datos relevantes o esenciales para la comprensión efectiva de la oferta, propuesta de contratación, o de cualquier condición o restricción de lo publicitado.

1.3 Justificación de aseveraciones técnicas sobre los bienes o servicios

Las descripciones, aseveraciones, afirmaciones, propiedades, beneficios o ilustraciones técnicas que se afirmen con respecto a un determinado bien o servicio deben estar justificadas. Para dichas justificaciones se debe utilizar una fuente identificable, reconocida, autorizada y verificable de manera sencilla[1]. La justificación corresponde al anunciante, quien podrá hacerla directamente o por medio de su agencia de publicidad o cualquier tercero encomendado al efecto.

En consecuencia, todo proveedor se compromete a entregar al consumidor en toda su publicidad únicamente información que sea demostrable y cuyas pruebas estén disponibles. En este sentido, se evitarán acciones que confundan, engañen o vulneren derechos de los consumidores, tales como:

1 A efectos de lo señalado en este punto del Manual, podrá utilizarse cualquier medio para sustentar lo publicitado, como por ejemplo: testimonial, documental, pericial, entre otros; o bien por cualquier otro medio que razonablemente demuestre lo afirmado.

- Utilizar mensajes mendaces.

- Conducir a una expectativa, impresión o conclusión errónea de un producto o servicio, así como a sus diferentes elementos.

- Ocultar u omitir información relevante para lo publicitado.

- Realizar aseveraciones que vayan en contra de la ley y lo establecido en este Manual.

Los proveedores evitarán colocar en su publicidad información de índole subjetiva, es decir, aquella que expresa opiniones, puntos de vista personales o sentimientos del anunciante, ya sea por exageraciones o exaltaciones en lo publicitado. Ejemplo de lo anterior son frases como: "*la bebida más deliciosa"*, "*el que da mayor satisfacción…*", "*el detergente más rendidor en el mercado*". Lo anterior será permitido únicamente de conformidad con los parámetros fijados en este Manual (apartado 2.3 del presente capítulo).

2. Aspectos generales de la publicidad

Todo proveedor se compromete a que su publicidad contenga como mínimo lo siguiente:

2.1. ***Contenido y forma de la publicidad***

En la publicidad escrita, los términos, condiciones y cualquier otra información necesaria deberán presentarse con letra no menor a 10 puntos de tamaño. Además, para la adecuada decisión de la persona consumidora, la información mencionada debe poseer un color pertinente que contraste con el fondo del anuncio, de manera que permita la fácil lectura.

Asimismo, cuando se establezca la frase *"Restricciones aplican"*, u otra equivalente, se deberá estipular en el texto de lo publicitado, así como en cualquier otro medio idóneo (redes sociales o páginas web) para ser verificados por los consumidores. Los proveedores se obligan, por tanto, a incluir en la publicidad, de forma inequívoca y perceptible, las limitaciones o condiciones esenciales de la oferta realizada.

De igual forma, en el caso en que se utilice la palabra "*Desde*", u otra equivalente, con respecto al precio de lo ofertado, se deberá establecer en la publicidad el rango en que se entiende la oferta, ya sea agregando la palabra "*Hasta*", junto con el precio a que llega la oferta, u otra forma pertinente, clara e inequívoca.

En conclusión, todo proveedor en su publicidad deberá garantizar que no existan requisitos ulteriores no conocidos por los consumidores y que limiten, alteren o contradigan las afirmaciones del mensaje publicitario principal. En todo caso, los mecanismos de remisión para conocer las limitantes, restricciones o condiciones tendrán un carácter complementario y en ningún caso implicarán cargas para los consumidores.

2.2. ***Temporalidad y condiciones de la publicidad de promociones y ofertas especiales***

Los proveedores se comprometen a realizar promociones y ofertas especiales por los siguientes motivos:

a) Cuando busquen eliminar el inventario del producto o dejarlo de comercializar;

b) Cuando realicen ventas por fin de temporada;

c) Cuando se trate de productos estacionarios;

d) Cuando los productos presenten fecha de vencimiento próxima;

Los motivos antes señalados para realizar una oferta o promoción deberán ser informados al consumidor de forma escrita y en lugares o espacios destacados. El tamaño de los caracteres (letras) utilizados para dar a conocer el motivo del precio especial del bien, será equivalente al tamaño de los caracteres utilizados para informar del descuento.

Asimismo, la publicidad asociada a promociones u ofertas especiales deberá incluir, al menos, la siguiente información:

a) La vigencia de la promoción u oferta especial, indicando la fecha de inicio y de finalización.

b) Las existencias del producto promocionado y las sucursales que ofrecerán el mismo, así como el precio del producto, servicio o promoción en condiciones normales en el mercado.

c) El o los proveedores responsables de la promoción o producto, con expresión de su dirección comercial.

d) Los gastos adicionales de la promoción u oferta que recaigan sobre las y los consumidores, su cuantía y razón a la que responden.

e) Informar debidamente en su publicidad si la entrega de incentivos o algún beneficio adicional está condicionada a la adquisición de un producto y/o servicio, comunicando además los requisitos de acceso al mismo.

f) Si son varios los incentivos, se identificarán en la publicidad y se indicará si los mismos son sustituibles entre sí.

En caso de que se produjere la no disponibilidad de un bien o servicio ofertado en la publicidad, el proveedor se compromete a sustituirlo por otro equivalente o superior en utilidad y valor. Asimismo, hará cesar toda publicidad relacionada con dicho ofrecimiento. Lo anterior también será aplicable al caso de los incentivos o beneficios adicionales a lo publicitado.

2.3. ***Superlativos e hipérboles***

El uso de superlativos y exageraciones no debe ser engañoso. A estos efectos, los superlativos, al igual que cualquier otra afirmación hecha en la publicidad, podrán requerir o no de demostración por parte del anunciante según se trate de afirmaciones objetivas o subjetivas. Para ello se seguirán los siguientes criterios:

a) *Superlativos o afirmaciones objetivas*: se refieren a cualidades y desempeño tangibles del producto, los cuales pueden ser medidos a través de estudios y análisis, y comparados con productos similares. Como manifestaciones de hechos, tales afirmaciones pueden ser demostradas o desmentidas, por lo que deben someterse a las reglas de veracidad y demostración indicadas en este manual.

b) *Superlativos o afirmaciones subjetivas*: son aquellas expresiones de opinión o evaluación personal sobre cualidades intangibles de un producto. Son principalmente opiniones, elogios, juicios estimativos, exageraciones o hipérboles que se hacen para alabar un producto. Este tipo de afirmaciones no estarán sujetas a examen de veracidad y exactitud en tanto se presenten de forma tal que un consumidor razonable la interprete como un simple elogio normal en la publicidad; esto es, que no sean determinantes en su decisión de consumo y, por lo tanto, no sean propensas a provocar engaño.

Un ejemplo de lo mencionado es la frase "*La pila más resistente*" o "*El carro más vendido en el país*", las cuales deben ser demostradas, ya que comprenden hechos tangibles y objetivos. En cualquier caso, los proveedores se comprometen a ofrecer las pruebas pertinentes para demostrar la veracidad de los superlativos e hipérboles ante cualquier solicitud de un interesado.

2.4. ***Uso de testimoniales***

La publicidad podrá utilizar testimonios y referencias del producto anunciado, siempre y cuando los mismos sean genuinos, verificables y basados en experiencias previas o conocimientos de quien presta la declaración. Los testimonios o referencias que se vuelvan obsoletos por el paso del tiempo no deberán ser utilizados.

Adicionalmente, los testimonios utilizados en la publicidad deberán respetar las siguientes reglas:

a) Se utilizará solamente con el consentimiento de quien lo rinda; salvo que se trate de citas legítimas obtenidas de una fuente previamente publicada o difundida al público en general por un tercero.
b) Los testimonios utilizados deberán referirse al producto que se anuncia.
c) Si el testimonio es reproducido en forma parcial, las partes omitidas no podrán alterar, modificar o contradecir la información de la porción de la cita que sí es divulgada.

d) No podrán utilizarse testimonios que sean engañosos, aun en casos en que sean literalmente ciertos, pero con implicaciones susceptibles de generar error o engaño.
e) Cuando sean efectuados por quien tiene interés económico en la empresa anunciante o sus productos, deberá indicarse claramente esta circunstancia.
f) No podrá testimoniarse en nombre de grupos indeterminados, tales como: todas las amas de casa, todos los médicos, etc.
g) Deberá indicarse claramente cuando el mensaje se trate de parodias, representaciones o testimonios ficticios.
h) El testimonio, por sí solo, no será considerado ni presentado como prueba de veracidad sobre las aseveraciones que se hacen sobre el producto. Por lo tanto, se deberá evitar implicar, inducir o sugerir tal situación en cualquier elemento que componga la publicidad.
i) En caso de que la persona que rinda el testimonio sea reconocido como miembro o representante de alguna organización, deberá indicarse si la declaración la realiza en su carácter personal o en nombre de la organización a la que pertenece. Si la referencia se hace en nombre de una organización, deberá contarse con las pruebas o justificaciones correspondientes.

El uso de modelos caracterizando una profesión, oficio u ocupación, no deberá conducir a error o confusión. Su uso estará siempre limitado por las normas legales y éticas que rigen la profesión, ocupación u oficio correspondiente. La caracterización deberá estar claramente identificada como tal.

Se deberá obtener un documento escrito, fechado y firmado por cada una de las personas que rinde su testimonio a favor del producto. El mismo deberá incluir información suficiente que permita identificar y localizar a la persona que suscribe el testimonio. Este documento deberá conservarse, al menos, por todo el tiempo que el anuncio esté en difusión, y por los 12 meses siguientes a su última difusión.

2.5. ***Citas a terceros***

Las referencias a datos, investigaciones, encuestas o estadísticas que se efectúen en la publicidad, deben contar con fuentes responsables, identificables y disponibles para su comprobación. Los datos parciales de las investigaciones o estadísticas no pueden utilizarse para conducir a conclusiones falsas, erróneas, confusas o distorsionadas.

Los anuncios sólo podrán utilizar información científica claramente identificada, comprobable y necesaria para la demostración de cualidades objetivas del producto.

2.6. ***Publicidad de garantías***

La publicidad podrá utilizar términos como “garantizado”, “garantía” o similares, solamente si todos los términos y condiciones de la garantía, junto con los mecanismos para hacerla efectiva, se le informan por escrito completa y oportunamente al consumidor, en los términos expresados en este manual.

Los términos como “satisfacción garantizada”, “le devolvemos su dinero” o similares, podrán utilizarse en la publicidad solamente si el anunciante devuelve a los consumidores la totalidad de lo pagado. Para ello, bastará que la o el consumidor realice su solicitud al proveedor, dentro del plazo y condiciones establecidas y previamente informadas a éste.

Cuando se utilice el término “garantía de por vida” o similares, se entenderá que la garantía estará vigente durante la vida útil esperada para el producto y/o servicio, la cual deberá informarse en forma clara y por escrito al consumidor, previo a la venta del mismo.

Para todo lo anterior, los proveedores entregarán siempre un comprobante legal que dará cuenta de las circunstancias mencionadas. Los proveedores dejarán constancia de la entrega de este documento en los expedientes que lleven de los consumidores.

2.7. ***Disponibilidad de productos***

Toda difusión de publicidad por parte de los proveedores se hará con la buena fe de poner a disposición de los consumidores los productos objeto de la publicidad. En consecuencia, no se debe difundir publicidad de productos sobre los cuales no existe disponibilidad suficiente para satisfacer la demanda esperada.

Los proveedores que adopten el Manual se abstendrán de hacer publicidad de un producto que no se pretende poner a disposición del público, con el único fin de atraer clientes al establecimiento para ofrecer otros productos que sí estén a la venta.

En caso de que la disponibilidad de un producto sea limitada, deberá informarse claramente en la publicidad del mismo, indicando la cantidad de existencias disponibles en razón del plazo de la oferta. También se informará a los consumidores de los diferentes establecimientos en que se hará efectiva la oferta y la existencia de productos de que se dispone en cada uno de ellos.

Frases como “*Hasta agotar existencias*”, o similares, no liberarán de responsabilidad al oferente en caso de escasez de producto, salvo que demuestre que tomó las previsiones necesarias para satisfacer la demanda de dichas existencias en condiciones normales, y que el faltante de producto se dio no obstante dichas previsiones.

2.8. ***Campañas de causas sociales***

La publicidad que promueva la recolección de donaciones para causas sociales o que impulse la venta de productos con la afirmación de que dichas ventas beneficiarán una causa social, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

a) Indicar la institución o causa específica que se beneficiará.
b) Aportar, a solicitud de cualquier autoridad competente, el acuerdo formal adoptado con los beneficiarios de la campaña.
c) Si el beneficiario no es una entidad legalmente constituida, indicar su naturaleza y objetivos.

d) Especificar en qué consiste el beneficio a recibir por la institución o causa social, o bien la forma en la cual dicho beneficio será determinado.
e) Señalar si hay un límite máximo a la contribución que hará el anunciante.
f) Abstenerse de exagerar la forma en que las compras del producto anunciado o las donaciones de los consumidores afectarán la contribución a la causa social.
g) Una vez finalizada la campaña, tener disponible para quien lo solicite un reporte de la totalidad de fondos recaudados o ventas realizadas, según corresponda, así como del monto efectivamente entregado a las causas sociales beneficiarias.

La información de respaldo a que se refieren los párrafos anteriores deberá conservarse durante, al menos, 12 meses a partir de la última difusión del material publicitario alusivo a la causa social.

3. Publicidad que atente contra Derechos Fundamentales.

Los proveedores que adopten el Manual de Buenas Prácticas se abstendrán de realizar u ordenar la difusión de publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere el derecho al honor a la integridad y a la propia imagen, especialmente a los que se refieren a la mujer, juventud, infancia y grupos minoritarios.

Asimismo, los proveedores no utilizarán publicidad sexista, entendida esta como cualquier forma de publicidad que trasmita valores, roles, estereotipos, actitudes femeninas y masculinas, lenguaje verbal y no verbal, que fomenten la discriminación, subordinación, violencia y la misoginia.

Los proveedores que adopten este Manual no utilizarán la imagen de niños, niñas y adolescentes en publicidad de contenido sexual o en mensajes que inciten a la violencia o sean inadecuados para su edad.

CAPÍTULO III: Protección contra riesgos que puedan afectar la vida, salud o integridad de las y los consumidores

Este capítulo trata sobre la responsabilidad que tiene todo proveedor de informar sobre bienes y servicios que involucren algún nivel de riesgo que ponga en peligro la salud, la vida o la integridad de las y los consumidores. Es importante tomar en cuenta que los proveedores que pongan a disposición mercancías cuyo consumo involucre algún nivel de riesgo, deberán incluir información visible y en términos fáciles de comprender sobre las instrucciones de uso y resultados, implicaciones, riesgos o advertencias previsibles por el uso normal del bien o servicio.

1. Protección contra riesgos que puedan afectar la vida, salud o integridad de las y los consumidores

1.1. Deber de ofrecer productos seguros

Se entenderá como "producto seguro" cualquier producto que, en condiciones de utilización normales o razonablemente predecibles, no presente riesgo alguno o únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto. Se asumirá siempre que las y los consumidores utilizan el producto en forma razonable, y que cuentan con las condiciones y requisitos necesarios para hacerlo.

Para determinar si un producto califica o no como seguro, y para ponerlo a disposición de la persona consumidora, el proveedor deberá considerar al menos los siguientes aspectos:

i. Características del producto, particularmente aquellos que son de consumo humano.
ii. Instrucciones y advertencias de uso en condiciones normales, incluyendo tanto usos principales como secundarios, así mismo contraindicaciones y las instrucciones de emergencia.
iii. Advertencias sobre el efecto para la salud de combinarlo con otros productos.
iv. Presentación del producto y envasado, incluyendo su etiquetado, publicidad, instrucciones de uso, certificaciones que se invocan, así como cualquier información que se ofrezca sobre el mismo.
v. Que la información relacionada con el producto esté a disposición de las y los consumidores.

1.2. Deber de prevención

Todo proveedor deberá prevenir y evitar posibles daños a la vida, salud o integridad de las y los consumidores. Para esto deberá de cumplir con ciertas prácticas que eviten situaciones de riesgo o reduzcan la extensión de los daños, en caso de que los mismos ocurran. Estas prácticas incluyen:

1.2.1. Cumplir con las disposiciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor, Reglamentos Técnicos Centroamericanos, Reglamentos Técnicos Nacionales, Normas Salvadoreñas Obligatorias y demás regulaciones aplicables a los productos y servicios puestos a disposición de las y los consumidores.

1.2.2 Todo fabricante deberá tomar en cuenta las siguientes medidas de seguridad para la elaboración de productos:

a) Colocar en el producto ofrecido una etiqueta que cumpla con los requisitos establecidos en el marco regulatorio vigente.
b) Los bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores deberán proporcionar las instrucciones o indicaciones para su correcto uso o consumo, advertencias y riesgos previsibles.
c) Adoptar en el proceso de fabricación, distribución y comercialización de productos, estándares de seguridad para la disminución permanente de riesgos, mejorar su seguridad y las medidas y controles que se tomarán en su aplicación.
d) Capacitar periódicamente al personal de la empresa en las Buenas Prácticas de Manufactura que deben utilizarse en los procesos de producción.
e) Contar con registros que evidencien la forma adecuada de mantener el producto en buenas condiciones y de ofrecerlo de manera segura a las y los consumidores.
f) Verificar y documentar la calidad de los productos a través de ensayos de laboratorio realizados por entidades debidamente acreditadas.
g) Poseer un protocolo de atención a reclamos de las y los consumidores relacionados a la seguridad de los productos; y, asimismo, mantener información histórica de reclamos que se relacionen con la calidad del producto, junto con la solución que se dio a cada caso.
h) Documentar los procesos de elaboración de los productos con la finalidad de identificar la trazabilidad de lotes de producción, en caso de que se detecte algún defecto con relación a los mismos, una vez que hayan sido puestos en el mercado.
i) Todo producto perecedero puesto a disposición de las y los consumidores debe retirarse el día posterior a su vencimiento.
j) Actuar con prontitud y efectividad ante la ocurrencia de un riesgo basado en un protocolo de actuación que determine las acciones a seguir.

1.2.3 Todo comercializador o distribuidor de productos deberá garantizar las siguientes medidas de seguridad:

a) Ofrecer, donar o poner en circulación a cualquier otro título, a las y los consumidores, productos o bienes con fecha de vencimiento vigente o cuya masa, volumen, calidad o cualquier otra medida especificada en los mismos no se encuentre alterada.
b) Acatar las instrucciones del fabricante que se relacionen con los estándares de seguridad que deben seguirse al ofrecer un producto, incluyendo las instrucciones de conservación del mismo.
c) Mantener a disposición de las autoridades correspondientes la documentación legal que acredite que los productos puestos a disposición de los consumidores cumplen con las medidas y requisitos de seguridad correspondientes.
d) Capacitar periódicamente al personal de la empresa comercializadora en el manejo adecuado de los productos que se ofrecen.
e) Contar y cumplir con un protocolo para aquellos casos en que se descubra una situación de riesgo con relación a un producto que ya ha sido puesto en el mercado.

1.2.4 Todo fabricante, proveedor, distribuidor o comercializador de productos o servicios, al tener conocimiento de que estos posiblemente atenten contra la vida, salud e integridad física de las y los consumidores, estará en la obligación de:

a) Informar a las autoridades competentes acerca de los hallazgos identificados.
b) Retirar del mercado el producto o servicio riesgoso.
c) La suspensión de la producción, distribución y comercialización del producto o servicio riesgoso.
d) Informar a los diferentes miembros de la cadena de distribución del producto o servicio, de los riesgos que implica la permanencia de éste a disposición de las y los consumidores.
e) Advertir a la población, utilizando los diferentes medios de comunicación, de los peligros del consumo de los productos antes mencionados.
f) Comunicarse con los consumidores que adquirieron el producto o contrataron el servicio riesgoso para advertirles sobre el peligro que representa, e informarles de las acciones a seguir como medidas preventivas o correctivas, o en su caso el retiro del producto o servicio. Cuando sea imposible la comunicación con los consumidores se deberá brindar la información necesaria relativa a la identificación de los mismos para que la institución competente se encargue de comunicarse con los consumidores.

1.2.5 Todo proveedor deberá hacer del conocimiento de la entidad competente el procedimiento para el retiro de los productos o servicios afectados,

incluyendo las medidas preventivas y correctivas a tomar, para su respectiva ratificación, denegación o modificación.

2. Régimen de responsabilidad

2.1. Responsabilidad solidaria

Todo proveedor será responsable en forma solidaria de las acciones u omisiones de quienes producen, importan, suministran, comercializan o facilitan productos o servicios que causen daños o perjuicios a los consumidores, a menos que conste o se acredite que se han cumplido debidamente las exigencias y requisitos establecidos por leyes, reglamentos y normativas.

En materia de responsabilidad se deberán considerar, al menos, los siguientes criterios:

a) Los fabricantes, importadores, vendedores o suministradores de productos o servicios a los consumidores responderán del origen, identidad e idoneidad de los mismos, de acuerdo con su naturaleza o finalidad, según las normas que los regulan.
b) Los tenedores de productos a granel responderán, sin perjuicio de que se pueda identificar y probar la responsabilidad del anterior tenedor o proveedor.
c) En el caso de productos envasados con cierre íntegro, en lo que respecta al etiquetado, responderá el fabricante, importador o suministrador que figure en su etiqueta, presentación o publicidad, así como el comercializador de los mismos.
d) En el caso de productos envasados con cierre íntegro, en lo que respecta a su contenido neto, responderá el fabricante, importador o suministrador que figure en su etiqueta, presentación o publicidad.

CAPÍTULO IV: Contratación y adquisición de productos y servicios

Las personas consumidoras tienen derecho a la protección de sus intereses económicos, por lo que todo proveedor deberá garantizar que los productos o servicios adquiridos estén en iguales condiciones y con la misma calidad con las que se ofertaron. De lo contrario, la persona consumidora podrá dar por rescindido el contrato, debiendo el proveedor reintegrar de manera inmediata el dinero cancelado por la transacción o, a más tardar, al siguiente día hábil, en caso de que sus oficinas o establecimientos se encuentren cerrados.

1. Contratos de adhesión

Los contratos de adhesión son aquellos en los cuales las condiciones de la contratación están predeterminadas por el proveedor; es decir, no han sido libremente negociados por las partes, de tal forma que la decisión de la persona consumidora se reduce a aceptarlas o rechazarlas. Para efectos de cumplir este Manual, los proveedores deberán:

a) Redactar los contratos en términos claros, limitando el uso de lenguaje técnico, a menos que por la naturaleza del bien o servicio que se adquiere no existan palabras simples con las que se puedan sustituir.
b) Redactar los contratos en castellano, con caracteres legibles a simple vista, con un tamaño de letra no menor a 10 puntos.
c) Presentar a la Defensoría del Consumidor los modelos de contratos de adhesión para ser revisados y aprobados para su uso.
d) Incluir en el contrato todos los montos, valores o porcentajes de los conceptos que se le cobrarán a la persona consumidora, de tal manera que en la ejecución del contrato no se exijan pagos que no se encontraban previamente estipulados.
e) Incluir en el contrato las formas y plazos en que serán realizados los pagos.
f) Entregar, al momento de la contratación, una copia del contrato celebrado entre las partes y demás documentos que han sido firmados, sin esperar que la o el consumidor lo requiera.
g) Cuando se trate de contratos por tiempo indeterminado, y siempre que esté previamente convenido, cualquier modificación del contrato que sea necesaria durante su vigencia será comunicada por escrito a la persona consumidora. Esta comunicación deberá realizarse con, al menos, 20 días hábiles de anticipación a la modificación.

Los proveedores no deberán incluir cláusulas abusivas en sus contratos de adhesión. Cuando alguna de sus cláusulas sea identificada como tal por el propio proveedor o por alguna autoridad competente, deberán ajustar el texto para los nuevos contratos. Asimismo, dicha cláusula deberá entenderse por no escrita para todos los demás contratos que se encuentren vigentes o en ejecución.

2. Facturas, recibos y otros comprobantes de pago

El proveedor estará obligado a extender un comprobante de adquisición del producto o servicio, ya sea mediante una factura o cualquier otro documento o comprobante equivalente autorizado por la Administración Tributaria.

En dicho documento deberá indicarse, como mínimo, la siguiente información:

a) Nombre, denominación o razón social del proveedor, giro o actividad, dirección del establecimiento u oficina y de la sucursal donde se realizó la transacción si la hubiere, Número de Identificación Tributaria y Número de Registro del Contribuyente.
b) Descripción de los productos y servicios adquiridos.
c) Precio unitario, cantidad y monto total de la operación.
d) Condiciones de la garantía, salvo que las mismas se expresen en un documento independiente.
e) Condiciones de las operaciones: al contado, al crédito, puesto en bodega y otras.
f) Información y requisitos adicionales establecidos por las regulaciones fiscales, tributarias o de otra naturaleza que fuesen aplicables a la operación.

Si el proveedor está autorizado por parte de las autoridades fiscales competentes a no emitir factura, deberá emitir un comprobante de compra en aquellos casos que así se lo solicite el consumidor o consumidora.

Cada vez que el proveedor reciba un pago de parte de la persona consumidora, sea de la totalidad del precio, abono o pago parcial, deberá entregar a ésta un recibo o justificante de pago, que se ajustará a lo establecido en las disposiciones vigentes en la materia. El comprobante de pago podrá constar en la propia factura, mediante la expresión “cancelada”, “pagada” o similar, sea mediante un sello o mecanismos análogos.

En todos los casos, deberá al menos indicarse la fecha y monto exacto de pago, el concepto por el cual se recibe el dinero y la indicación de si se trata de un abono parcial o pago total.

3. Garantías de uso o funcionamiento de productos o servicios

Una vez realizada la contratación, el proveedor está obligado a responder ante desperfectos de los productos o servicios que ofrece a las y los consumidores. Asimismo, en cualquier compraventa de productos muebles nuevos no perecederos, el proveedor está obligado a garantizar a las y los consumidores la calidad, cantidad, funcionamiento y seguridad de los mismos, de acuerdo al fin para el cual son fabricados. A estos efectos, la obligación de otorgar garantías y el derecho de las personas consumidoras a exigirla se regirán por las siguientes reglas:

3.1. Sujetos obligados por la garantía

La obligación de garantía se impone al proveedor de un producto o al que presta el servicio. Sin embargo, uno o más aspectos específicos cubiertos por la obligación de garantía pueden ser asumidos por terceros, siempre que esta aceptación sea establecida en forma escrita y se le informe oportunamente a la o el consumidor antes de tomar su decisión de contratar.

En ausencia de estipulación escrita en contrario, el cumplimiento de la garantía se exigirá al comercializador del producto o servicio. Sin embargo, en caso de que un tercero asuma por escrito la responsabilidad de uno o más aspectos comprendidos en la garantía, éste será el responsable de su cumplimiento. En todo caso, el proveedor del producto o servicio deberá responder ante la persona consumidora por el incumplimiento de quien asumió la obligación.

3.2. Beneficiarios

Los beneficiarios de la garantía son todos aquellos que adquieran o utilicen el producto o servicio en forma legítima, durante el plazo de vigencia de la misma.

Para hacer efectiva la garantía, el beneficiario deberá comunicar el defecto de funcionamiento o deficiencia en el producto o servicio, por cualquier medio que garantice la constancia de su recepción, siempre y cuando esté dentro del plazo de vigencia y cobertura de la garantía.

3.3. Contenido

La garantía ofrecida por el proveedor sobre productos y servicios deberá expresarse claramente en el documento contractual o en documento anexo. El mismo deberá ser de un material que no se deteriore rápidamente y, como mínimo, deberá contener lo siguiente:

a) Las condiciones y formas de otorgamiento o limitaciones de la garantía.
b) El término en el cual surtirá efecto la garantía otorgada.
c) Los requisitos y responsabilidades que debe cumplir la persona consumidora para hacer válida la garantía.
d) El procedimiento y el lugar donde la o el consumidor puede hacer efectiva la garantía.
e) La persona (o personas) natural o jurídica que extiende la garantía y la que será responsable de hacerla efectiva.

3.4 Ejecución de las garantías

Correrá por parte del proveedor los costos de transporte y devolución de los bienes hasta el lugar en que dicho bien fue entregado al consumidor al momento de la compra.

Todo proveedor deberá llevar un registro electrónico o físico de garantías y proporcionar

siempre al consumidor una copia de esta, cuando éste la requiera para exigir su derecho.

En ningún caso el consumidor de bienes o servicios que extravíe el certificado de garantía, factura o documento que ampare la misma, podrá ser excluido del derecho de exigibilidad de la garantía vigente.

La Defensoría del Consumidor tiene la facultad de requerir al proveedor de bienes y servicios, a solicitud del consumidor, la entrega de la factura, contrato de garantía u otro documento que ampare su derecho de compra o de garantía; si el proveedor se negare a suministrar la información requerida se sancionará conforme a la ley.

4. Ventas a futuro o a plazo

En los casos en que el proveedor realice ventas a futuro o a plazo, éste se compromete a:

a) Establecer y respetar los tiempos de entrega.
b) Informar los términos y las condiciones de la contratación y de la entrega.
c) Documentar y entregar comprobante de los pagos realizados por parte de la persona consumidora.

5. Venta de productos usados, con avería o deficiencia

En el caso en que el proveedor venda algún producto que sea usado, contenga avería o deficiencia, éste se compromete a:

a) Informar oportunamente a la persona consumidora de las condiciones en las que se vende el producto.
b) No usar la palabra “nuevo”.
c) Ofrecer los productos a un precio menor que el precio establecido para los productos nuevos.
d) Hacer constar las situaciones antes descritas en la etiqueta que tenga el producto y en la nota de remisión, factura u otro documento que compruebe la contratación.
e) Separar claramente en sus establecimientos los productos nuevos de aquellos que tengan alguna de las condiciones antes mencionadas, con la finalidad de evitar confusiones en las y los consumidores.

CAPÍTULO V: Atención y tramitación de reclamos

Toda persona que interponga un reclamo o queja ante el proveedor, o que en general sea partícipe de una relación de consumo, tiene derecho a ser tratada con respeto y con la dignidad inherente al ser humano. Los proveedores no implementarán medidas que afecten los derechos y libertades de la persona consumidora.

1. Principios en la tramitación de reclamos

El proveedor se compromete a tener a la vista de los consumidores la política de reclamos, cambio o devolución de dinero. En caso que los procedimientos de reclamo sean ambiguos, o simplemente no se haya previsto una determinada situación que deba ser conocida y resuelta, los mismos se aplicarán con un criterio a favor de la persona consumidora.

Toda actuación de los proveedores en los procedimientos de reclamo debe estar orientada hacia la justicia, equidad y buena fe. En ese sentido, deberán abstenerse de acciones y omisiones que de alguna manera afecten los derechos de las personas consumidoras, con miras a obtener o favorecer un lucro patrimonial o empresarial. Para ello los proveedores que han adoptado este Manual se comprometen a eliminar los requisitos o políticas que dificulten la resolución de los reclamos interpuestos por las personas consumidoras.

1.1. Derecho a reclamar

Se reconoce el derecho de toda persona consumidora para interponer reclamos por la insatisfacción sobre la calidad, cantidad e idoneidad de los bienes proporcionados o servicios prestados por sus proveedores. Asimismo, podrá interponer reclamos por su inconformidad con la atención que recibió en el contexto de una relación de consumo.

En virtud de este derecho, el proveedor se compromete a:

a) Recibir y dar trámite a dichas quejas.
b) Crear un registro por escrito en el establecimiento comercial, que esté a disposición de los consumidores y emitir un comprobante del reclamo respectivo.
   El registro deberá contemplar, al menos, los siguientes aspectos: la denominación o la razón social, nombre del comercio y/o nombre del dueño del establecimiento según corresponda, el lugar y la fecha de la recepción del mismo, el nombre de la persona consumidora afectada y el medio por la cual ésta será contactada para informarle del resultado de su queja, el motivo del reclamo, el plazo en el que será resuelto, forma de darle seguimiento (como teléfonos o correos electrónicos de contacto), la forma en que la persona consumidora esperaría que se resuelva su reclamo, firma de la persona que lo recibe y el carácter en que actúa.
c) Garantizar que las personas consumidoras podrán ser atendidas, de forma inmediata, por la gerencia o por la entidad que administre y/o dirija el establecimiento.
d) En caso de que existan montos pendientes de pago que sean cuestionados por la

persona consumidora al momento de la interposición del reclamo, el cobro de los mismos será suspendido mientras dure la tramitación de éste. Asimismo, durante dicho período se suspenderá el cobro de intereses, recargos y comisiones generadas sobre los montos cuestionados.

1.2. Celeridad

El proveedor se compromete a que el impulso del proceso de reclamo ante él sea expedito. En ese sentido, se obliga a:

a) Que el proceso de reclamo correrá a su cargo.
b) Que garantizará que a la persona consumidora se le brinde una respuesta eficaz en un plazo no mayor a 2 días hábiles, contados a partir de la interposición del reclamo. En caso de que el proveedor requiera de un plazo mayor, éste deberá ser informado y aceptado por la persona consumidora por escrito.
c) En el mismo sentido, en caso de que el reclamo esté siendo conocido por la Defensoría del Consumidor, el proveedor se obliga a respetar el plazo mencionado, así como los señalados en los requerimientos de información o respuestas hechos por esta Institución.

1.3. Informalismo

En ningún caso el proveedor podrá exigir a las personas consumidoras más formalidades que aquellas que la ley requiere para la validez de los actos. Además, en los procedimientos de reclamo, el proveedor se obliga a:

a) Suplir la información que, por la naturaleza y condiciones del negocio, no posea la parte consumidora.
b) No requerir a las personas consumidoras información o documentación que esté en poder del proveedor.

1.4. Transparencia

El actuar del proveedor durante la tramitación de un reclamo debe ser transparente. Por lo tanto, el mismo se obliga a que los procesos de investigación y sus resultados estén a disposición de las personas consumidoras, de la Defensoría del Consumidor y de cualquier otra entidad del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Igualmente, se obliga a poner a disposición de los sujetos antes mencionados los criterios utilizados para la determinación de los procedimientos de investigación y de las decisiones administrativas, empresariales y gerenciales que se tomaron en oportunidad de la tramitación de un reclamo o queja.

1.5. No-discriminación

Las personas consumidoras tienen derecho a ser tratadas en igualdad de condiciones y a no ser discriminadas por ningún motivo, por lo que el proveedor se compromete a:

1) Que, en ningún caso, el uso del derecho de acción de reclamo o queja que le corresponde a una persona consumidora será la base para algún tipo de represalia por parte del proveedor.
2) Que, en caso de reclamo ante el proveedor, a la persona consumidora no se le negará el acceso al establecimiento, la venta de otros bienes o la prestación de otros servicios, distintos, similares o iguales a los que fueran objeto de un reclamo previo.
3) Que no realizará acciones u omisiones que vulneren, restrinjan o limiten los derechos de las personas consumidoras en razón del sexo, grupo étnico, edad, nacionalidad, creencias religiosas, afiliación política, o cualquier otra condición social, económica, personal o natural.

1.6. Gratuidad

Considerando que la presentación de un reclamo o queja es el resultado de una insatisfacción objetiva o subjetiva producto de la promesa o entrega de un bien, o la promesa o prestación de un servicio, el proveedor se compromete a:

a) Que el acceso a presentar reclamaciones ante el proveedor, así como su trámite, no representará ningún costo para las personas consumidoras.
b) Asumir todos los gastos relacionados con el traslado de bienes, mercadería o materiales que deban ser revisados y/o estudiados para brindar una respuesta eficaz al reclamo presentado por las personas consumidoras.

1.7. Suspensión de plazos

El proveedor se obliga a:

a) Que, en caso de que existan montos pendientes de pago por parte de la persona consumidora al momento de la interposición del reclamo o queja, el cobro de los mismos será suspendido mientras dure la tramitación del reclamo. Asimismo, durante dicho período se suspenderá el cobro de intereses, recargos y comisiones generadas sobre los montos cuestionados.
b) Que, en el caso anterior, si el plazo se ha determinado como fecha cierta, ésta se prorrogará al siguiente día hábil después de fenecidas las instancias particulares o administrativas, según sea el caso, o bien a la que sea pactada por las partes.

1.8. Silencio negativo

En caso de que el proveedor no cumpla con los plazos previstos en este Manual, el proceso de reclamo se entenderá resuelto, sin más, a favor de la persona consumidora. Por lo tanto,

el proveedor se compromete a entregar a las personas consumidoras aquello que se haya detallado como pretensión de su reclamo o queja, en un plazo no mayor a 3 días hábiles después de vencido el plazo de respuesta.

2. Política para la atención de reclamos

Los proveedores se comprometen a contar con un área de gestión de reclamos y atención a sus consumidores, la cual será la responsable de:

a) Dirigir la recepción y tramitación de los reclamos o quejas interpuestas.
b) La capacitación continua del personal del proveedor con respecto a: la atención adecuada y oportuna de las personas consumidoras, así como los derechos y deberes de las mismas; y las obligaciones y prohibiciones para los proveedores.

3. Registro de reclamos

El proveedor se compromete a:

a) Crear un registro por escrito en el establecimiento comercial, que esté a disposición de los consumidores.
b) Emitir el comprobante de reclamo.
c) Registrar reclamos y quejas únicamente atendiendo a la expresión de insatisfacción de las personas consumidoras.
d) Resguardar el registro de reclamos interpuestos ante ellos, sobre los cuales debe formar un expediente físico y/o electrónico. Dichos expedientes deben dar cuenta de los procesos de investigación y sus resultados.
e) Cuando se le requiera, poner los expedientes antes referidos a disposición de las personas consumidoras interesadas, la Defensoría del Consumidor o de cualquier otra entidad del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, según sea el caso.

4. Comportamiento del proveedor durante la tramitación del reclamo

Durante la tramitación de reclamos ante el proveedor, éste se compromete a:

a) Realizar la tramitación del reclamo en forma eficiente y diligente.
b) Actuar con probidad y transparencia en la tramitación del reclamo, no debiendo alterar información que pueda entorpecer la labor de investigación, vigilancia y defensa efectiva de los derechos de la persona consumidora.
c) Facilitar las condiciones y los medios para que el consumidor realice el reclamo, en caso de que proceda.

MANUAL DE
BUENAS PRÁCTICAS

2023
Abril

Defensoría del Consumidor

GOBIERNO DE EL SALVADOR