

Recepción: 29/07/2015
Aceptación: 28/08/2015

Rodolfo Misael Mejía Dietrich y José Rigoberto Vaquerano Benavides✉

Percepción de los consumidores: Calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios basados en la Ley de Protección al Consumidor

Consumer perception: Quality, safety and security of food products based on the Consumer Protection Law

Resumen: *En los últimos años la cultura del respeto a los derechos del consumidor salvadoreño ha sido promovida desde instituciones gubernamentales y no gubernamentales. El objetivo del estudio fue indagar las experiencias, inquietudes y expectativas de consumidores del departamento de San Miguel, en relación a su percepción sobre el cumplimiento o no de sus derechos, vinculados a la calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios. Contrastando ésta opinión con la emitida por los empresarios a fin de establecer similitudes y diferencias respecto al tema.*

El tipo de estudio fue descriptivo y explicativo, se describieron y analizaron causas y efectos de la relación entre variables como cumplimiento de requisitos: calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios con cumplimiento de leyes. Para el análisis de los datos se utilizaron las técnicas de la estadística básica: Tablas de frecuencias y gráficos.

Se encontró que los consumidores son sensibles a los altos precios de la canasta básica alimenticia influyendo en sus decisiones de compra; que reciben productos alimenticios de mediana calidad y que estos productos no siempre son accesibles a sus presupuestos; asimismo, existe un alto porcentaje de consumidores que desconocen sus derechos y deberes otorgados por la Ley de Protección al Consumidor.

Palabras clave: *derechos del consumidor; calidad; inocuidad; productos alimenticios; El Salvador*

Abstract: *In the last few years the culture of respect toward Salvadoran consumer's rights has been promoted by government and non-government institutions. The objective*

✉ Rodolfo Misael Mejía Dietrich: Facultad de Derecho. Investigador de la Universidad de Oriente, El Salvador.

✉ rmejia@univo.edu.sv

✉ José Rigoberto Vaquerano Benavides: Facultad de Economía. Investigador de la Universidad de Oriente, El Salvador.

✉ jvaquerano@univo.edu.sv

of this research was to investigate about the experiences, concerns, and expectations of consumers of the city of San Miguel in relation to the perception about the fulfillment and non-fulfillment of their rights, associated with food quality, safety, and security. This was also contrasted with the opinion emitted by businesspeople with the purpose of establishing similarities and differences related to this topic.

Besides, the research was descriptive and explanatory which detailed and analyzed the causes and effects of the relation between the variables to comply with the requirements of: quality and security of food products with rights fulfillment. Data analysis was made by using basic statistic techniques: frequency tables and graphs.

Finally, it was found that consumers are sensible to high prices of the basic food basket and this influences their purchase decision; that they receive food products of average quality and that these products are not always accessible to their budgets; likewise, there is a high percentage of consumers that know their rights and duties given by the Consumer Protection Law.

Keywords: *consumer's rights; quality, safety; food products; El Salvador*

Introducción

La defensa de los derechos del consumidor es un esfuerzo relativamente nuevo en El Salvador, los cuales fueron ignorados durante mucho tiempo, siendo hasta el año 1996 con la primera Ley de Protección al Consumidor que luego sería reformada y ampliada en el año 2005, donde se toma en cuenta a quienes reciben los productos finales en el sistema económico. La protección al consumidor es una de las áreas que más se ha desarrollado en los ordenamientos jurídicos en los últimos años, generando un especial interés en los gobiernos y los ciudadanos (Fratti de Vega, K., 2013).

En esta línea los derechos del consumidor han permanecido en la conciencia colectiva y han sido reconocidos por las leyes salvadoreñas, desde el ámbito de la investigación universitaria se pretende impulsar un acercamiento a dicha problemática con el propósito de una mejor comprensión del fenómeno económico-legal desde la perspectiva de sus principales actores como son: consumidores, empresarios y autoridades gubernamentales reguladoras en este campo.

La legislación sobre los derechos del consumidor permite contribuir al logro del respeto de los consumidores ofreciéndoles productos de calidad, información exacta del contenido y oportunidad para denunciar abusos emitiendo resoluciones favorables a sus intereses, aplicada de manera eficiente por las instituciones gubernamentales vinculadas al manejo económico jurídico de la nación.

Fue a mediados del Siglo XX que comienza a estudiarse la connotación de la expresión “consumo” desde una perspectiva económica, filosófica, sociológica y jurídica, para analizar los efectos en el consumidor de la consolidación y fortalecimiento de esta sociedad marcada por la contratación masiva y la publicidad (Fratti de Vega, K., 2013).

El estudio tiene la intencionalidad de indagar experiencias, inquietudes y expectativas de consumidores del departamento de San Miguel en relación a su percepción del cumplimiento o no de los derechos de los mismos vinculados a la

calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios.

Considerando lo planteado, la investigación recopila información proporcionada por consumidores de productos alimenticios abordados en plazas, mercados municipales y centros comerciales de los veinte municipios del departamento de San Miguel, así como de empresarios que comercializan alimentos empacados o preparados para el consumo.

Evolución histórica del derecho de consumo

El movimiento a favor de los derechos de los consumidores no es un fenómeno de la actualidad, desde tiempos remotos existen regulaciones y leyes relacionadas con la protección del consumidor; aproximadamente dos mil años antes de cristo el código de Hammurabi, que regía en Asiría, reino de los sumerios “trataba sobre temas como el crédito, el arrendamiento, la calidad de los alimentos entre otros” (Oviedo, R., 2008).

A fines del siglo XVIII en los Estados Unidos, comienza, de manera muy incipiente, a generarse algunos acontecimientos relacionados con la protección del consumidor. Para el siglo XIX hay un giro en los movimientos a favor de los, derechos de los consumidores al fundarse en los Estados Unidos y algunos países de Europa, movimientos cooperativos por los derechos laborales de los trabajadores, encabezado por los sindicatos y comienza a tratarse el tema de la educación en la economía doméstica.

En 1899, aparece en los Estados Unidos, la Liga Nacional de Consumidores, como una organización que luchaba contra las malas condiciones de trabajo y para perfeccionar las normas bajo las cuales eran elaborados los productos por muchas empresas (Serrano, R. F., 2010).

En Inglaterra la primera cooperativa de consumidores se formó en 1844 en la ciudad de Rochdal, con posterioridad se suceden varias organizaciones que dirigen su esfuerzo a la educación del consumidor destacándose la American Home Economics Association (Asociación Americana de Economía Doméstica), quién fomentó la enseñanza de la economía doméstica en las escuelas y universidades, con el objetivo de educar el manejo del presupuesto familiar y orientar hacia un consumo de mayor calidad.

Para principios del siglo XX se aprueban en los Estados Unidos, una serie de leyes, la ley contra los fraudes en los correos; la ley de inspección de carnes de 1904, y la ley de pureza de los alimentos y medicamentos de 1906 que contenían de manera muy pálida algunos artículos en aras de los derechos de los consumidores, con esta última se creó una agencia para regular la publicidad naciente (Serrano, R. F., 2010).

Más adelante, según Caramés Guillen (2002) en los mercados masificados se volvió evidente la existencia de relaciones en las cuales resaltan aspectos como la asimetría en la información, en la cual los proveedores conocen más de sus productos o servicios que el consumidor, presentándolos con características que no necesariamente poseen. Se entablan relaciones en las que el consumidor no se encuentra en condiciones de negociar, ya que, que la libertad contractual y el dogma de la autonomía de la voluntad no se cristaliza en los mismos términos en aquellas situaciones en que una de las partes del contrato se encuentra en condiciones de desigualdad.

El presidente John F. Kennedy en un discurso que se hiciera famoso, el día 15 de marzo del año 1962, pronunció la frase “consumidores somos todos”. Esta tendencia es de aceptación mundial hoy en día, y la mayoría de los Estados han desarrollado estatutos de protección al consumidor, a pesar de las voces críticas que aparecieran en defensa de la igualdad de las partes en la relación jurídica o de la autonomía de la voluntad como principio rector de las relaciones jurídicas entre particulares (Cuéllar, J., C., 2009).

Surge entonces la necesidad de analizar la creación de una protección especial que responda a estas nuevas formas de oferta y contratación, estableciendo reglas de justicia contractual, obligaciones de información clara y prohibición de publicidad engañosa, junto a otras regulaciones que brinden equilibrio al mercado, marcando así los orígenes del llamado “Derecho de Consumo” (Fratti de Vega, K., 2013).

Derecho de consumo: visión nacional e internacional

a. Constitución de la Republica de El Salvador

El Salvador posee un marco jurídico jerárquico en cuya cúspide se encuentra la Constitución de la República. Dentro de nuestra legislación existe una amplia

variedad de tratados internacionales, leyes secundarias, decretos ejecutivos, ordenanzas municipales, entre otras normas, las cuales se encuentran subordinadas a la Carta Magna.

De conformidad al artículo 101 de la Constitución (1983) el orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, con el fin de asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano, correspondiéndole al Estado la promoción del desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos; así como el fomento de los diversos sectores de la producción y defender el interés de los consumidores.

Este artículo que se encuentra en el TÍTULO V “ORDEN ECONÓMICO”, es muy novedoso y trascendental para los consumidores, ninguna Constitución anterior hacía referencia expresa a la protección de los consumidores.

El orden económico salvadoreño se basa en el sistema de libre mercado, sin embargo debe responder a principios de justicia social. El desarrollo económico se define como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes (Guijarro, J. C., 2010).

b. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales

El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales es un instrumento jurídico internacional ratificado por El Salvador, cuya finalidad es dotar y vincular a las disposiciones establecidas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, expandiendo el catálogo de derechos y libertades enumeradas en ella (Lauren, P. J., 2003).

La problemática en las relaciones de mercado relacionadas con las exigencias del receptor de bienes y servicios ha estado presente desde siempre. Alicia de León Arce, afirma que “*la historia de los problemas derivados del consumo es tan antigua como la de la propia sociedad*”, relatando que en el Derecho Romano existían ya normas para proteger a los compradores de fraudes en el mercado (Arce de León, 2007).

Así, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales

hace vinculación al derecho a la alimentación conforme a los principios enunciados en la Carta de las Naciones Unidas, la libertad, la justicia y la paz en el mundo; en su artículo 11 regula que *“Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestido y vivienda adecuados, y a una mejora continua de las condiciones de existencia. Los Estados Partes tomarán medidas apropiadas para asegurar la efectividad de este derecho, reconociendo a este efecto la importancia esencial de la cooperación internacional fundada en el libre consentimiento”*.

c. Protocolo de San Salvador

El Protocolo adicional de la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de derechos económicos, sociales y culturales conocido como “Protocolo de San Salvador” en su artículo 12 referente al derecho a la alimentación nos dice: *“1. que toda persona tiene derecho a una nutrición adecuada que le asegure la posibilidad de gozar del más alto nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual. 2. Con el objeto de hacer efectivo este derecho y a erradicar la desnutrición, los Estados partes se comprometen a perfeccionar los métodos de producción, aprovisionamiento y distribución de alimentos, para lo cual se comprometen a promover una mayor cooperación internacional en apoyo de las políticas nacionales sobre la materia”*.

Y con el objeto de hacer efectivo este derecho y a erradicar la desnutrición, los Estados partes se comprometen a perfeccionar los métodos de producción, aprovisionamiento y distribución de alimentos, para lo cual se comprometen a promover una mayor cooperación internacional en apoyo de las políticas nacionales sobre la materia.

Uno de los propósitos fundamentales del Protocolo de San Salvador es lograr un régimen de libertad personal y de justicia social, garantizando el respeto de los derechos humanos esenciales del hombre, entre estos destaca el derecho a la alimentación.

d. Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento

A raíz de los Acuerdos de Paz, el gobierno de la República de El Salvador, se comprometió a presentar en 1992 ante la Asamblea Legislativa, un anteproyecto

de Protección al Consumidor. Recordemos que en ese momento nuestro país se encontraba en un escenario de reformas económicas y estructurales con la finalidad de liberalizar, desregular y privatizar la economía, propiciando así, al menos en teoría la inserción del país al nuevo desarrollo económico mundial.

La primera Ley de Protección al Consumidor, aprobada por Decreto Legislativo N° 267 de fecha 22 de junio de 1992, publicado en el Diario Oficial el día primero de septiembre de ese mismo año, el cual entró en vigencia el 08 de septiembre de 1992. Posteriormente fue aprobado su respectivo Reglamento, por medio del Decreto Ejecutivo N° 99 de fecha 27 de noviembre de 1992, no obstante las innovaciones que introdujo, solo estuvo vigente por cuatro años.

La segunda Ley Protección al Consumidor fue aprobada por Decreto Legislativo N° 666, el día 14 de marzo de 1996 y fue publicada en el Diario Oficial el día 22 de marzo del mismo año; posteriormente fue elaborado su respectivo Reglamento bajo el Decreto Ejecutivo N° 109 el día 04 de junio de 1996.

La tercera y actual Ley de Protección al Consumidor surgió porque era indispensable mantener la vigencia plena de los principios rectores del modelo de economía de mercado, fomentando el comportamiento ético de los empresarios y promoviendo la igualdad de oportunidades entre los mismos. Fue aprobada mediante Decreto Legislativo N° 776, el día 18 de agosto de 2005 y fue publicada en el Diario Oficial N° 166, tomo N° 368 del día 8 de septiembre del mismo año y entró en vigencia 30 días después de su publicación.

Un año después fue elaborado su reglamento aprobado mediante Decreto Ejecutivo N° 52 el día 12 de mayo de 2006. Esta nueva ley es un texto fruto de la consulta y concertación de los diferentes sectores involucrados que pretende estar en consonancia con las corrientes internacionales modernas en materia de protección al consumidor.

e. Política Nacional de Protección al Consumidor

El objetivo de la Política Nacional de Protección al Consumidor es mejorar el bienestar de las y los consumidores de El Salvador, protegiendo sus derechos e intereses, a través del efectivo funcionamiento del Sistema Nacional de Protección al Consumidor. Está basada en los principios de la justicia, equidad, transparencia, protección universal, corresponsabilidad, sostenibilidad y eficacia.

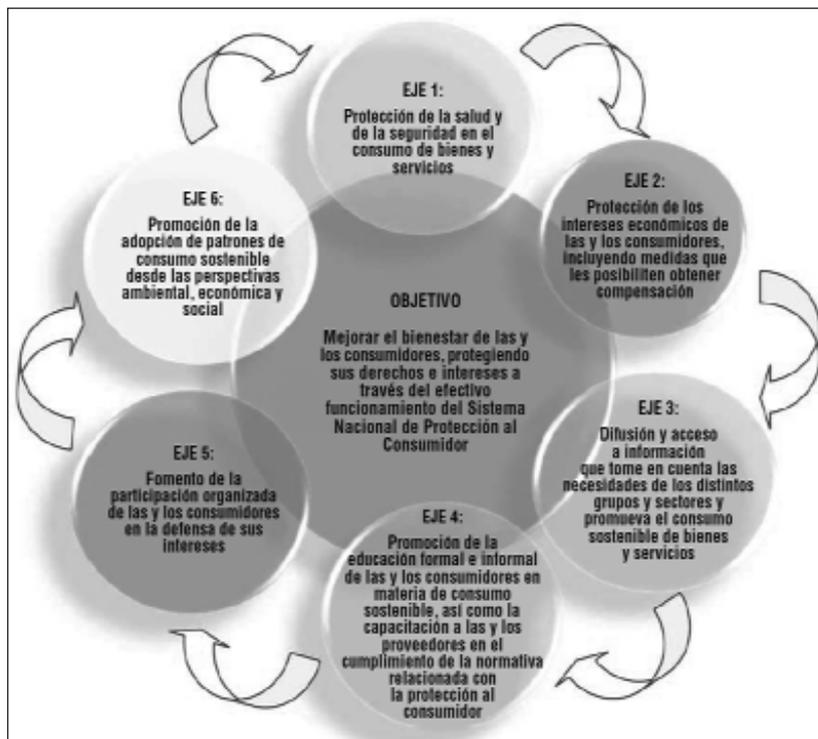


Figura 1. Objetivos y ejes estratégicos de la Política Nacional de Protección al Consumidor. Fuente: Sistema Nacional de Protección al Consumidor. El Salvador

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

Innovaciones de la ley de protección al consumidor

Con esta nueva normativa se crea la Defensoría del Consumidor: una institución autónoma dotada de amplias atribuciones para ejercer activa y efectivamente la defensa de los consumidores. Para tales fines está dotada de personalidad jurídica y patrimonio propio.

Esta novedosa Ley en su artículo 1 inciso 1º expone su objetivo que es “*proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y*

seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores”. Esta nueva ley de Protección al Consumidor innova tipificando las faltas y sus correspondientes sanciones, pero también promueve la prevención con programas de educación de los consumidores.

En relación a la seguridad y calidad de productos y servicios lo regula el Capítulo II desde el artículo 6 al artículo 10. Con estas disposiciones se pretende fortalecer la protección al derecho a la salud y la seguridad de los consumidores, regulando con mayor rigor el ofrecimiento y venta de productos que puedan influir en ella. Con el fin de asegurar la conservación de la calidad del producto o servicio adquirido, esta ley contiene un capítulo específico sobre las garantías aplicables a los diversos tipos de bienes (Artículo 33 y siguientes de la Ley de Protección al Consumidor).

Por otra parte con el fin de garantizar el cumplimiento de las disposiciones relativas a la salubridad de los productos ofrecidos a la venta, la Defensoría del Consumidor está facultada para adoptar medidas cautelares como el retiro o suspensión provisional de la producción o comercialización de bienes o servicios; y, decomisar bienes peligrosos, adulterados o falsificados (Artículos 99 y 100 Ley de Protección al Consumidor).

Metodología

Ubicación del estudio

El estudio se realizó en 20 municipios del departamento de San Miguel, con una población de 434,003 habitantes (DIGESTYC, 2007). Las unidades de análisis fueron consumidores y microempresarios del departamento de San Miguel. La investigación fue de carácter descriptiva y explicativa teniendo como propósito especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno, describiendo y explicando tendencias del grupo o población (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P., 2010). Se analizaron causas y efectos de la relación entre las variables: calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios.

Muestra del estudio

El tamaño de la muestra fue de 384 consumidores, la cual se calculó del total

general de habitantes de los 20 municipios del departamento de San Miguel. Para calcular la muestra se utilizó la website The Survey System “Sample Size Calculator” disponible en <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>. Se utilizó un nivel de confianza de 95% y un intervalo de confianza de 5. La muestra fue estratificada proporcionalmente de acuerdo a la población de cada uno de los municipios del departamento de San Miguel (The Survey System, 1982). Con respecto a los microempresarios se utilizó un muestreo no probabilístico denominado muestreo por cuotas, contactando a un subgrupo de 30 microempresario de los veinte municipios que integran el departamento de San Miguel.

Instrumento y recolección de datos

La información fue recolectada a través de dos cuestionarios, que fueron llenados por los consumidores y microempresarios de cada uno de los veinte municipios participantes. El cuestionario de consumidores estaba constituido por 2 secciones con 27 preguntas cerradas y abiertas; y el cuestionario dirigido a microempresarios estaba compuesto por 12 preguntas cerradas y abiertas, ambos instrumentos permitieron a los interrogados proveer información adicional donde sea necesario.

Procedimiento de elaboración de la base de datos

La base de datos fue elaborada en 2 secciones: una para consumidores y otra para microempresarios, en el programa Microsoft Office Excel (MS Excel) versión 14.06 de 32 bits (Manual Microsoft Office Excel, 2010). El ingreso y análisis de los datos fue realizado por los investigadores del proyecto. Los datos fueron incorporados y corregidos adecuadamente (limpiados), para detectar datos perdidos, inconsistencias e incorporación incorrecta de datos. El análisis fue realizado descriptivamente, determinando la distribución de frecuencias y las relaciones lógicas que se pudieran dar entre las variables en estudio.

Resultados

Distribución de la muestra entre municipios

En la Tabla 1, se observa la distribución de consumidores por cada uno de los municipios del departamento de San Miguel, observándose que la mayoría de consumidores eran de la cabecera departamental que lleva el mismo nombre del

departamento: San Miguel con un 50.3%, seguido con menor porcentaje por Ciudad Barrios y Moncagua con 6.6% y 5.2% respectivamente

Tabla 1. Resumen: Distribución de la muestra por municipios del departamento de San Miguel.

No	Municipio	Población	Porcentaje de población (%)	Muestra
1	San Miguel	218,410	50.3	193
2	Ciudad Barrios	28,817	6.6	25
3	Moncagua	22,659	5.2	20
4	Chinameca	22,311	5.1	20
5	Chirilagua	19,984	4.6	18
6	El Transito	18,363	4.2	16
7	Lolotique	14,916	3.4	13
8	San Rafael	13,290	3.0	12
9	Chapeltique	10,728	2.4	9
10	Sesori	10,705	2.4	9
11	San Jorge	9,115	2.1	8
12	Nueva Guadalupe	8,905	2.0	8
13	Carolina	8,240	1.8	7
14	San Gerardo	5,986	1.3	5
15	San Luis de la Reina	5,637	1.2	5
16	San Antonio	5,304	1.2	4
17	Quelepa	4,049	0.9	3
18	Nuevo Edén de San Juan	4,034	0.9	3
19	Uluazapa	3,351	0.7	3
20	Comacarán	3,199	0.7	3
	Total	434, 003	100%	384

Fuente: Elaboración propia en base a Censo DIGESTYC, (2007).
VI Censo de Población y Vivienda, El Salvador.

Dieta básica

En la tabla 2 y figura 2, se presenta la dieta básica de los hogares la cual está conformada por frijoles, arroz y maíz siendo esta un tipo de alimentación típica de los salvadoreños, le siguen verduras, huevos, aceites, lácteos, carnes y frutas que complementan la alimentación principal. Con porcentajes menores las pastas, harinas, cereales, mermeladas y otros; mostrando que las decisiones de los con-

sumidores están influidas por los precios y las tradiciones culinarias más que por consideraciones de nutrición.

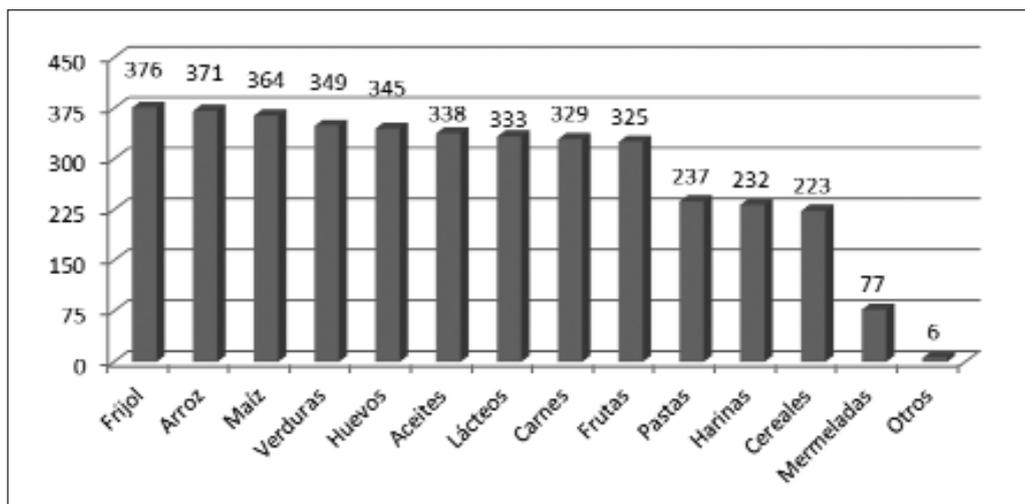


Figura 2. Tipos de productos alimenticios consumidos en los hogares

Calidad de productos alimenticios

En relación a la percepción de calidad, la mayoría de consumidores no tienen pleno convencimiento de su beneficio, existiendo un segmento que expresa satisfacción, porque tienen mayor confiabilidad hacia algunos productos. Un 8% estima que recibe baja calidad, debido a malas experiencias en el consumo de los mismos.

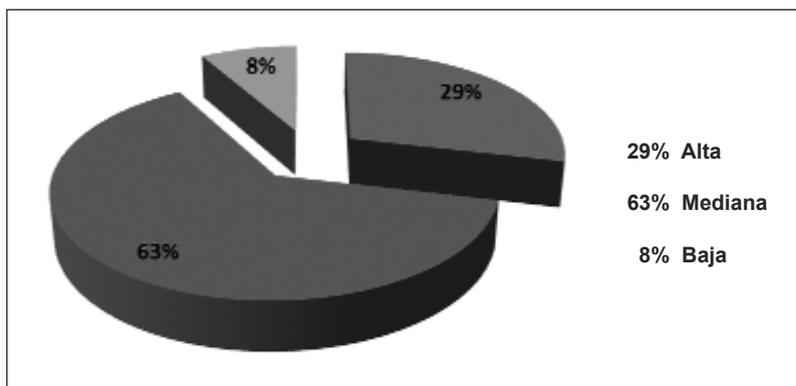


Figura 3. Percepción de calidad en los productos alimenticios consumidos

Algunos consumidores expresaron inconvenientes ocurridos durante la adquisición de productos alimenticios, entre los más frecuentes están: recibirlos vencidos, promociones engañosas, averías y faltantes en mercaderías, en menor medida quebraduras y otros incluían hongos, suciedad o plagas. Un 4% expresa no haber tenido inconvenientes en sus compras, mostrándose satisfechos por los bienes adquiridos.

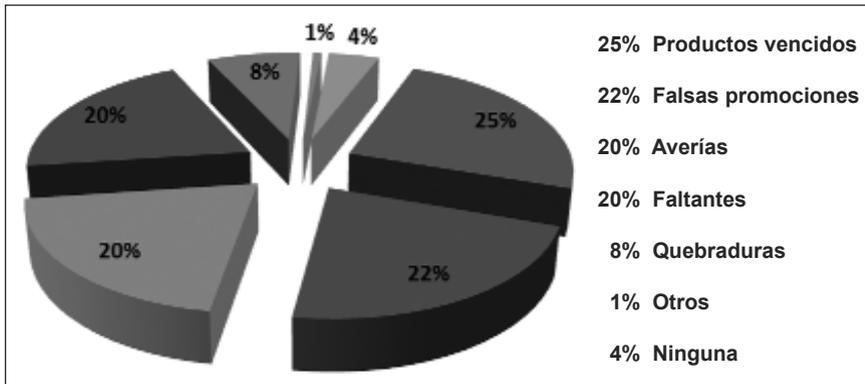


Figura 4. Inconvenientes acaecidos durante la adquisición de productos alimenticios

Consumidores y Ley de Protección al Consumidor

En la figura 5, se analizan variables como el conocimiento que tienen los consumidores sobre sus derechos y deberes, mostrando el resultado que un 50% tiene conciencia de ellos y el resto no. Posteriormente el conocimiento que se tiene de la Ley de Protección al Consumidor crece a un 52%, evidenciando que un amplio segmento aún la desconoce, falta mayor labor de sensibilización hacia la ciudadanía. Más desalentador es lo expresado referente a las denuncias que se hacen sobre infracciones a la ley por parte de las empresas, debido a que únicamente un 8% de los encuestados las ha realizado ante la Defensoría del Consumidor en relación a productos alimenticios. Se estima que parte de la ciudadanía tiene poca confianza y otros desconocen los procedimientos para realizar quejas ante violaciones a sus derechos.

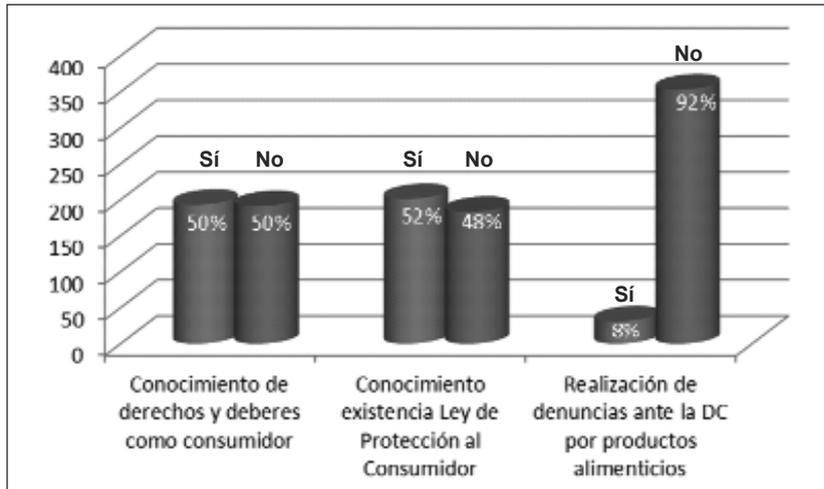


Figura 5. Opinión de los consumidores sobre existencia y aplicabilidad de Ley de Protección al Consumidor

Microempresarios y Ley de Protección al Consumidor

La opinión de los empresarios consultados respecto a su conocimiento de la ley es positiva, el 67% de ellos tienen conciencia de su existencia y aplicación, la cual valoran que es justa, pero con aspectos a reformar. En relación a las acciones de supervisión que realiza la Defensoría del Consumidor en sus establecimientos el 57% expresa recibirla mediante el despliegue del personal de la entidad supervisora en los diferentes locales comerciales y mercados del departamento.

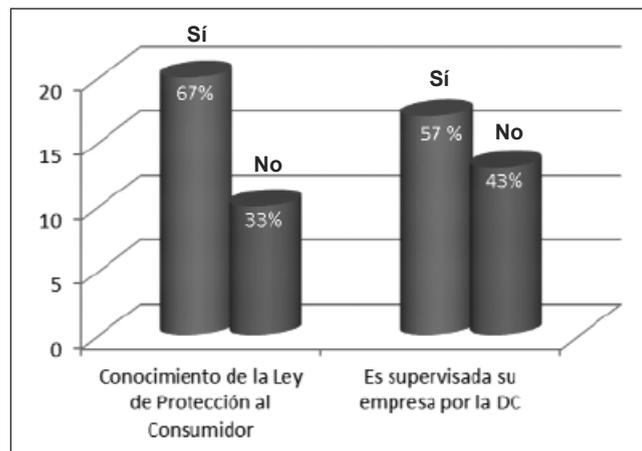


Figura 6. Opinión de los microempresarios sobre la Ley de Protección al Consumidor y el papel de la Defensoría del Consumidor

Conocimiento de acciones legales para sancionar empresas

Los consumidores en su mayoría 77%, desconocen totalmente las acciones legales que emprende la Defensoría del Consumidor para advertir o sancionar a empresas que abusan de los derechos del consumidor; no obstante un 23% de los consumidores, reconocen saber las acciones legales para advertir o sancionar empresas, debido a que personalmente han acudido a iniciar el procedimiento respectivo de denuncia ante la Defensoría.

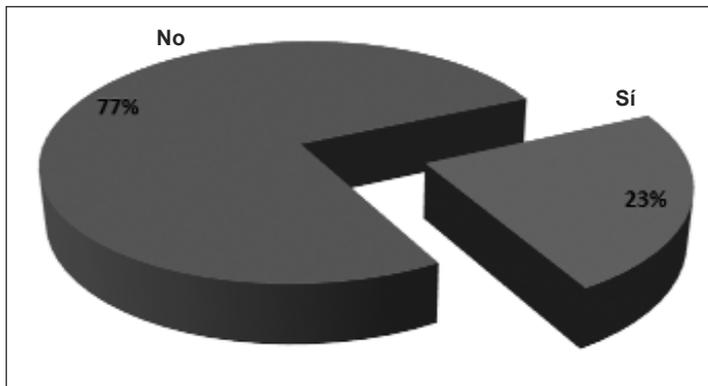


Figura 7. Opinión de los consumidores sobre el conocimiento de acciones legales para sancionar empresas

Opinión de empresario en relación a Ley de Protección al Consumidor

La manera como los empresarios perciben la Ley de Protección al consumidor es positiva considerándola justa aunque con algunos aspectos a reformar como hacerla aplicable a todas las empresas sin importar su tamaño, un reducido sector la considera poco justa y no opinan quienes no la conocen. Resulta evidente que existe un buen porcentaje de empresarios que poco conocen de la existencia de esta ley.

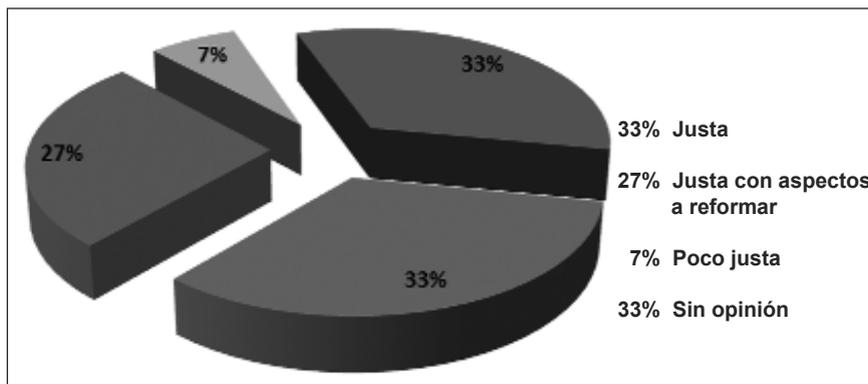


Figura 8. Valoración de la Ley de Protección al Consumidor por empresarios

Conclusiones

En relación a consumidores:

- En la población informante que participó en la investigación predominan las personas en edad productiva entre los veinte a sesenta años, ambos géneros están representados equilibradamente, la información provino en un 50% de la ciudad de San Miguel y el resto de los demás municipios del departamento de San Miguel, los consumidores son en su mayoría empleados y trabajadores independientes.

- La dieta básica de las familias se limita a frijoles, arroz y maíz como alimentos tradicionales de la cocina local y existe menor frecuencia en el consumo de lácteos, carnes, frutas o verduras como elementos de mayor valor nutritivo.

- Los consumidores son sensibles a los altos precios de la canasta básica alimenticia, lo cual influye en sus decisiones de compra; a la vez perciben que reciben productos alimenticios de mediana calidad que no siempre son accesibles a sus presupuestos. Y que por otra parte sobrepasan fechas de caducidad, tienen averías o no reciben lo prometido promocionalmente.

- Los consumidores se abastecen de sus productos alimenticios semanalmente, visitando por igual tanto los supermercados por su orden, limpieza e higiene y los mercados municipales donde obtienen precios accesibles a sus niveles de ingresos.

- Posterior al consumo de granos básicos existe un alto consumo de verduras y frutas donde destacan las que no son producidas en la zona oriental sino las im-

portadas como tomates, papas, zanahorias, manzanas, guineos, naranjas, uvas y otros lo cual implica una fuerte dependencia de la producción agrícola foránea aspecto que influye en los altos precios pagados por los consumidores.

- La población reporta un alto consumo de comida rápida lo cual es reforzado por la exposición a la publicidad de las empresas del ramo, que resulta influyente en la decisión de consumir este tipo de alimentos.

- Existe una fuerte desconfianza hacia el manejo de balanzas en las que se pesan diversos productos adquiridos por los consumidores que va desde las simples dudas hasta llegar a asegurar que dichas balanzas están alteradas para entregar pesos inexactos y por tanto robarle al cliente.

- Se expresaron quejas por recibir granos básicos mezclados con basuras, insectos y hongos así mismos con consistencia de dureza combinado con el hecho de comprarlos a altos precios lo que genera alta insatisfacción.

- Los consumidores en su mayoría, están conformes con el contenido nutricional de los productos alimenticios adquiridos, sin embargo tienen desconfianza de los productos enlatados por su alto contenido de químicos y preservantes.

- Un reducido grupo de consumidores ha expresado quejas o denuncias ante la oficina de la Defensoría del Consumidor influidos por un alto desconocimiento de sus derechos y deberes, pues se tiene nociones de la existencia de la Ley de Protección al Consumidor, pero no de los detalles de sus normativas y aplicaciones.

- La evaluación que la población hace de la labor de la Defensoría del consumidor es negativa porque consideran en su mayoría que esta no resuelve las denuncias y casos que se le presentan, ni vela efectivamente por sus derechos, aspecto que influye en las escasas quejas presentadas. Por otra parte desconocen su trabajo regulatorio y sancionatorio a las empresas infractoras.

En relación a empresarios:

- Los empresarios consultados se encuentran en la etapa productiva de sus vidas entre 21 a 40 años, predomina el género femenino, representativas de las zonas norte, central y sur del departamento de San Miguel, poseen pequeños negocios de comida preparada y comercios donde distribuyen productos ali-

menticios, sus empresas están conformadas por no más de cinco empleados.

- Se comercializan mayormente bebidas y comida rápida así mismo productos alimenticios envasados y enlatados, verduras, frutas y carnes los cuales son de primera necesidad para los consumidores, como también por la conveniencia de degustar productos ya preparados.

- En su mayoría los empresarios dicen conocer la Ley de Protección al consumidor la cual consideran es justa, aunque con aspectos que reformar para que sea aplicada por igual a toda empresa.

- Expresan que la Defensoría del Consumidor los supervisa periódicamente mayormente cada tres meses, limitándose a darles algunas recomendaciones y colocar mensajes dirigidos a los consumidores. Sin embargo una proporción significativa de empresas no es visitada.

- Tan solo una de las treinta empresas abordada ha recibido sanciones económicas o multas de la Defensoría por un monto que no revelaron. Lo cual muestra la poca incidencia de la institución reguladora en las actividades de las empresas.

- Con respecto a lo que los empresarios, entienden como calidad, inocuidad y seguridad de los productos alimenticios, pocos tenían una idea clara de lo que esto significaba, limitándose a decir que es, entregar al cliente productos en buen estado y aptos para el consumo humano.

- Las sugerencias que expresaron están en el orden de pedir a la defensoría, un mayor control y supervisión de los negocios que cometen faltas contra los consumidores, pero siendo justos y no excesivamente drásticos con los infractores.

Recomendaciones

- La Defensoría del Consumidor debe iniciar un proyecto integral de educación al consumidor en temáticas sobre derechos y deberes de los consumidores, procedimientos de denuncia y demandas, orientación nutricional y riesgos de la comida rápida.

- Es necesario que la Defensoría del Consumidor, publique casos sanciona-

torios de empresas, debido a que el público desconoce el trabajo de la misma y le atribuye poca efectividad.

- Se debe incrementar la supervisión de empresas que comercializan productos alimenticios preparados y empacados en aspectos de precios y calidad para evitar abusos a consumidores y garantizar su calidad, inocuidad y seguridad de dichos productos.

- Monitorear el uso de balanzas empleadas por las empresas para garantizar la entrega de pesos exactos a los consumidores, así como las condiciones de higiene en el embalaje y distribución de productos alimenticios perecederos y que necesitan refrigeración.

- Extender la supervisión hacia aquellas empresas que quedan fuera de la cobertura de la regulación de la Defensoría del Consumidor, dotando a esta de personal y recursos que haga posible este propósito.

- Ser equitativos y justos en la aplicación de sanciones o advertencias a las empresas que infringen los derechos de los consumidores, aplicando la ley con transparencia e imparcialidad, así como estimular a las que la respetan.

Referencias

- Alicia de León, A. (2007). *Derechos de los Consumidores y Usuarios* (2a ed.). Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Caramés, J. G. (2002). *El Estatuto Jurídico del Consumidor*. Madrid: Civitas.
- Consejo de Ministros. El Salvador. (2010). *Política Nacional de Protección al Consumidor 2010-2020*. San Salvador.
- Cuéllar, J. C. (2009). La noción del Consumidor en el Derecho Comparado y el Derecho Colombiano. Recuperado el 28 de marzo de 2014, de <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n119/n119a18.pdf>
- Dirección General de Estadísticas y Censos. DIGESTYC. El Salvador. (2007). VI Censo de Población y V de Vivienda: Población, Vivienda y Hogares. Recuperado el 28 de marzo de 2014, de <http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/poblacion-y-estadisticas-demograficas/censo-de-poblacion-y-vivienda/poblacion-censos.html>
- Fratti de Vega, K. (2013). El Derecho de Consumo en El Salvador. Recuperado el 14 de abril de 2014, de <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/738/1/El%20Derecho%20de%20Consumo%20en%20El%20Salvador.pdf>
- Guijarro, J. C. (2010). Definiendo el Desarrollo. Recuperado el 14 de mayo de 2014, de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=128304>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Lauren, P. G. (2003). *The Evolution of International Human Rights: Visions Seen*. Pennsylvania, United States: University of Pennsylvania Press.
- Manual Microsoft Office Excel. (2010). Manual MS Excel. Recuperado el 11 de marzo de 2014 de <http://www.uv.mx/personal/llopez/files/2013/03/Manual-Microsoft-Office-Excel-2010.pdf>

Oviedo, R. (2008). La gestión de Comunicación en la Protección del Consumidor. Recuperado el 15 de marzo de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/marketing/consumerismo-proteccion-del-consumidor.htm>

Serrano, R. F. (2010). *La Evolución de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. Tesis de Pregrado*. San Salvador, El Salvador: Universidad de El Salvador.

The Survey System. (1982) Sample Size Calculator. Recuperado el 25 marzo de 2014 de <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

Referencias

El Salvador. Constitución de la República de El Salvador. Diario Oficial No. 234, Tomo No. 281, 16 de diciembre de 1983.

El Salvador. Ley de Protección al Consumidor. Diario Oficial No. 166, Tomo No. 368, 08 de septiembre de 2005.

El Salvador. Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor. Decreto Ejecutivo No. 52, 12 de mayo de 2006.

Organización de las Naciones Unidas. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Nueva York, 03 de enero de 1976.

Organización de los Estados Americanos. Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales "Protocolo de San Salvador". San Salvador, 17 de noviembre de 1988.