



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

**Instituto Nacional de Protección de los Derechos del  
Consumidor, Pro Consumidor**

**Informe de Gestión  
Estadísticas**

**Enero - Marzo**

**2018**



## Índice

1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. ACTUACIONES INSTITUCIONALES. ENERO – MARZO 2018.....	3
2.1. Inspección .....	3
2.2. Promoción de Buenas Prácticas Comerciales .....	6
2.3. Participación en comités técnicos .....	7
2.4. Reclamaciones y Denuncias.....	8
2.5. Conciliación .....	10
2.6. Retorno Económico.....	12
2.7. Monitoreo de Precios .....	12
2.8. Análisis y Verificación de Publicidad.....	13
3. INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR .....	15
3.1. Educación y Orientación al consumidor .....	15
3.2. Materiales educativos.....	16
3.3. Campañas Informativas.....	16
3.4. Presencia en Redes Sociales.....	18
3.5. Alertas .....	19
4. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN .....	19
4.1. Implementación de mejoras tecnológicas .....	19
5. ACTUACIONES JURÍDICAS .....	20
5.1. Resoluciones administrativas.....	20
5.2. Acciones de Registro. ....	21
5.3. Sanciones. ....	22
5.4. Convenios.....	22



## **1. INTRODUCCIÓN**

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, Pro Consumidor, tiene como objetivo establecer políticas, normas y procedimientos necesarios para la protección efectiva de los derechos de los consumidores y garantizar la equidad en la relación de éstos con los proveedores.

Fue creado mediante la Ley 358-05, Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario que establece que sus disposiciones son de orden público, imperativas y de interés social y que tendrán carácter supletorio frente a las disposiciones contempladas en las leyes sectoriales. La Ley 166-12 que crea el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL), lo designa como Autoridad Nacional Vigilante de Mercado.

Dentro de sus objetivos estratégicos de acción están, fortalecer la vigilancia del mercado, a fin de que los consumidores y usuarios reciban los productos y servicios con la calidad adecuada; fortalecer los mecanismos normativos para garantizar un efectivo accionar, y fortalecer su rol como Órgano Administrativo para la solución de conflictos. Además, procura promover una cultura de ejercicio de derechos de los consumidores y usuarios, desarrollando estrategias que favorezcan la adquisición de competencias y conductas que permitan la toma de decisiones responsables en materia de consumo.

Por otro lado, Pro Consumidor tiene el compromiso de cumplir su misión con procesos que generen credibilidad y el ofrecimiento de un servicio eficiente y eficaz en la respuesta a las demandas interpuestas por los consumidores y usuarios. Al mismo tiempo vincula su accionar con otros organismos e instituciones a fin de asegurar la defensa de los consumidores.

A continuación, se presentan las acciones desarrolladas durante los meses de enero, febrero y marzo del año 2018, y el impacto logrado en beneficio de los ciudadanos.



## 2. ACTUACIONES INSTITUCIONALES. ENERO – MARZO 2018

A continuación, se presentan las acciones ejecutadas por esta institución durante el periodo indicado.

### 2.1. Inspección

Según establece la Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, en los artículos 24 y 28, la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor desarrollará los servicios de inspección y vigilancia de las entidades públicas y privadas, será responsable además de tomar las medidas de lugar para garantizar los derechos del consumidor en caso de inexactitud de pesos y medidas, deficiencias de calidad y normas técnicas, de los productos y servicios que se ofertan en el mercado, en coordinación con el INDOCAL.

En virtud de esto, durante el periodo indicado, se realizaron un total de 788 **inspecciones**, en comparación con el año pasado que fueron 961 inspecciones, lo cual representa una **disminución** de un -18%.

	ENERO - MARZO 2017	ENERO - MARZO 2018
Inspecciones realizadas	961	788

Durante las visitas se inspeccionan las condiciones en cuanto a calidad de los productos que se comercializan en el mercado, higiene e inocuidad de establecimientos que comercializan alimentos preparados, etiquetado de productos lácteos, calidad del agua y del hielo, venta de leche a granel, inspecciones de estaciones de combustibles líquidos, verificación de la publicidad, cobro adicional según el medio de pago (% al pagar con tarjeta de crédito), posesión o no del libro de reclamaciones, higiene e inocuidad de mataderos, precios diferentes al estampado, monitoreo de la calidad de los juguetes que se comercializan en nuestro país.

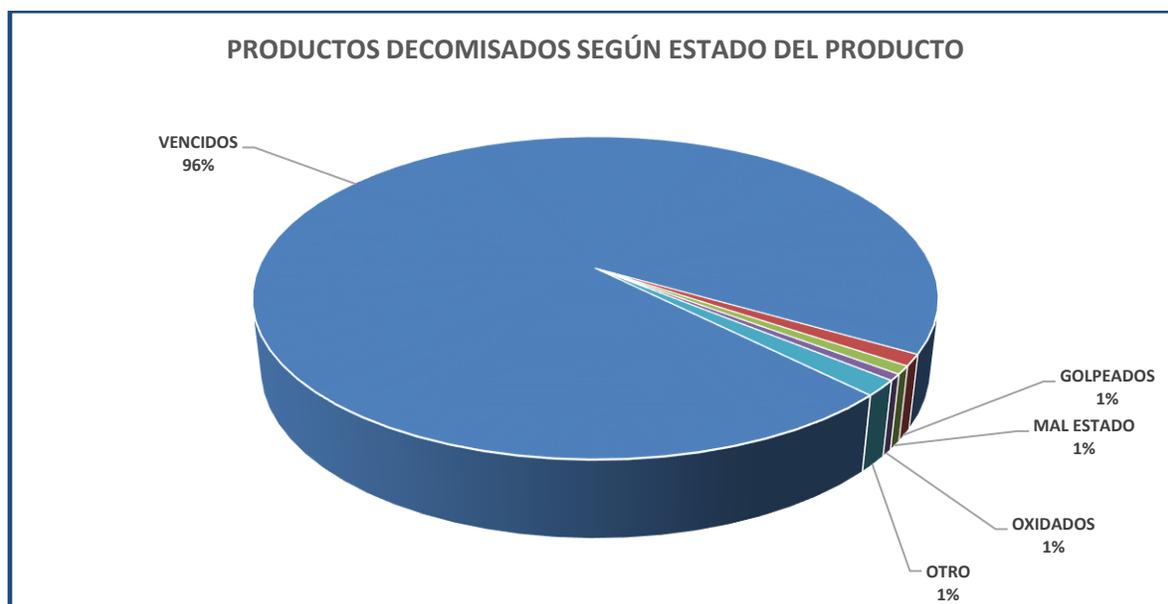


La cantidad de productos decomisados durante el periodo comprendido en este informe es de cincuenta y nueve mil, trescientos veinticinco (59,325) unidades, en comparación con el año pasado que cuarenta y dos mil cuatrocientos seis (42,406), con un aumento de +39.9% en unidades decomisadas.

PRODUCTOS DECOMISADOS SEGÚN ESTADO DEL PRODUCTO		
	ENERO - MARZO 2017	ENERO - MARZO 2018
VENCIDOS	39,909	<b>56,781</b>
GOLPEADOS	788	<b>672</b>
MAL ESTADO	294	<b>485</b>
SIN ETIQUETA	75	<b>82</b>
OXIDADOS	342	<b>376</b>
OTRO	1,598	<b>929</b>
<b>TOTALES</b>	<b>42,406</b>	<b>59,325</b>

Fuente: Departamento de Inspección y Vigilancia

Porcentualmente, se ven representados de la siguiente manera:



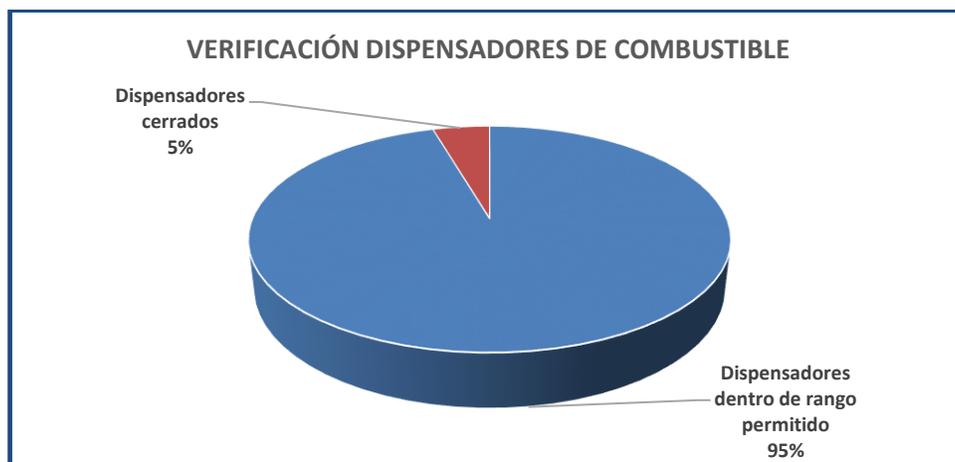
Fuente: Departamento de Inspección y Vigilancia

## Productos incinerados

El decomiso de productos culmina con el proceso de incineración y destrucción de dichos productos decomisados. En el primer trimestre del año 2018, se incineraron 56,712 productos, en comparación con el primer trimestre del año pasado, donde fueron incinerados 7,396 productos. Esto representa un aumento del +665.79% respecto a los mismos.

## Verificación de pesos y medidas

Las estaciones de expendio de combustibles para automóviles y GLP ha sido también objeto de inspección. Durante el periodo comprendido a este informe, se inspeccionaron 43 estaciones de venta de gasolina y/o GLP, tanto en la capital como en el interior, verificándose un total de 749 dispensadores o mangueras dispensadoras, produciéndose el cierre de 34 dispensadores.



Fuente: Departamento de Inspección y Vigilancia



## 2.2. Promoción de Buenas Prácticas Comerciales

El Departamento de Calidad y Buenas Prácticas Comerciales, durante el periodo correspondiente a este informe, ha realizado un trabajo de acercamiento a los establecimientos de expendio de alimentos y comercio en general, específicamente en bares, restaurantes, colmados y supermercados ubicados en Santo Domingo y en diferentes provincias del país, con el objetivo de efectuar un levantamiento sobre las condiciones en que se encuentran los mismos y darle las recomendaciones de buenas prácticas comerciales.

En ese sentido, durante este periodo de tiempo se han visitado trescientos noventa y un (391) establecimientos, en comparación con el primer trimestre del año pasado, donde se visitaron quinientos treinta y cuatro (534) establecimientos.

	ENERO - MARZO 2017	ENERO - MARZO 2018
<b>Establecimientos visitados</b>	534	391

Los establecimientos visitados están ubicados en zonas según se indica en la siguiente tabla:

ZONA	MESES		
	ENERO	FEBRERO	MARZO
Distrito Nacional	X	X	X
Santo Domingo Oeste	X		X
La Vega			X
Santiago			X
Punta Cana			X



### 2.3. Participación en comités técnicos

Pro Consumidor participa en la revisión y elaboración de Normas y Reglamentos Técnicos, con el propósito de garantizar los derechos de los consumidores en la elaboración de los mismos y su posterior aplicación. Durante el periodo correspondiente a este informe, se participó en estos Comités según la siguiente relación:

No.	COMITÉ TÉCNICO	
1.	Accesibilidad al medio físico – Criterios y requisitos general para un diseño universal.	X
2.	Agua para Uso Doméstico (Agua Potable).	X
3.	Alimentos para animales. Muestreo.	X
4.	Barras de acero corrugadas y lisas para el refuerzo de Hormigón. Especificaciones.	X
5.	Bebidas no Alcohólicas - Refrescos Especificaciones.	X
6.	Cereales para el desayuno listos para servir.	X
7.	Código de Prácticas para reducir al mínimo y contener la resistencia a los antimicrobianos.	X
8.	Cervezas-Especificaciones.	X
9.	Código de Prácticas para reducir al mínimo y contener la resistencia a los antimicrobianos.	X
10.	Código eléctrico nacional y normas de diseño y construcción de redes de distribución de MT Y BT.	X
11.	Combustible Líquido.	X
12.	Comité de Medidas Sanitaria y Fitosanitarias.	X
13.	Comité Nacional para la Aplicación del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (CNOTC).	X
14.	Comisión Lactancia Materna.	X
15.	Contenido Neto de productos pre envasados.	X
16.	Directrices sobre etiquetado nutricional.	X
17.	Etiquetado General de Alimentos.	X
18.	Higiene de las carnes. Norma para el etiquetado de embutidos.	X
19.	Lámparas LED. Etiquetado y Especificaciones.	X
20.	Limites Máximo de Residuos de Plaguicidas Permitida para el Cultivo y Manejo del Coco.	X
21.	Manteca de Cacao. Especificaciones.	X
22.	Método de ensayo. Obtención y ensayo de núcleos extraído de hormigón	X
23.	Miel - Preparación de Almidón para la determinación de la actividad diastática de la miel.	X
24.	Norma general para los contaminantes y las toxinas presentes en los alimentos y piensos.	X
25.	Prácticas de higiene para la elaboración de quesos no curados ni madurados y queso blandos	X
26.	Principios y Directrices para el intercambio de Información en Situaciones de Emergencia Relacionadas con la Inocuidad de los Alimentos.	X
27.	Principios para la Rastreabilidad/Rastreo de Productos como herramienta en el contexto de la Inspección de alimentos.	X
28.	Productos elaborados a partir de frutas y vegetales derivados del tomate cáctup o Kétchup.	X
29.	Queso Fundido / Procesado.	X
30.	Queso Fundido y los preparados de queso fundidos.	X
31.	Refresco – Especificaciones.	X
32.	Requisitos de accesibilidad para la rotulación.	X
33.	Reunión Ordinaria del Comité Nacional del Codex Alimentarius (CONCA).	X
34.	Servicios turísticos. Alojamiento turístico. Terminología y definiciones.	X
35.	Servilletas. Especificaciones.	X
36.	Sistema Globalmente Armonizado Parte 2 Etiquetado productos Químicos.	X
37.	Señalización para tránsito en el espacio público.	X
38.	Sistema mutuamente armonizado — Parte I. Definición y Clasificación de los productos químicos).	X
39.	Sistema Globalmente Armonizado parte 2 Etiquetado Productos Químicos.	X
40.	Tinacos y Cisternas Prefabricadas - Especificaciones y Método de ensayo.	X



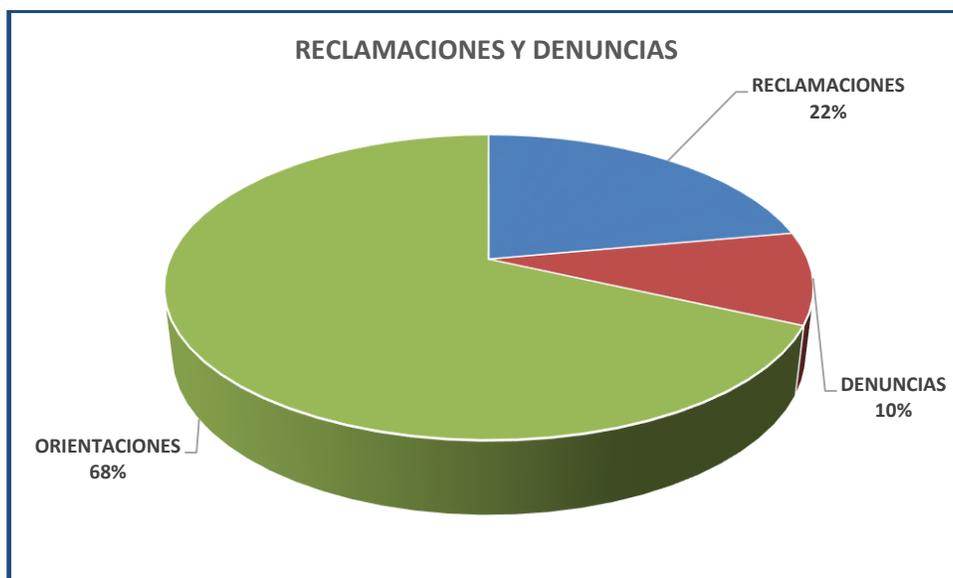
## 2.4. Reclamaciones y Denuncias

Pro Consumidor es la entidad competente para conocer las reclamaciones y denuncias por infracción a la Ley 358-05. En este sentido durante el periodo comprendido a este informe, se han realizado 7,737 operaciones correspondientes a reclamaciones, denuncias, quejas y orientaciones al consumidor, en comparación con el año 2017, donde solo se registraron 4,795 operaciones de las mismas, representando un incremento de +61.36% en el Departamento de Servicio al Usuario. Las mismas están distribuidas en forma siguiente:

RECLAMACIONES Y DENUNCIAS		
	ENERO - MARZO 2017	ENERO - MARZO 2018
RECLAMACIONES	823	1,707
DENUNCIAS	929	753
QUEJAS	4	9
ORIENTACIONES	3,039	5,268
<b>TOTALES</b>	<b>4,795</b>	<b>7,737</b>

Fuente: Departamento de Reclamaciones y Coordinación Territorial

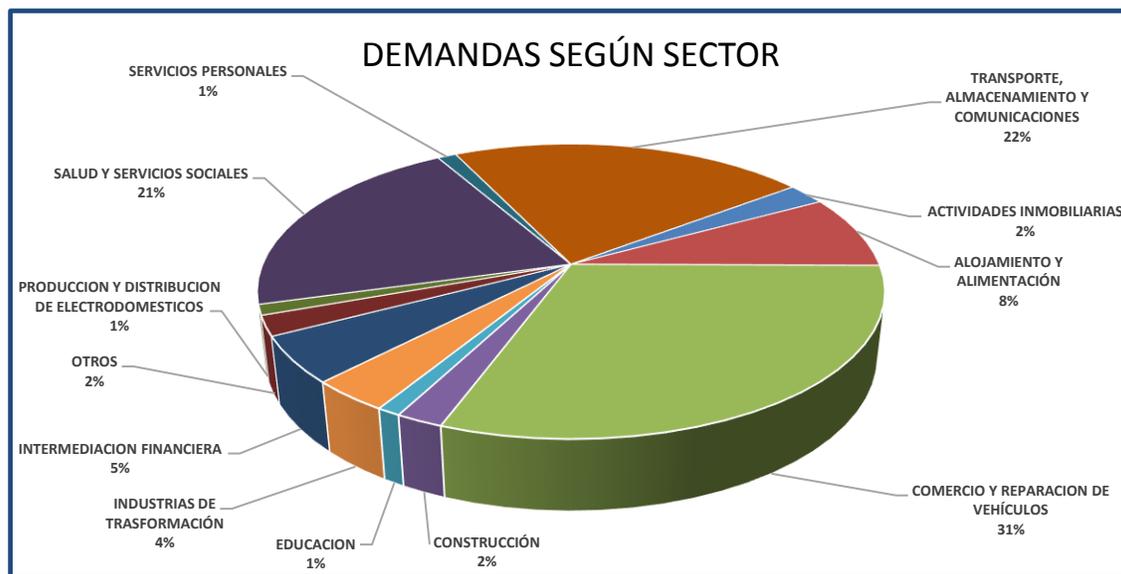
Porcentualmente, estos datos se comportan de la siguiente manera:



Fuente: Departamento de Reclamaciones y Coordinación Territorial



Las demandas recibidas durante este período, según el sector al que han sido dirigidas, están distribuidas de la siguiente manera:



Fuente: Sistema de Gestión Tecnológica de Pro Consumidor (SGTP)

En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje de los motivos principales que han generado la interposición de demandas por parte de los consumidores:



Fuente: Departamento de Reclamaciones y Sistema de Gestión Tecnológica de Pro Consumidor (SGTP)



## 2.5. Conciliación

Mediante la conciliación los consumidores, usuarios y proveedores cuentan con un procedimiento para la solución extrajudicial de sus controversias, antes de agotar el procedimiento administrativo, que pueda iniciar Pro Consumidor en caso de evidenciarse el incumplimiento de las disposiciones de la ley de protección al consumidor, y antes de que el caso pase a los tribunales ordinarios.

En el cumplimiento de este mandato se procura la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. En ese sentido, en el primer trimestre del año 2018, se conocieron 1,284 casos, de los cuales 1,193 pertenecen a reclamaciones de los consumidores y 91 corresponden a solicitudes de mediación, logrando acuerdos satisfactorios en 826 de ellos. En comparación con el primer trimestre del año 2017, donde se conocieron 765 casos, logrando acuerdos satisfactorios en 528 de ellos, presentando un aumento en la cantidad de acuerdos satisfactorios de un +56.44%.

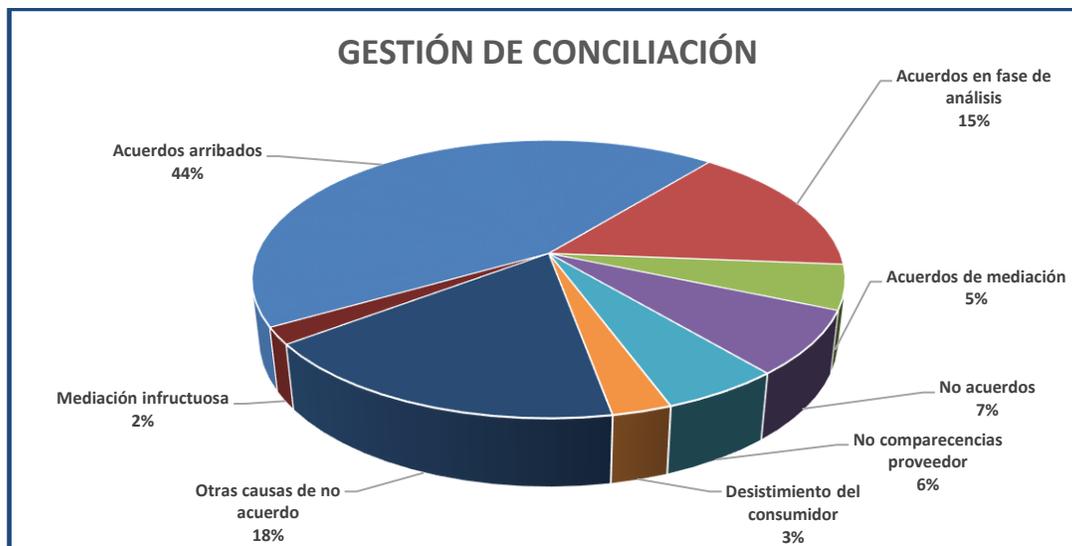
En la siguiente tabla se muestra con más detalle el resultado de la gestión de conciliación.

<b>GESTIÓN DE CONCILIACIÓN</b>		
	<b>ENERO - MARZO 2017</b>	<b>ENERO - MARZO 2018</b>
Acuerdos arribados	365	<b>563</b>
Acuerdos en fase de análisis	119	<b>197</b>
Acuerdos de mediación	44	<b>66</b>
No acuerdos	37	<b>95</b>
No comparecencias proveedor	98	<b>70</b>
Desistimiento del consumidor	44	<b>35</b>
Desinterés del consumidor	5	<b>9</b>
Otras causas (no localización del proveedor, entre otros)	39	<b>224</b>
Mediación infructuosa	14	<b>25</b>
<b>Total casos procesados</b>	<b>765</b>	<b>1,284</b>

Fuente: Departamento de Conciliación y Coordinación Territorial

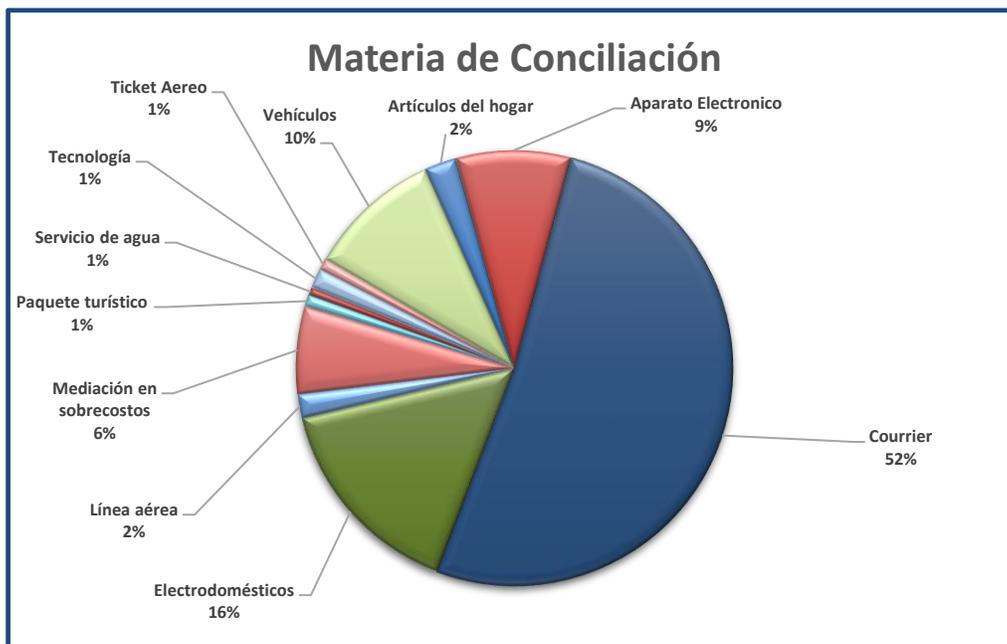


Estos mismos resultados a nivel porcentual se presentan de la siguiente manera:



Fuente: Departamento de Conciliación y Coordinación Territorial

En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje de las conciliaciones según la materia trabajada, resaltando que los Courriers llevan el mayor porcentaje de casos con un 52%.



Fuente: Departamento de Conciliación



## 2.6. Retorno Económico

Se considera retorno económico a todo valor que al momento de arribar un acuerdo sea regresado en efectivo, por nota de crédito, cambio, reparación o devolución del bien o servicio. Se muestra a continuación el comportamiento del retorno en enero, febrero y marzo, comparado con el año anterior.

<b>RETORNO ECONÓMICO AL CONSUMIDOR 2018</b>	
<b>ENERO - MARZO 2017</b>	<b>ENERO - MARZO 2018</b>
RD\$52,564,029.94	<b>RD\$59,784,474.65</b>

Fuente: Departamento de Conciliación y Coordinación Territorial

## 2.7. Monitoreo de Precios

Pro Consumidor tiene bajo su responsabilidad la tarea de organizar un sistema de información y orientación de los consumidores y usuarios relativo al comportamiento de los precios de los productos prioritarios en los mercados, alternativas de consumo de bienes y servicios y responsabilidad en el consumo.

Diariamente se realiza monitoreo de precio de productos en diferentes establecimientos comerciales. Durante el periodo correspondido a este informe, se han realizado veintiún (59) monitoreos de precios a cada una de las cadenas de supermercados grandes de Santo Domingo. La frecuencia de visitas actual es diaria a un supermercado de cada cadena, obteniendo como resultado un informe de precios de ciento noventa y ocho (198) productos de diferentes marcas y presentaciones, clasificados de acuerdo a sus tipos, de los cuales 64 corresponden a diferentes marcas de leches y 134 productos que componen la canasta básica familiar.



Durante el periodo correspondiente a este informe, los supermercados que han sido objeto del monitoreo son: El Nacional, Super Pola, Jumbo, La Sirena, La Cadena, Bravo, Plaza Lama, Olé, Almacenes Unidos y Carrefour.

De igual forma, en el periodo correspondiente a este informe, se llevaron a cabo dos monitoreos de precios de artículos ferreteros en las siguientes ferreterías: Americana, Haché, Innova Centro, Manuel Corripio, Unidos, Nuestra Parada, Casa Chepe, Sonia, Cairo, Tabar y Cima.

Como siguiente tarea, en el periodo correspondiente a este informe, se efectuaron dos monitoreos de precios de los medicamentos genéricos y de marca, los cuales se venden en las siguientes farmacias: Los Hidalgos, Farmax, Farma Extra, Farma xtra Mirelys 11, Carol, Telefarma, CVS, Yamila, GBC, José Nepo, y Jerding.

## **2.8. Análisis y Verificación de Publicidad**

Pro Consumidor tiene la tarea de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en lo referente a publicidad. En tal sentido, durante el primer trimestre del año 2018, se han realizado acciones de verificación de publicidad, ya sea por denuncias o de forma oficiosa. Siguiendo el mandato de la Ley 358-05 dentro de su artículo 88 sobre publicidad y promoción de ventas, el cual establece que la publicidad y las actividades promocionales deberán ser veraces, Pro Consumidor cumple con la tarea de verificación y análisis de las mismas.



En ese sentido, en el primer trimestre del año, se verificaron treinta y tres (33) anuncios publicitarios correspondientes a **Promociones, Sorteos, Rifas y/o Concursos**, en los cuales se encontraron las siguientes no conformidades:

<b>Hallazgos a Promociones, Sorteos, Rifas y/o Concursos</b>		<b>Porcentaje de No Cumplimiento</b>
Contiene Frases Restrictivas	10 de 33	30.30%
No explica la mecánica del concurso	6 de 33	18.19%
No indica la fecha de inicio y finalización	9 de 33	27.27%
No está registrado en Pro Consumidor	10 de 33	30.30%
No indica el No. de registro	11 de 33	33.33%

Fuente: Departamento de Publicidad y Estadística

Así mismo, en el primer trimestre del año, se verificaron mil ochenta y siete (1,087) anuncios publicitarios correspondientes a **Ofertas Especiales**, en los cuales se encontraron las siguientes No Conformidades:

<b>Hallazgos a Ofertas Especiales</b>		<b>Porcentaje de No Cumplimiento</b>
Contiene frases absolutas	22 de 1,087	2.02%
Contiene frases restrictivas	305 de 1,087	28.06%
No indican plazo de inicio y fin	150 de 1,087	13.80%
No indican precios en moneda local	165 de 1,087	15.18%
No indican condiciones, precio y ventajas	565 de 1,087	51.98%
No indican volumen ofertado	812 de 1,087	74.70%

Fuente: Departamento de Publicidad y Estadística

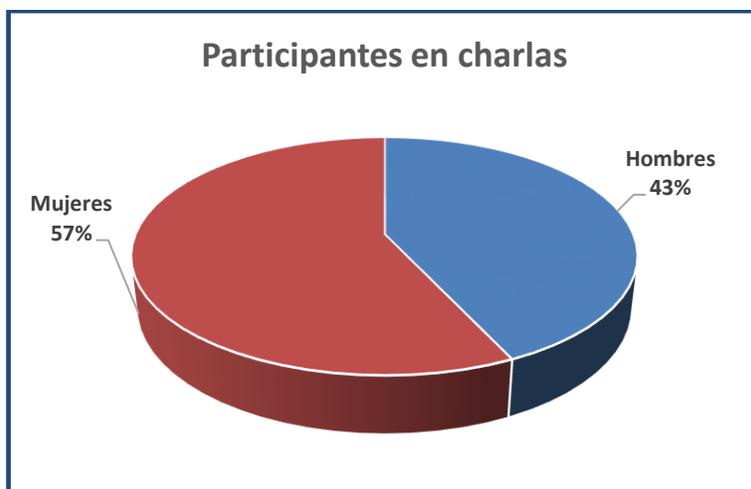
### 3. INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR

#### 3.1. Educación y Orientación al consumidor

Dando cumplimiento al mandato de la Ley 358-05, que asigna a Pro Consumidor la tarea de desarrollar actividades, proyectos y programas dirigidos a la educación y orientación de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, se ha desarrollado un programa de orientación a través de charlas educativas impartidas en diversos sectores.

		Participantes Hombres	Participantes Mujeres
<b>Charlas impartidas 2017</b>	190	3,363	4,234
<b>Charlas impartidas 2018</b>	250	3,133	4,826
<b>Porcentaje de incremento</b>	+31.50%	-6.84%	+13.98%

Además de las charlas se ha realizado volanteo informativo y se han distribuido, durante el primer trimestre del año 2018, se ha distribuido un total de 168,767 unidades de material educativo.



Fuente: Departamento de Educación al Consumidor y Coordinación Territorial



### 3.2. Materiales educativos

Con el objetivo de ofrecer un soporte a la labor de orientación y difusión de los derechos de los consumidores se elaboran materiales educativos y para promoción. Durante el periodo comprendido en este informe se han elaborado cuatro (4) materiales educativos, uno con motivo del día de reyes para la compra de juguetes, otro relacionado al día de la Virgen de Altagracia, otro por motivo del día de San Valentín, y otro con motivo de Semana Santa.

- ✓ No juegues con la seguridad de tus hijos
- ✓ Celebración de la Virgen de la Altagracia
- ✓ Déjate flechar por tus derechos
- ✓ De viaje con tus derechos

### 3.3. Campañas Informativas

Durante el periodo comprendido a este informe, se han realizado tres campañas informativas para orientar sobre la importancia de exigir sus derechos. Estas campañas han sido las siguientes:

- **“Campaña No juegues con la Seguridad de tus Hijos”** inicio el 22 de diciembre del año 2017 y en el Distrito Nacional y resto del país el 05 de enero 2018, visitando los establecimientos comerciales de venta de juguetes. Se alertó a los padres a elegir juguetes adecuados para la edad de sus niños, tener cuidado con piezas pequeñas que puedan ser ingeridas o inhaladas y a denunciar cualquier irregularidad ante nuestra institución, se instruyó a los consumidores por medio de volantes, videos, orientaciones y consejos de compra Logramos impactar más de 30,000 consumidores.
- **“Campaña de Educación Celebración Virgen de la Altagracia”** inicio el 11 de enero del año en curso con la visita a la provincia de Higüey, finalizando el Lunes 15 de enero 2018, donde se promovió, los beneficios de la planificación en las compras, se alertó a los consumidores a elegir comercios formales, tener cuidado con los alimentos y bebidas a ser ingeridos y a denunciar cualquier irregularidad ante nuestra



institución, se instruyó a los consumidores por medio de volantes, videos, orientaciones y consejos de compra. Logramos impactar más de 40,000 consumidores.

- **“Campaña Déjate Flechar por tus Derechos”** del 1 al 09 de febrero con motivo a la celebración de San Valentín en la Plaza Comercial Galería 360, donde nuestra Directora Ejecutiva presento el plan de acción de la campaña compuesto por inspecciones en comercios, verificación de publicidad y de Buenas Prácticas, además de acompañamiento a los consumidores y otras operaciones tendentes a reforzar la protección de los consumidores de bienes y servicios. Logramos impactar más de 30,000 consumidores a nivel nacional, lo que nos permitió informar y orientar a los consumidores de tal manera que puedan ejercer sus derechos cuando sean vulnerados.
- **“Campaña De Viaje con tus Derechos”** Se dio inicio el 23 de marzo nuestra campaña de Semana Santa 2018 “De Viaje con tus Derechos”, llevando orientaciones en el Distrito Nacional y resto del país, visitando las siguientes paradas de autobuses del Distrito Nacional tales como (Expreso Romana paradas Ave. Duarte y KM9, Transporte Espinal, Autobuses Metro, Autobuses APTRA, Expreso Bávaro, SICHOEM, Caribe Tour, parada Metro SD La Feria) de igual forma disfrutamos de presencia en todas las paradas de autobuses de nuestras oficinas regionales. Logramos impactar más de 50,000 consumidores, lo que nos permitió informar y orientar a los consumidores de tal manera que puedan ejercer sus derechos cuando sean vulnerados.



### 3.4. Presencia en Redes Sociales.

Actualmente, las redes sociales se han convertido en un aliado de la comunicación facilitando la cercanía de las instituciones con la población, sobre todo para aquellas que ofrecen servicios. Para Pro Consumidor, la presencia en redes sociales brinda una oportunidad adicional a los ciudadanos consumidores, de recibir información oportuna sobre sus derechos y se han convertido en un canal para la interposición de denuncias y reclamos.

En la siguiente tabla, se podrá apreciar la cantidad de **seguidores** actuales en comparación con el año pasado, y su porcentaje de incremento por red social:

						
	Twitter	Facebook	Google +	Instagram	Linkedin	Youtube
Seguidores Marzo 2017	172,054	10,205	865	6,761	377	102
Seguidores Marzo 2018	186,293	21,331	1,052	16,300	445	153
Porcentaje de incremento	+8.28%	+109.02%	+21.62%	+141.09%	+18.04%	+50%

En la siguiente tabla, se muestra la cantidad de **reproducciones** en Facebook, Instagram y Youtube, en comparación con las del año pasado, y su porcentaje de incremento:

			
	Facebook	Instagram	Youtube
Visualizaciones Marzo 2017	2,377	1,306	9,671
Visualizaciones Mazo 2018	4,800	5,176	13,820
Porcentaje de incremento	+101.94%	+296.32%	+42.9%



### 3.5. Alertas.

Pro Consumidor, cumpliendo su rol de Autoridad Nacional de Vigilancia del Mercado, según lo establece la Ley No. 166-12, pone a disposición de los consumidores y usuarios información relevante, con el propósito de advertir a la población sobre las irregularidades que presentan los productos comercializados a nivel nacional e internacional que pueda generar un riesgo grave para la salud y seguridad de los consumidores o usuarios.

Durante el periodo comprendido en este informe, se han emitido las siguientes alertas:

PRODUCTO	MOTIVO DE RIESGO
Tocinetas Gwaltney	Posible riesgo de enfermedad para el consumidor a causa de bacteria mortal.
Neumáticos Cooper	Riesgo comprometido para el consumidor por defecto en caucho del neumático.
Harley Davidson	Riesgo de accidente por desperfecto en sistema de frenado.
Cafetera KitchenAid	Riesgo de quemadura por desperfecto de fijación del mango de la cafetera.
Platos Playtex	Posible riesgo de asfixia por desperfecto en gráficos impresos en el plástico de empaque.
Parrillas Saber	Riesgo de quemadura para el usuario por regulador de gas mal funcionando.

Fuente: Departamento de Estudios e Inteligencia de Mercado

## 4. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

### 4.1. Implementación de mejoras tecnológicas

Como resultado de las acciones a raíz del convenio firmado con CONADIS, el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, Pro Consumidor, con mira a la inclusividad en el ámbito digital, agregó un **adaptador de características** en su portal web, con el objetivo de permitirle a los consumidores anteriormente excluidos o personas con discapacidad, personalizar su experiencia en el proceso de navegación de nuestra página. Dicho adaptador se encuentra ubicado en la parte central izquierda del portal y fue configurado de modo que siempre se encuentre centralizado sin importar en qué posición de



la página te encuentres. El adaptador posee un símbolo de persona discapacitada para la identificación de los usuarios y permite alterar características de la página tales como:

- Aumentar y reducir tamaño de letra
- Generar una versión a blanco y negro del portal
- Tener un contraste blanco en los clicks que se realicen
- Detención de movimientos y transiciones
- Subrayado de enlaces

## **5. ACTUACIONES JURÍDICAS**

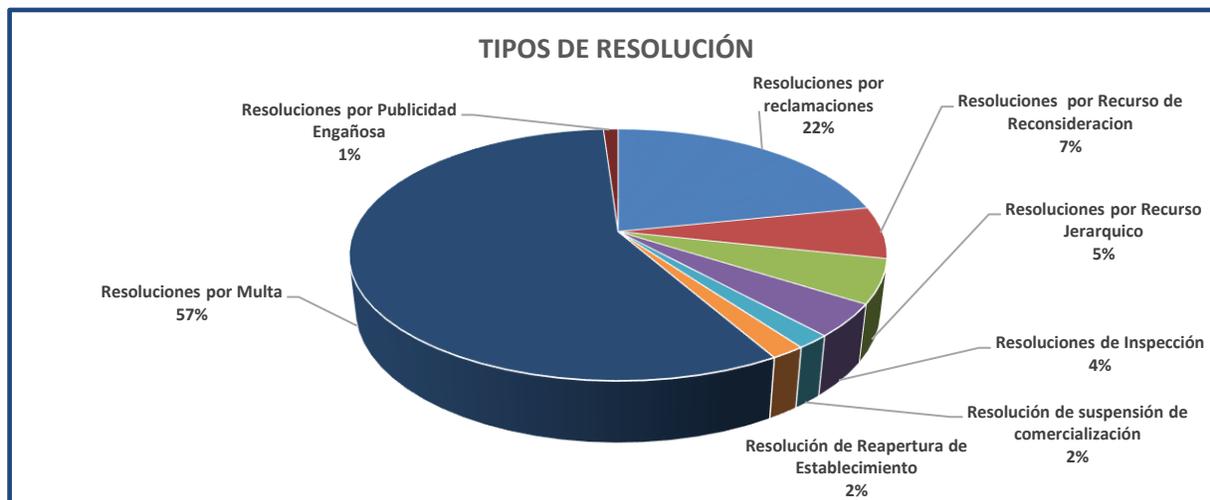
### **5.1. Resoluciones administrativas.**

Las decisiones de Pro Consumidor, ya sea para exponer su criterio sobre un conflicto, para culminar un proceso, para autorizar una acción, o para poner fin a un conflicto, se toman a través de resoluciones. En tal sentido, en el año 2018, se han elaborado las siguientes resoluciones: 62 por reclamaciones, 19 por recurso de reconsideración, 16 por recurso jerárquico, 12 por inspección, 5 por suspensión de comercialización y 163 por multa. En comparación con enero del año 2017, donde fueron elaboradas las siguientes resoluciones: 77 por reclamaciones 35 por recurso de reconsideración, 22 por inspección, 8 por suspensión de comercialización y 65 por multa. Dicho esto, se destaca un incremento de +43.94% en las resoluciones emitidas.

<b>TIPOS DE RESOLUCIÓN</b>	<b>ENERO – MARZO 2017</b>	<b>ENERO – MARZO 2018</b>
Resoluciones Administrativas de orden Interno.	1	<b>1</b>
Resoluciones por reclamaciones.	77	<b>62</b>
Resoluciones por Recurso de Reconsideración.	35	<b>19</b>
Resoluciones por Recurso Jerárquico.	0	<b>16</b>
Resoluciones de Inspección.	22	<b>12</b>
Resolución de suspensión de comercialización.	8	<b>5</b>
Resoluciones por Multa.	65	<b>163</b>



El siguiente gráfico, muestra el porcentaje de las resoluciones emitidas, según su materia:



Fuente: Departamento Jurídico

## 5.2. Acciones de Registro.

Para asegurar la protección de los derechos de los consumidores se han establecido diversos mecanismos, entre ellos, el registro de los contratos de adhesión, siguiendo el mandato de la Ley No. 358-05 y lo contemplado en la Resolución No. 01-2009 del Consejo Directivo de Pro Consumidor, que dispone el inicio del proceso de registro de los contratos de adhesión. En tal sentido durante el periodo correspondiente a este informe, se han recibido 91 contratos para iniciar el proceso de revisión y su posterior registro.

Contratos recibidos			
Enero	Febrero	Marzo	Total
17	39	35	<b>91</b>



Otro mecanismo de registro es el correspondiente a las rifas y concursos, que según la Resolución 09-2011 se ordena el registro de las prácticas comerciales denominadas concursos, rifas y sorteos de bienes y servicios realizados en el territorio nacional. Durante el periodo referido, se han recibido 116 bases de rifas y concursos para ser registrados.

<b>Rifas y Concursos recibidos</b>			
<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Total</b>
37	46	47	<b>116</b>

### **5.3. Sanciones.**

La Ley No. 358-05 establece que las infracciones en materia de consumo serán objeto de las sanciones correspondientes, previa instrucción del expediente sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que puedan concurrir (Art. 104). La Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor tendrá dentro de sus funciones velar por el cumplimiento de estas disposiciones y tomará las medidas de lugar para sancionar las violaciones. En el periodo correspondiente a este informe, se ha sancionado por un monto de 2,270 salarios mínimos.

### **5.4. Convenios**

**PROCONSUMIDOR – CONADIS:** El 15 de enero del 2018, el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor) y el Consejo Nacional de Discapacidad (CONADIS) firmaron un acuerdo interinstitucional, a través del cual se comprometen a impulsar en conjunto la inclusión, accesibilidad y una cultura de protección de seguridad de consumo de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con el resto de la población en República Dominicana.