



**PRO CONSUMIDOR**  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

# **PLAN ESTRATÉGICO**

## 2017-2020

# PLAN ESTRATÉGICO 2017-2020



**PRO CONSUMIDOR**  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR



El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor y usuario (PROCONSUMIDOR) es el organismo estatal creado mediante la Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No. 358-05 con el objetivo de establecer y reglamentar las políticas, normas y procedimientos necesarios para la protección efectiva de los derechos de los consumidores en la República Dominicana, con carácter de Autoridad Nacional de Vigilancia de Mercado en virtud de la potestad establecida en el Artículo 109 de la Ley 166-12 que crea el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL).

El Plan Estratégico de Pro Consumidor, para el periodo 2017 al 2020, se desarrolló teniendo de guía la visión aspirada, que reconoce a esta institución en una posición consolidada, de protección de los derechos de todos los consumidores dominicanos y que avanza en el camino de afianzar la cultura del consumo sostenible e inteligente.

El plan organiza a la institución en un enfoque dirigido a apoyar la visión de la nación para el año 2030, que se encuentra definida en la ley 1-12 de la Estrategia Nacional de Desarrollo. Es decir, desde la educación a consumidores, proveedores y todas las partes interesadas, se apuesta por la seguridad en el consumo y el respeto a los derechos, de manera que se contribuya a la prosperidad del país con la participación de sus habitantes apegados a los valores éticos dentro de los cuales la equidad, igualdad de oportunidades y justicia social se resaltan.

Los ejes y objetivos estratégicos que conforman el plan impactan directamente en las políticas transversales siguientes:

- Políticas para los Derechos Humanos
- Políticas para Enfoque de Genero
- Políticas para el Desarrollo Sostenible
- Políticas de uso de Tecnología, Información y Comunicación
- Políticas de Responsabilidad Institucional

Para su elaboración se contó con la participación de los empleados de la institución y fue compartido con consumidores, proveedores y partes interesadas en aras de lograr estrategias que se dirijan directamente a las necesidades que requieren mayor priorización para contribuir de manera más eficiente a la visión de la nación que buscamos.

En los próximos cuatro años, Pro Consumidor trabajará incansablemente para construir una gestión fuerte y perdurable que asegure la protección de los derechos de los consumidores, pero aún más allá de eso, para que

la participación consciente de la ciudadanía sea el principal baluarte de la sociedad para amparar el respeto a los consumidores y lograr un consumo inteligente, sostenible y equitativo.

Pro Consumidor implantará una gestión apoyada en la tecnología, lo que permitirá ampliar el alcance de la institución y perfeccionar su transparencia. Se fortalecerá la calidad de los servicios mediante la certificación y acreditación de los mismos, bajo los requisitos de las normas internacionales NORDOM-ISO-9001:2015 e NORDOM-ISO / IEC-17020:2012 respectivamente.

Estos retos solo serán logrados con el esfuerzo de todos los empleados de Pro Consumidor y las alianzas con el sector comercial, organizaciones de la sociedad civil y organismos públicos.

Somos optimistas, esperamos el logro de todos nuestros objetivos y la transformación de nuestra institución para que se convierta en un referente en el quehacer diario de la gestión pública de nuestro país.

***Dra. Anina Del Castillo Cazaño***  
*Directora Ejecutiva*



## 2 Marco Legal

Los derechos de los consumidores están consagrados en el artículo 53 de la Constitución Dominicana, que dispone: “El derecho de los consumidores de disponer de bienes y servicios de calidad y de recibir una información objetiva, veraz, oportuna sobre el contenido y las características de los productos y servicios que use o consuma, bajo las previsiones y normas establecidas por la ley”.

Por su parte, la Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No.358-05 de fecha nueve (9) de septiembre del año dos mil cinco (2005), crea la normativa especial para garantizar el cumplimiento de ese mandato constitucional, asumido como misión por Pro Consumidor, con en su compromiso de defender y salvaguardar el derecho de los consumidores a disponer de bienes y servicios de calidad para la protección de la salud, seguridad física y bienestar económico de los mismos.

Además, la Ley No. 166-12 que crea el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL) en su Artículo 109, reconoce a Pro Consumidor como Autoridad Nacional de Vigilancia del Mercado, confiriéndole, en adición a las atribuciones legales de la Ley No. 358-05. La potestad para realizar cuantas actividades de confirmación sean necesarias para determinar si los Reglamentos Técnicos (RT) y otras disposiciones oficiales se cumplen, en relación con:

- La calidad de los bienes y servicios.
- La inocuidad y seguridad alimentaria.
- El cumplimiento de normas y reglamentos técnicos en materia de seguridad de las instalaciones, sistemas y procesos.
- La existencia de las certificaciones o marcas de conformidad emitidas por el INDOCAL para los fines que correspondan.
- Cualquier otra que pudiere ser establecida mediante Reglamento.

Otros sistemas jurídicos vinculantes al accionar institucional la constituyen:

- Ley No. 1-12, de Estrategia Nacional de Desarrollo 2030.
- Ley No. 498-06, de Planificación e Inversión Pública.
- Ley No. 107-13, sobre Los Derechos de las Personas y sus Relaciones con la Administración y de Procedimiento Administrativo.



## Proceso de Planificación del Plan Estratégico de Pro Consumidor

El Plan Estratégico Institucional de PRO-CONSUMIDOR 2017-2020, constituye un hito en la historia de la institución, pues se ha construido con la participación de todos los grupos de interés, y se aprobó formalmente por la Máxima Autoridad Ejecutiva.

El Plan Estratégico está alineado a la Estrategia Nacional de Desarrollo (Ley No. 1-12) y además enmarcado en el Sistema Nacional de Planificación e Inversión Pública, respaldado por la Ley No. 498-06. Se tuvo en consideración las “Guías de Planificación” recomendadas por el Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo, MEPyD.

Como parte de la metodología utilizada para el desarrollo de este plan, se coordinaron los procesos de producción pública y de planificación estratégica, enmarcado en las recomendaciones de la MEPyD, para crear la “Cadena de Valor Interinstitucional”.

La visión, misión y valores de la institución, fueron revisados para tenerlos en consideración en el diseño del Plan Estratégico.

Para determinar los ejes y objetivos estratégicos, se hizo un estudio del entorno, y un diagnóstico institucional, con lo cual se creó la “Matriz FODA”, con la participación de encargados departamentales y personal clave de la organización. El análisis de las interrelaciones entre las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas, construyó la formación de los ejes y objetivos estratégicos.

Los Planes Operativos del próximo cuatrienio, serán elaborados tomando como punto de partida los ejes y objetivos estratégicos aprobados.

Como parte del diagnóstico institucional se analizaron las debilidades de los productos de la institución y se realizó su actualización buscando mayor eficiencia. Quedaron establecidos los siguientes servicios:

- Atención a reclamaciones
- Atención a denuncias
- Alertas de productos
- Mediación
- Orientación al consumidor
- Promoción de Asociaciones de Consumidores
- Registros de bases de rifas y concursos
- Registros de profesionales extranjeros
- Registro de Contratos de Adhesión
- Registro de Libro de Reclamaciones
- Orientación al Proveedor
- Promoción Buenas Prácticas Comerciales

A cada objetivo estratégico se le determinaron los productos que debían ser obtenidos al cabo de 5 años, en reuniones participativas, donde también se identificaron los indicadores para su evaluación.

Se identificaron las medidas de políticas necesarias para que apoyaran a las transformaciones institucionales que posibiliten alcanzar la visión y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

El proceso para la elaboración del Plan Estratégico seguido por Pro Consumidor se esquematiza de la siguiente manera:





## Pro Consumidor en el marco de la Estrategia Nacional de Desarrollo

La Planificación Nacional de Sector Público está establecida en los artículos 241 y 242 de la Constitución del País, donde se contempla la construcción de la Estrategia de Desarrollo y el Plan Nacional Plurianual. Así mismo, la Ley 498-06 es el marco de referencia que orienta la definición de los niveles de producción de bienes, prestación de servicios y ejecución de la inversión a cargo de las instituciones públicas.

La Estrategia Nacional de Desarrollo, definida en la Ley 1-12 establece una visión de la Nación a largo plazo, donde se propone alcanzar una República Dominicana como un país próspero, en el cual las personas viven dignamente, apegadas a valores éticos y en el marco de una democracia participativa que garantiza el Estado social y democrático de derecho y promueve la equidad, la igualdad de oportunidades, la justicia social que gestiona y aprovecha sus recursos para desarrollarse de forma innovadora, sostenible y territorialmente equilibrada e integrada y se inserta competitivamente en la economía global. (END, art. 5)

Para lograr esta visión, las políticas públicas se articularán en cuatro ejes estratégicos (END, art, 7-10) con sus correspondientes líneas de acción y objetivos y dispone que todas las instituciones del sector público orienten sus iniciativas de planificación a la consecución de los objetivos consignados en la misma:

**Eje 1:** Un Estado social y democrático de derecho, con instituciones que actúan con ética, transparencia y eficacia al servicio de una sociedad responsable y participativa, que garantiza la seguridad y promueve la equidad, la gobernabilidad, la convivencia pacífica y el desarrollo nacional y local.

**Eje 2:** Una sociedad con igualdad de derechos y oportunidades, en la que toda la población tiene garantizada educación, salud, vivienda digna y servicios básicos de calidad, y que promueve la reducción progresiva de la pobreza y la desigualdad social y territorial.

**Eje 3:** Una economía territorial y sectorialmente integrada, innovadora, diversificada, plural, orientada a la calidad y ambientalmente sostenible, que crea y desconcentra la riqueza, genera crecimiento alto y sostenido con equidad y empleo digno, y que aprovecha y potencia las oportunidades del mercado local y se inserta de forma competitiva en la economía global.

**Eje 4:** Una sociedad con cultura de producción y consumo sostenible, que gestiona con equidad y eficacia los riesgos y la protección del medio ambiente y los recursos naturales y promueve una adecuada adaptación al cambio climático.

De esos ejes estratégicos, varios objetivos y líneas de acción se vinculan a la tarea de velar por la protección de los derechos de los consumidores, dentro de los cuales se encuentran:

- Un modelo de calidad certificable para la gestión pública (Objetivo Especifico 1.1.1. Línea de acción 13)
- Promoción del acceso a medicamentos de calidad (Objetivo 2.2.1. Línea de Acción 6)
- Promoción del acceso a servicios (Objetivo 2.4.2.)
- Acceso a viviendas seguras (Objetivo 2.5.1.)
- Acceso universal con calidad a agua potable y saneamiento (Objetivo 2.5.2.)
- Suministro confiable de electricidad (Objetivo 3.2.1.)
- Suministro confiable de combustible (Objetivo 3.2.2.)
- Fortalecimiento del marco normativo e institucional para garantizar a los consumidores su derecho a disponer de bienes y servicios de calidad y de información objetiva sobre el contenido y las características de los productos (Objetivo 3.3.1. Línea de Acción 4)
- Realizar campañas a los consumidores sobre sus derechos y cómo ejercerlos (Objetivo 3.3.1. Línea de Acción 5)

Proteger los derechos de los consumidores implica desarrollar acciones que garanticen el acceso a servicios de calidad, a la salud y la venta de medicamentos con los estándares de calidad requeridos, viviendas seguras, agua potable y envasada con la calidad óptima para el consumo, suministro confiable de electricidad y combustible, ciudadanos empoderados que conozcan y ejerzan sus derechos, información verificable y objetiva, campañas educativas que aseguren el efectivo ejercicio de derechos y de proveedores responsables que ofrezcan bienes y servicios que cumplan con los estándares de las normas de calidad y de los reglamentos técnicos.

También como parte de su compromiso con la estrategia nacional se definieron como impactan los ejes estratégicos en las políticas transversales.

Normas y Políticas Públicas donde impacta la estrategia	Ejes Estratégicos que impacta
Políticas para los Derechos Humanos	<b>Eje Estratégico I</b> "Incremento de la cobertura y calidad de los servicios"
	<b>Eje Estratégico II</b> "Contribuir a la cultura de respeto de los derechos de los consumidores y del consumo sostenible y responsable"
	<b>Eje Estratégico IV</b> "Fortalecimiento de la solución de conflictos relativos al consumo"
Políticas para Enfoque de Genero	<b>Eje Estratégico I</b> "Incremento de la cobertura y calidad de los servicios"
Políticas para el Desarrollo Sostenible	<b>Eje Estratégico II</b> "Contribuir a la cultura de respeto de los derechos de los consumidores y del consumo sostenible y responsable"
Políticas de uso de Tecnología, Información y Comunicación	<b>Eje Estratégico III</b> "Optimización de la información para contribuir a la toma de mejores decisiones de consumo"
Políticas de Responsabilidad Institucional	<b>Eje Estratégico V</b> "Fortalecimiento institucional"



## Medidas de Políticas Internas

Pro Consumidor, como un órgano competente que trabaja para el cumplimiento de las políticas públicas, establece medidas que coadyuvan a modificar, orientar y/o regular los comportamientos de los actores que operan en el marco de acción de la institución.

La institución tiene organizada un grupo de políticas internas que se encuentran armonizadas con los Objetivos Estratégico. Dentro de estas políticas se identificaron las medidas que impactan de forma más directa en los productos del Plan.

De esta manera, en Pro Consumidor, para lograr los efectos esperados con los productos propuestos en el Plan Estratégico, se han identificado las siguientes medidas de política, cuyas descripciones se presentan a continuación:

- Capacitar a los recursos humanos de la institución para elevar sus capacidades técnicas, habilidades y actitud ante el trabajo, fortaleciendo su ética y compromiso de servicio. Documento administrativo que ampara: Planes de capacitación.
- Orientar la participación de todos los empleados para que contribuyan al cumplimiento de los objetivos estratégicos y la satisfacción de los clientes. Documento administrativo que ampara: Manual de procedimientos.
- Implementar sistemas tecnológicos - informativos como plataformas que permitan impactar de manera más eficiente a mayor cantidad de ciudadanos. Documento administrativo que ampara: programas de TIC y comunicación de la institución.
- Crear nuevas metodologías y programas que contribuyan a lograr un mayor impacto en consumidores, proveedores y partes interesadas para promover el consumo sostenible, inteligente y equitativo. Documento administrativo que ampara: Proyectos de los nuevos programas y metodologías.
- Establecer nuevas vías legales –educativas para hacer más eficientes la solución de los conflictos entre los consumidores y proveedores. Documento administrativo que ampara: Proyectos de reorganización de procesos y elaboración de nuevas resoluciones.

# 6 Marco Estratégico de Pro Consumidor

## Misión

Proteger a los consumidores y usuarios de bienes y servicios, mediante la aplicación de las normas jurídicas establecidas.

## Visión

Ser reconocida, a nivel nacional e internacional, por su efectiva labor en la protección de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, promoviendo el consumo sustentable e inteligente.

## Valores





## Ejes Estratégicos

