



# Aplicación del nuevo marco de Protección al Consumidor en El Salvador

Día Nacional y Mundial de los Derechos de los Consumidores

13 de marzo 2026



# Resultados de la Protección al Consumidor

Junio de 2019 a Marzo 2026



**\$194,794,777.18**

Millones recuperados, siendo el **82%** del total recuperado en la historia de la Defensoria



**901,776**

- Beneficiados, siendo el **88%** del total de la historia de la DC



**760,360**

- Atenciones (**635,661** asesorías, **124,699** denuncias). Siendo el **47%** de la historia de la DC



**121,519**

- Casos cerrados, siendo el **43%** de la historia de la DC



**171,804**

- Personas capacitadas (**80,970** hombres y **90,834** mujeres)



**\$15,117,667.77**

- Multas impuestas en **2,711** resoluciones

# Nuevo Marco Normativo de Protección al Consumidor Reformas a la LPC

Desde Junio 2019, hemos logrado fortalecer el marco normativo de protección al consumidor mediante: el reconocimiento de nuevos derechos de los consumidores, establecimiento de nuevas obligaciones de los proveedores, ampliación de competencias de la Defensoría, y fortalecimiento del marco sancionatorio. Aquí un resumen de las principales reformas:

Reforma	Resumen
<b>Decreto Legislativo No. 282</b> Vigente desde 2019	<b>6 artículos</b> en el área de telecomunicaciones y sus respectivas infracciones
<b>Decreto Legislativo No. 602</b> Vigente desde 2020	<b>2 artículos</b> sobre vender productos a precio superior al fijado por la DC, así como restringir y regular cantidad de productos a adquirir por los consumidores en caso de emergencia nacional y su respectiva infracción
<b>Decreto Legislativo No. 566</b> Vigente desde 2022	<b>2 artículos</b> sobre la obligación de los proveedores de llevar un registro físico o electrónico de garantías, y su respectiva infracción
<b>Decreto Legislativo No. 405</b> Vigente desde 2024	<b>50 artículos</b> relacionados a fortalecimiento de la institucionalidad, protección de los derechos económicos, delegado encubierto, promoción u ofertas especiales y publicidad ilícita, comercio electrónico, productos o servicio peligrosos o riesgosos, potestad sancionadora, infracciones y prescripciones.

# Aplicación del nuevo marco de protección al consumidor en El Salvador



# Atención de Controversias de Consumo Casos Colectivos



## Problemática



## Solución

No se expresaba en la LPC la facultad del presidente de la DC de representar a los consumidores en los medios alternos de solución de controversias.

Actualmente, la LPC en el **Art. 58 literal i) de la LPC** desarrolla con mayor claridad esta competencia tanto para presentar denuncias como para representar a la colectividad de consumidores afectados. Hoy en día los consumidores cuentan con mayor protección institucional al incorporar 2 competencias en las denuncias colectivas

- Denuncias oficiosas de interés colectivo (Art. 109-A de la LPC)
- Colectivización de las Denuncias (Art. 109-B LPC)



## Beneficios



## Resultados

- Acción inmediata de la Defensoría del Consumidor y representación legal directa para todos los afectados.
- Protección para todos y solución a problemas comunes.
- Facultad expresa en la ley brindando más seguridad jurídica.
- Eficiencia en el servicio.
- Fortalecimiento de los casos.

### ● Denuncias oficiosas de interés colectivo

- 60 Casos colectivos resueltos por:

**\$29,237,022.72** recuperados

- 307,037 consumidores representados en audiencias

### ● Resultados de la Colectivización de las Denuncias

**\$1,411,136.14** Recuperados

- 27 casos resueltos

# Atención de Controversia de Consumo

## Entrega diferida



### Problemática



No existía un concepto de este término, lo que implicaba que cada proveedor daba su interpretación a conveniencia, buscando limitar el ejercicio del derecho de desistimiento de los consumidores.



### Solución

En la actualidad el **Art. 13 de la LPC** establece que entrega diferida se considera cuando la prestación del servicio ocurre en un momento distinto y posterior a la contratación. No incluye el día de la firma del contrato ni el día de la invitación al establecimiento.



### Beneficios para consumidores



- Un concepto claro.
- No aplica el día que se suscribe el contrato.
- No aplica el día de invitación al establecimiento.
- Exigencia de ejecución real, no solo disponibilidad.



### Resultados

**\$1,613,753.58** en recuperación

- **592** casos resueltos a igual número de beneficiarios.
- **90%** de los casos se encuentran en
  - Turismo (**66%**)
  - Servicios (**12%**)
  - Inmuebles (**8%**)
  - Electrodomésticos (**4%**)

# Atención de Controversia de Consumo

## Derecho al retracto



### Problemática



Ante la negativa del proveedor de respetar este derecho, el consumidor se veía en la necesidad de presentar la solicitud de forma física ante el Director del CSC en la oficina de San Salvador, complicando los trámites en las oficinas regionales.



### Solución

Actualmente, el **Art. 13-A de la LPC** establece que los consumidores pueden canalizar sus solicitudes a través de cualquier sede del CSC, garantizando un proceso descentralizado y accesible.



### Beneficios para consumidores



- Agilidad en el trámite.
- Evita desplazamientos innecesarios.
- Se pueden canalizar sus solicitudes a través de cualquier sede del CSC.



### Resultados

**\$43,437.481** en recuperación

- **150** casos resueltos
- **90%** de los casos se encuentran en:
  - Turismo (**64%**)
  - Servicios (**9%**)
  - Electrodomésticos (**9%**)
  - Telecomunicaciones (**8%**)

# Atención de Controversia de Consumo

## Reversión de pagos



### Problemática



### Solución

El procedimiento para ejercer este derecho obligaba al consumidor a agotar la garantía antes de permitirle optar por el cambio del producto o la devolución de su dinero.

En la actualidad el **Art. 13-D de la LPC** establece que dentro de los primeros 8 días hábiles de la compra, el consumidor puede ejercer el derecho de reversión de pago por el motivo de producto defectuoso solicitando la devolución del dinero o el cambio del producto.



### Beneficios para consumidores



### Resultados

- Se establece un plazo (8 días)
- Es derecho del consumidor solicitar la devolución o el cambio de producto.
- Pasados 8 días hábiles aplica los términos de garantía
- **Delimitación clara:** entre el ejercicio de la garantía y el derecho a la reversión del pago.

**\$364,074.10** en recuperación

- **483** casos cerrados
- **86%** de los casos se encuentran:
  - Inmueble **(35%)**
  - Turismo **(24%)**
  - Electrodomésticos **(20%)**
  - Servicios **(8%)**

# Protección de los derechos económicos: Asesorías por Sobreendeudamientos



## Problemática



La LPC no contemplaba competencias para intervenir en conflictos entre consumidores y proveedores derivados de situaciones de mora o impago.



## Solución

Con la normativa vigente **Art. 19-A de la LPC**, se habilitó el uso de Medios Alternos de Solución de Controversias para brindar asesoría financiera integral a los consumidores y promover acuerdos que favorezcan la regularización de sus obligaciones sin necesidad de acudir a instancias judiciales, para que estos honren sus deudas.



## Alternativas de solución



## Resultados

- Suspensiones de embargo.
- Consolidaciones de deuda.
- Refinanciamientos, reestructuraciones y planes de pago.
- Ampliación de plazos de créditos.
- Disminución de cuotas.
- Condonación de intereses.

**\$3,855,894.44** gestionados

- Hemos brindado **2,930** asesoría
- Reportando a la fecha **633** casos favorables.
- Sectores:
  - **97.86%** servicios financieros,
  - **0.55%** vehículos,
  - **0.52%** electrodomésticos, muebles y Art.ículos del hogar



# Prácticas abusivas: Aumento Injustificados de precios



## Problemática



La normativa exigía que se demostrara la maniobra o Artificio que originó el incremento injustificado de precio.



## Solución

Con la normativa vigente **Art. 18 literal h) de la LPC**, se estableció como único requisito el acreditar el aumento injustificado de precios en productos y servicios esenciales para establecer la existencia de una práctica abusiva de parte de los proveedores.



## Beneficios para consumidores



## Resultados

- Mayor protección ante aumentos injustificados en los precios de bienes y servicios esenciales.

**\$657,351**

En 58 multas impuestas por el Tribunal Sancionador

- **143** inspecciones y requerimientos de información.



# Prácticas abusivas: Variaciones injustificada de precios



## Problemática



## Solución

Algunos proveedores generaban falsas expectativas al anunciar ofertas o descuentos elevados que no correspondían a rebajas reales.

Con la normativa vigente **Art. 18 literal p) de la LPC**, se incorpora una disposición que permite tipificar como práctica abusiva la variación injustificada de precios mediante promociones u ofertas engañosas.



## Beneficios para consumidores



## Resultados

- Se evita el engaño y se protege la economía de los consumidores.
- Los proveedores deberán garantizar que las promociones y ofertas representen beneficios reales, evitando variaciones de precios injustificadas.

- **27** requerimientos de información a proveedores de tecnología, muebles y electrodomésticos (59 productos).

# Prácticas abusivas: Vinculación del contrato principal con sus documentos de obligación



## Problemática



## Solución

- El contrato principal y el título valor (letra de cambio, pagaré, etc) dado en garantía, no tenían que estar relacionados en cuanto a las obligaciones principales adquiridas por el consumidor (monto de la deuda, tasas de interés nominal y moratoria). Estas obligaciones diferían de las incorporadas al título valor, siendo estas últimas superiores a las del contrato. Además, los proveedores podían realizar dobles cobros.
- **Práctica frecuente:** ejecutar judicialmente el título valor, obligando al consumidor a pagos superiores de los consignados en el contrato principal. Era habitual que se demandara el saldo inicial sin deducir los abonos realizados.
- **Con la normativa actual, es obligación que los proveedores consignen expresamente en el contrato principal la existencia del título valor, cuyas condiciones deben ser las mismas (Art. 18 literal o) de la LPC):**
- En el título valor debe hacerse referencia al contrato principal, también consignen idénticas condiciones de contratación
- Si se interpone un proceso ejecutivo debe incorporarse como documento base de la pretensión: contrato principal, título valor e histórico de pago actualizado, a fin de establecer el verdadero saldo pendiente de pago, con base a las condiciones contractuales realmente pactadas.



## Beneficios para consumidores



## Resultados

- Se asegura la vinculación expresa del contrato principal con el título valor y viceversa, evitando un doble cobro.
- Se garantiza que las obligaciones principales adquiridas por el consumidor, sean las mismas en el contrato y en el título valor, evitando cobros superiores a los reales.
- En caso de ejecución judicial de la deuda se asegura que el consumidor pague el monto real adeudado.
- **2,044** contratos y anexos revisados del sector financiero y telecomunicaciones
- Se han rechazado **12** modelos de contratos y pagarés por incumplir esta obligación, ya que no se hacía constar la vinculación del contrato principal con el título valor.
- De estos **12** documentos rechazados, 10 correspondían al sector financiero y **2** del sector de telecomunicaciones.

# Obligación a los proveedores

## Mecanismo de atención y reclamo



### Problemática

Los consumidores no contaban con un mecanismo directo de atención y reclamo que fuera obligatorio para los proveedor de todos los bienes y servicios.



### Solución

Con la normativa vigente **Art. 7 literal j) de la LPC)** se establece como obligación que:

- Los proveedores deben disponer de un mecanismo de atención y reclamo para los consumidores
- Los consumidores reciben un comprobante de su reclamo
- Los proveedores brindan una respuesta a los reclamos
- Facilitan el seguimiento de los reclamos y su tiempo de respuesta.
- Se establece la obligación para todos los proveedores.
- Entre noviembre 2024 y Enero 2026, se han realizado un total de **2,501 inspecciones** con un **74%** de cumplimiento

### Total de inspecciones de mecanismos de atención de proveedores de bienes y servicios.

Julio 2024 a Marzo 2026

Sectores	% cumplimiento	Total Inspecciones
Telecomunicaciones	95.80%	71
Almacenes De Muebles Y Electrodomésticos	88.40%	190
Funerarias, Crematorios y Cementerios	88.20%	85
Supermercado	84.80%	66
Almacén de ropa, zapatos y accesorios	81.90%	570
Librería	73.00%	348
Tecnología	64.50%	62
Restaurantes	63.80%	756
Tienda de conveniencia	62.10%	29
Farmacia	47.90%	73
Los demas sectores*	75.30%	251
<b>Total</b>	<b>75.00%</b>	<b>2,501</b>

\*Los demas sectores: esteticas y belleza, opticas, ferreterias, venta de vehiculos, tienda de vitaminas y suplementos, hoteles y centros recreativos, entre otros

# Obligación a los proveedores

## Promociones u ofertas especiales



### Problemática



### Solución

Existía incertidumbre para el consumidor sobre la vigencia de las promociones y ofertas, así como tampoco había una obligatoriedad sobre la cantidad de productos en existencias sujetas a promoción y las sucursales en las que aplicaban.

Con la normativa vigente **Art. 30 de la LPC** se incorporan los criterios del TS sobre la vigencia cierta de las promociones y ofertas la cual comprende fecha de inicio y finalización de la promoción u oferta, así como se reguló la cantidad de productos en existencias sujeta a promociones, los establecimientos en los que aplica y la obligatoriedad de establecer el precio en promoción y el precio regular.



### Beneficios para consumidores

- Con vigencia cierta de las promociones y ofertas y los precios regulares y en ofertas, los consumidores pueden saber cuándo verdaderamente están antes promociones y ofertas especiales.
- Los consumidores reciben información de manera clara, oportuna, precisa y veraz de las promociones y ofertas para que puedan tomar decisiones de consumo informadas

#### Resultados:

**\$828,354.24** En multas a 182 proveedores

### Resultados de inspecciones de promociones u ofertas especiales

Jul. 2024- Marzo 2026

Etiquetas de fila	% cumplimiento	Total Inspecciones
Telecomunicaciones	100.00%	133
Funerarias, Crematorios y Cementerios	100.00%	86
Librería	99.10%	348
Restaurantes	98.30%	889
Ferretería	98.10%	53
Almacenes De Muebles Y Electrodomésticos	97.90%	239
Almacen de ropa, zapatos y accesorios	97.50%	809
Farmacia	96.90%	227
Supermercado	93.80%	81
Tecnología	92.90%	85
Los demas sectores*	94.30%	366
<b>Total</b>	<b>97.50%</b>	<b>3,316</b>

\*Los demas sectores: Estéticas y belleza, ópticas, ventas de vehículos, repuestos y talleres, entre otros.

# Obligación a los proveedores

## Subsanaciones de errores en la publicidad (fe de errata)



### Problemática



### Solución

Se presentaban errores en la publicidad, como precios, características y condiciones relacionadas a la oferta; por lo que el proveedor negaba al consumidor lo ofertado aduciendo error en la publicidad.

Con la normativa vigente **Art. 31 - A de la LPC**, se han incluido disposiciones legales para atender los errores en la publicidad, a través de un procedimiento legal para subsanar dichos errores. La DC cuenta con un mecanismo de comunicación con el proveedor para recibir fe de erratas, cuyos requisitos a remitir son:

- Publicidad con el error.
- La descripción del error.
- La publicidad corregida.
- La publicación en el mismo medio subsanando el error.

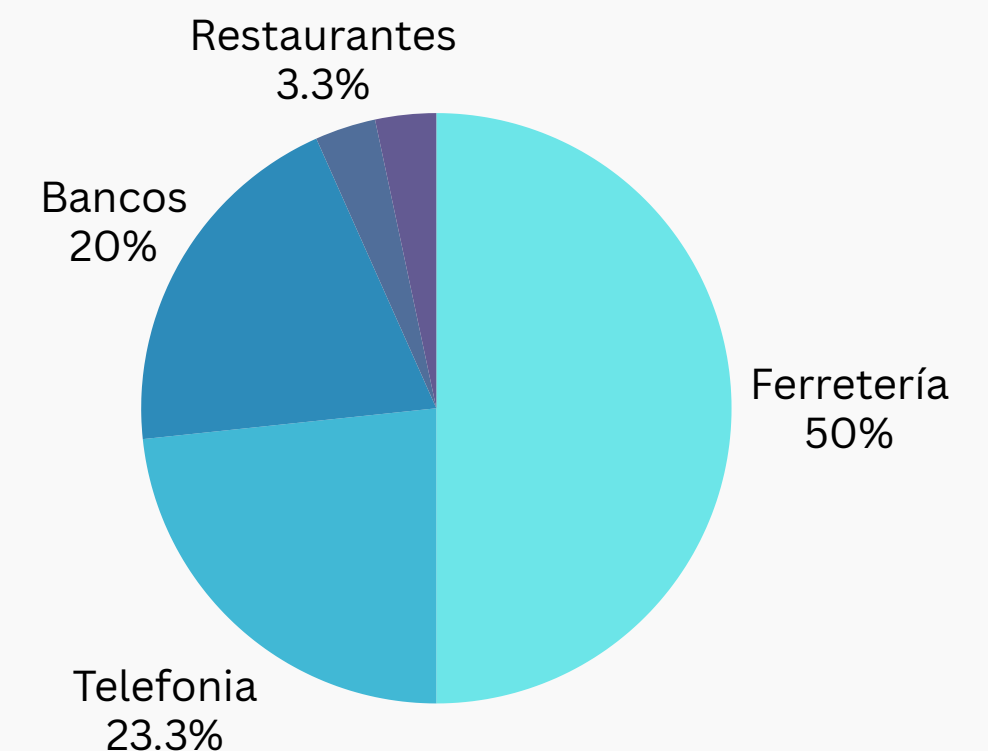


### Beneficios para consumidores

- Se ha incrementado la seguridad jurídica de los consumidores ante los errores en la publicidad.
- Los proveedores están obligados a cumplirle a los consumidores lo ofertado, mientras no se haya subsanado el error conforme a la LPC.
- Una vez notificado a la DC el proveedor se exime de responsabilidad sobre los errores en la publicidad.

### Resultados de inspecciones de promociones u ofertas especiales

Jul. 2024-Marzo 2026



# Obligación de los proveedores

## Registro único de proveedores de comercio electrónico



### Problemática

Solo se regulaban “páginas o sitios web”, lo cual limitaba la actuación frente nuevas modalidades de comercialización en entornos digitales. Además, existía incertidumbre en la identificación del proveedor lo que podía generar estafas y afectación económica.



### Solución

Con la normativa vigente **Art. 21 – A de la LPC**, se incluyen en el comercio electrónico todas las plataformas digitales o medios electrónicos y se crea la obligación de que todos los proveedores se inscriban en el Registro único de proveedores de bienes y servicios en comercio electrónico que lleva la DC.



### Beneficios para consumidores

- Se amplía la protección a los consumidores en las transacciones electrónicas en nuevos entornos digitales.
- Mayor seguridad jurídica de los consumidores al contratar con proveedores inscritos en el registro.
- Existe una mayor identificación de los proveedores responsables en el comercio electrónico ante cualquier incumplimiento.

### Plataformas electrónicas inscritas

Marzo 2026

Plataformas	Cantidad	%
Facebook	626	25.40%
Whatsapp	604	24.50%
Instagram	474	19.20%
Sitio Web	330	13.40%
TikTok	128	5.20%
Aplicación móvil	120	4.90%
YouTube	56	2.30%
X	41	1.70%
Las demas plataformas*	84	3.40%
<b>Total</b>	<b>2,463</b>	<b>100.00%</b>

\*Las demas plataformas: Pinterest, Patreon, correo electronico, entre otras.

# Vigilancia de Mercado

## Productos o servicios peligrosos o riesgosos



### Problemática

No se contaba con una regulación clara y precisa sobre el retiro voluntario de producto y servicios riesgosos o peligros en el mercado nacional.



### Solución

Con la normativa vigente **Art. 10-A al 10-I de la LPC**, se creó un procedimiento para el manejo y retiro de productos riesgosos de oficio o por iniciativa de los proveedores a fin de proteger la vida, salud e integridad de los consumidores, que comprende lo siguiente:

- Identificación del proveedor y producto riesgoso.
- Plan de difusión al consumidor.
- Plan atención y compensación al consumidor (Sustitución, reparación o reembolso para los consumidores).



### Beneficios para consumidores

- Se amplió la protección a los consumidores en materia de seguridad para evitar la comercialización de productos y servicios riesgosos.
- Ahora se cuenta con un procedimiento que establece claramente la actuación ante proveedores y consumidores.

### Total de alertas de consumo gestionadas y publicadas

Julio 2024-Marz 2026

Sector	Alertas gestionadas		Requerimientos de información	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Juguetes	6	17.10%	43	15.19%
Equipo electrónico y computadores	6	17.10%	53	18.73%
Hogar y Estilo de vida	5	14.30%	38	13.43%
Artículos para niños	4	11.40%	28	9.89%
Muebles y mobiliario	3	8.60%	21	7.42%
Herramientas manuales y eléctricas	3	8.60%	25	8.83%
Electrodomésticos	2	5.70%	17	6.01%
Belleza, cuidado personal e higiene	2	5.70%	27	9.54%
Hobby /Equipo recreacional y de deportes	2	5.70%	14	4.95%
Suministros eléctricos /Artículos de electricidad	1	2.90%	8	2.83%
Suministros eléctricos /Artículos de electricidad	1	2.90%	9	3.18%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>283</b>	<b>100%</b>

# Vigilancia de mercado: Delegado encubierto



## Problemática

Dificultades para comprobar las obligaciones de los proveedores o determinar la existencia de prácticas abusivas.



## Solución

Con la normativa vigente **Art. 101-A de la LPC**, se incorpora la competencia del delegado encubierto, siendo un mecanismo innovador de vigilancia de mercado, que permite a los delegados actuar de manera encubierta y presentarse como consumidores comunes para verificar el cumplimiento real de las obligaciones en la venta de bienes y servicios



## Beneficios para consumidores

- Se logra comprobar incumplimientos antes difíciles de acreditar.
- Se amplía la capacidad de actuación institucional, permitiendo una supervisión más efectiva.
- Los proveedores mejoran sus prácticas y atención al público, sabiendo que cualquier consumidor podría ser un delegado encubierto.

Ambitos de inspección	Total Inspecciones	% Incumplimiento
Incremento de precio en recargas, paquetes y chips de telefonía móvil	365	65.80%
Publicidad, promociones y ofertas	171	86.50%
Incremento de precios en verduras, hortalizas y frutas	28	64.30%
<b>Total</b>	<b>564</b>	<b>72.00%</b>

# Proyecciones de la Defensoría del Consumidor



## Fortalecer la protección integral del consumidor

Priorizar la tutela de los derechos de los consumidores en los ámbitos del mercado más relevantes para la población —como la comercialización de alimentos y bienes esenciales, comercio electrónico, servicios financieros, telecomunicaciones y servicios públicos—, continuando el apoyo a los consumidores frente a prácticas abusivas, productos riesgosos, errores en publicidad y promociones, entre otros.



## Aprovechar herramientas innovadoras en beneficio de los consumidores

Implementar un asistente virtual que brinde atención continua 24/7, ofreciendo información, orientación y apoyo directo a los consumidores para facilitar su experiencia y garantizar que sus dudas y necesidades sean atendidas de manera inmediata.



## Garantizar la responsabilidad y cumplimiento de los proveedores

Trabajar de manera cercana con los proveedores para acompañarlos en el cumplimiento de sus obligaciones, facilitando mecanismos de atención de reclamos y asegurando que los consumidores reciban información clara y oportuna, promoviendo así transparencia, confianza y prácticas comerciales justas que beneficien a ambas pArt.es.



## Promover la educación y empoderamiento del consumidor

Fortalecer programas de formación y capacitación dirigidos a los consumidores para que desarrollen conocimientos sólidos sobre sus derechos, identifiquen prácticas abusivas o indebidas, y puedan tomar decisiones de consumo responsables y seguras. Estas acciones buscan empoderar a los consumidores, fomentando su autonomía, confianza y capacidad para exigir cumplimiento efectivo de sus derechos en todos los ámbitos del mercado.



# Aplicación del nuevo marco de Protección al Consumidor en El Salvador

Día Nacional y Mundial de los Derechos de los Consumidores

13 de marzo 2026

