



# Informe de Gestión

**ENERO-MARZO**

**2019**



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

# Índice

<b>1. ACTUACIONES INSTITUCIONALES MARZO 2019.....</b>	<b>2</b>
1.2. Inspección .....	<b>¡Error! Marcador no definido.3-5</b>
1.4. Verificación de pesos y medidas.....	6
1.5. Buenas Prácticas Comerciales.....	6
1.6. Participación en comités técnicos .....	7-8
1.7. Servicio al Usuario.....	<b>¡Error! Marcador no definido.8-10</b>
1.8. Conciliación .....	10-11
1.9. Monitoreo de Precios .....	14-15
<b>2. INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR .....</b>	<b>15</b>
2.1. Educación y Orientación al consumidor .....	17
2.2. Materiales educativos.....	18
2.3. Campañas Informativas.....	18-17
2.4. Presencia en Redes Sociales. ....	19-18
<b>3. ACTUACIONES JURÍDICAS .....</b>	<b>19</b>
3.1. Resoluciones administrativas.....	19
3.2. Acciones de Registro. ....	19
3.3. Planificación y Desarrollo.....	20-21
<b>4. DEPARTAMENTOS INSTITUCIONALES</b>	
4.1 Administrativo.....	21
4.2 Cooperación Internacional.....	22-24
4.3 Recursos Humanos.....	24-25
4.4 Inteligencia de mercado.....	25-26



### **1.1.**

Santo Domingo. Como parte de su continuo compromiso de mantener informados a los consumidores, clientes y relacionados sobre su evolución y desempeño, el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, Pro Consumidor reporta sus indicadores de servicios y resultados correspondientes al trimestre de Enero-Marzo del 2019.

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.

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 y el impacto logrado en beneficio de los ciudadanos.



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

## 1.2. Inspección

El objetivo central de estas inspecciones responde a la necesidad de salvaguardar la vida, la salud y los intereses económicos de los consumidores.





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

Las inspecciones realizadas en el trimestre de Enero-Marzo 2019 se distribuyen de la manera siguiente:

<b>Tipos de Inspecciones</b>	<b>Cantidad</b>
Oficiosas	988
Denuncias	58
Reclamaciones	65
<b>Total</b>	<b>1,111</b>

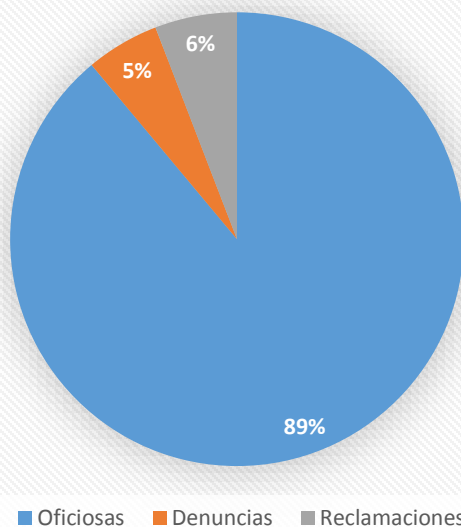
<b>Reclamaciones</b>	<b>Cant.</b>
Aires Acondicionados	5
Neveras	9
Estufas	3
Juego de muebles	6
Planta Eléctrica	1
Batería	2
Celular	4
Televisor	1
Inmuebles	17
Vehículo	6
Lavadora	14
<b>Total</b>	<b>34</b>

<b>Por Oficio</b>	<b>Cant.</b>
Alimentos y Bebidas	450
Libro de Reclamaciones y verificación de precios	361
Combustibles	58
Suspensiones de operaciones	34
Juguetes, productos de Belleza, Higiene Personal y Limpieza	26
Servicios Turísticos	18
Verificación de publicidad	41
<b>Subtotal</b>	<b>988</b>
<b>Por Denuncias</b>	
Alimentos y Bebidas	20
Libro de Reclamaciones y verificación de precios	7
Cobros Indevidos	17
Combustible	6
Servicios Turísticos	1
Verificación de publicidad	7
<b>Subtotal</b>	<b>58</b>
<b>Por Reclamaciones</b>	<b>Cant.</b>
Electrodomésticos	42
Inmobiliaria	17
Vehículo	6
<b>Subtotal</b>	<b>65</b>



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

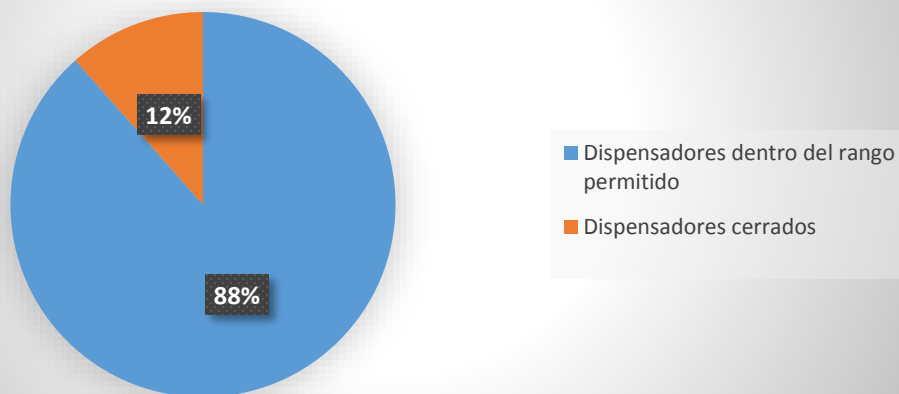
## Tipos de Inspecciones



### 1.4. Verificación de pesos y medidas

Las estaciones de expendio de combustibles para automóviles y GLP ha sido también objeto de inspección. Durante el comprendido en este informe, se inspeccionaron 64 estaciones de venta de gasolina y/o GLP, tanto en la capital como en el interior, verificándose un total de 399 dispensadores o mangueras dispensadoras, produciéndose el cierre de 52 dispensadores.

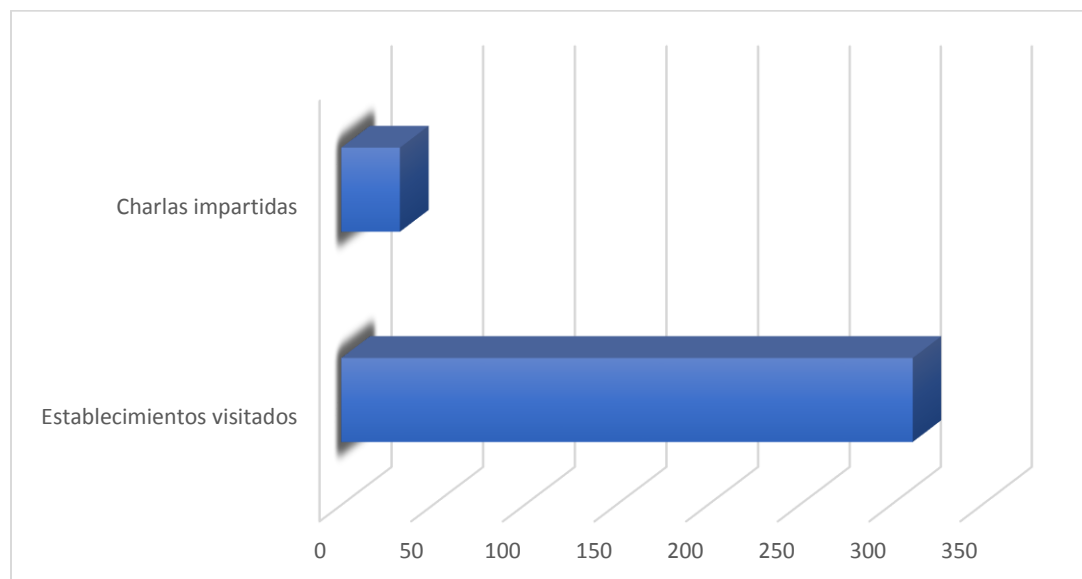
## Verificación dispensadores de combustible



## 1.5. Buenas Prácticas Comerciales

El Departamento de Buenas Prácticas Comerciales, durante el mes de Enero-Marzo, 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 el periodo del trimestre se han visitado 312 establecimientos y se han impartido 32 charlas, impactando un total de 1,230 participantes.





## 1.6. 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 trimestre de Enero-Marzo, se participó en estos Comités según la siguiente relación:

No.	COMITÉ TÉCNICO
1.	Buenas Prácticas de Manufactura en Productos Lácteos
2.	Papel Toalla. Especificaciones
3.	(Aditivos Alimentarios y Contaminantes en los Alimentos)
4.	Muestreo. Especificaciones
5.	Cervezas-Especificaciones
6.	Papel Higiénico
7.	Principios generales de higiene de los alimentos
8.	Sistema Globalmente Armonizado Parte 3 Fichas de datos de Seguridad
9.	Alimentos para animales. Determinación Fibra Cruda
10.	Especificaciones General de calidad. Código de prácticas para el envasado y transporte de frutas y hortalizas frescas
11.	Licor de Cacao y Torta de cacao. Especificaciones
12.	Reglamento Técnico Metrológico, control metrológico de los equipos que se utilizan en la comercialización del Gas Licuado de Petróleo GLP de la Resolución No. 003/2012





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

<b>13.</b>	Directrices sobre etiquetado Nutricional
<b>14.</b>	Buenas Prácticas apícolas para la producción de miel
<b>15.</b>	Filetes de pescado congelado rápidamente (1ra Rev.)
<b>16.</b>	Principios y directrices para los sistemas nacionales de control de los alimentos
<b>17.</b>	Fosa Séptica prefabricadas - Especificaciones métodos de prueba
<b>18.</b>	Propuesta de RTM de Termómetro Eléctrico
<b>19.</b>	Cemento Hidráulico. Cementos Portland. Especificaciones y Clasificaciones
<b>20.</b>	452 Papel Higiénico
<b>21.</b>	Recipientes de acero para GLP vehicular. Especificaciones.
<b>22.</b>	Gasolina sin plomo. Especificaciones
<b>23.</b>	Lámparas LED-Especificaciones y etiquetado.



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

<b>24.</b>	Muestreo. Especificaciones
<b>25.</b>	Producción de Hormigón
<b>26.</b>	Higiene de las Carnes. Código de práctica de higiene de las carnes.
<b>27.</b>	Principios generales de higiene de los alimentos.
<b>28.</b>	Alimentos para animales. Determinación Fibra Cruda.
<b>29.</b>	Comité del codez sobre contaminantes de los alimentos del programa conjunto FAO/OMS sobre normas alimentarias
<b>30.</b>	Sistema globalmente armonizado parte 3 fichas de datos de seguridad
<b>31.</b>	Comité Nacional para la aplicación de las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (CNMSF).
<b>32.</b>	RTM de termómetro Eléctrico Clínico Compacto de Máxima Temperatura.
<b>33.</b>	Directrices sobre etiquetado nutricional
<b>34.</b>	Papel Higiénico



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

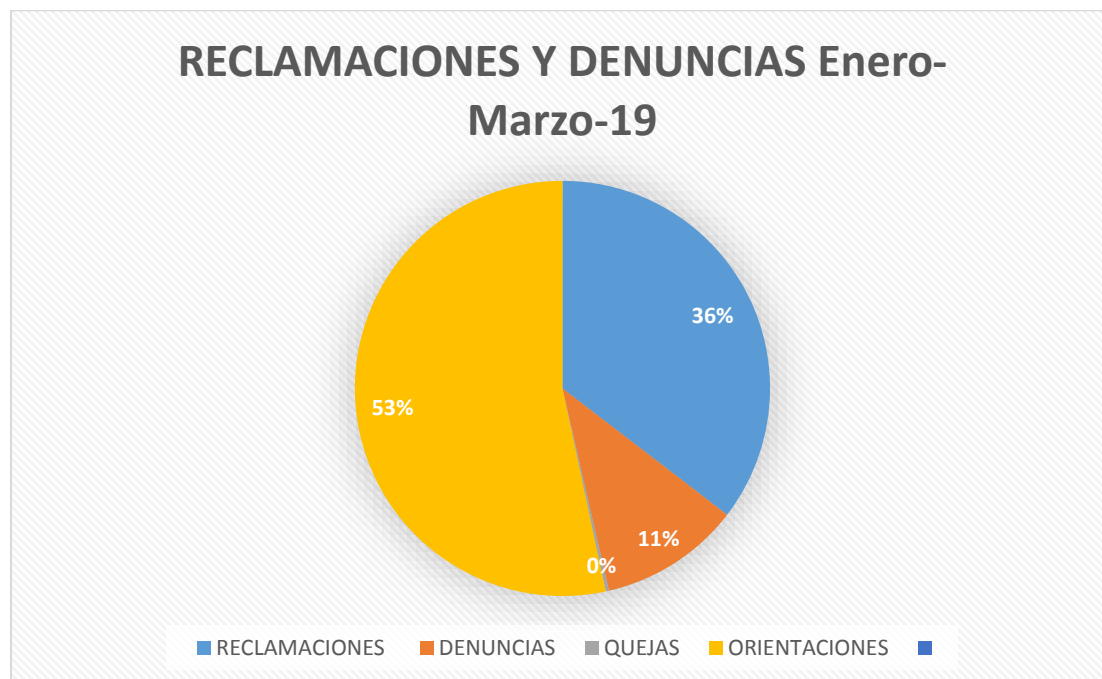
<b>35.</b>	Productos elaborados a partir de frutas y vegetales derivados del tomate cáctchup o Kétchup
<b>36.</b>	Alimentos para animales. Determinación Fibra Cruda
<b>37.</b>	Cemento Hidráulico. Cemento Portland. Especificaciones y Clasificaciones.
<b>38.</b>	Aditivos y Contaminantes
<b>39.</b>	Cemento Hidráulico. Cementos Portland. Especificaciones y Clasificaciones
<b>40.</b>	Agua para uso doméstico. Muestreo
<b>41.</b>	Prácticas de higienes para la elaboración y venta de alimentos en la calle
<b>42.</b>	Higiene de las Canes. Código de Práctica de Higiene de las Carnes
<b>43.</b>	Recipientes de acero para GLP vehicular. Especificaciones.
<b>44.</b>	Producción de Hormigón

## 1.1. Servicio al usuario

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 del trimestre Enero-Marzo se han realizado **4,815** operaciones correspondientes a reclamaciones, denuncias, quejas y orientaciones al consumidor. Las mismas están distribuidas en forma siguiente, por la Sede Central, Megacentro, Sambil y la Zona Colonial:

RECLAMACIONES Y DENUNCIAS	
ESTADISTICAS	Enero-Marzo-19
RECLAMACIONES	<b>1245</b>
DENUNCIAS	<b>386</b>
QUEJAS	<b>9</b>
ORIENTACIONES	<b>1875</b>

Fuente: Departamento de Servicio al Usuario



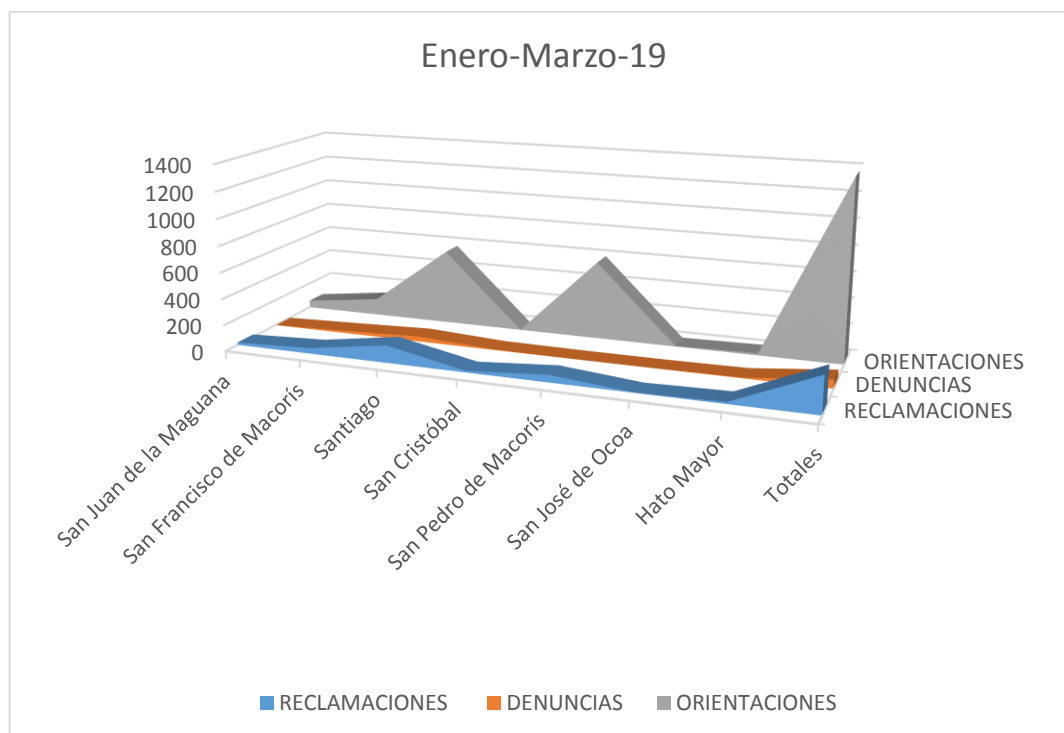


**PRO CONSUMIDOR**  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCION  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Y en las demás provincias del país:

OFICINA	RECLAMACIONES	DENUNCIAS	ORIENTACIONES
San Juan de la Maguana	18	0	55
San Francisco de Macorís	43	18	128
Santiago	132	38	575
San Cristóbal	12	5	0
San Pedro de Macorís	56	0	595
San José de Ocoa	2	0	5
Hato Mayor	15	6	16
<b>Totales</b>	<b>278</b>	<b>67</b>	<b>1374</b>

Fuente: Departamento de Coordinación Territorial



## 1.8. Conciliación

Mediante la conciliación los consumidores, usuarios y proveedores cuentan con un procedimiento sin costo para la solución 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, durante el periodo de tiempo indicado, se conocieron **713** casos, logrando acuerdos satisfactorios en **386** de ellos, para un 54%, logrando un retorno económico de **RD\$14, 764,852.17**

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

<b>INFORME MENSUAL DPTO. CONCILIACIÓN</b>	
<b>Indicador estadístico</b>	<b>ENERO-MARZO 2019</b>
Reclamaciones entrantes	601
Solicitudes de mediación	112
<b>Total de casos recibidos en el mes</b>	<b>713</b>
<b>Reclamaciones</b>	
Acuerdos arribados	355
No Acuerdos	<b>38</b>
No Comparencias proveedor	15
Desistimiento del consumidor	42
Desinterés del consumidor	13
Otras causas (no localización del proveedor, entre otras)	26
Improcedencia	30
<b>Total de casos conciliados</b>	<b>412</b>
<b>Total reclamaciones concluidas</b>	<b>461</b>
<b>Solicitudes de mediación</b>	
Acuerdos de Mediación	57
Mediación infructuosa	42
<b>Total mediaciones procesadas</b>	<b>99</b>

## **1.9. Monitoreo de Precios**

Pro Consumidor tiene bajo su responsabilidad la tarea de organizar un sistema de información y orientación de los consumidores y usuarios relativos 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 trimestre de Enero- Marzo, se han realizado 57 monitoreos de precios a cada una de las cadenas de supermercados grandes de Santo Domingo, con un total de 570 visitas en el Distrito Nacional y Santo Domingo.

La frecuencia de visitas actual es diaria a un supermercado de cada cadena, obteniendo como resultado un informe de precios de doscientos cincuenta y cinco (255) productos de diferentes marcas y presentaciones, clasificados de acuerdo a sus tipos, de los cuales 71 corresponden a diferentes marcas de leches y 184 productos que componen la canasta básica familiar.





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

Entre los establecimientos visitados tenemos los siguientes renglones:



### **Monitoreo: en Ferreterías**

En el periodo Enero-Marzo se realizó monitoreo de precios a diez (10) Ferreterías mensualmente de las que componen al sector Ferretero de Santo Domingo, un total de **40** productos ferreteros. Los productos seleccionados son aquellos que presentan una alta demanda en la Sociedad Dominicana. Utilizando la metodología de una visita a cada una de estas en total 10 visitas, obteniendo como resultado la publicación en la página web y un informe mensual.

### **Las Ferreterías Visitadas fueron las siguientes:**

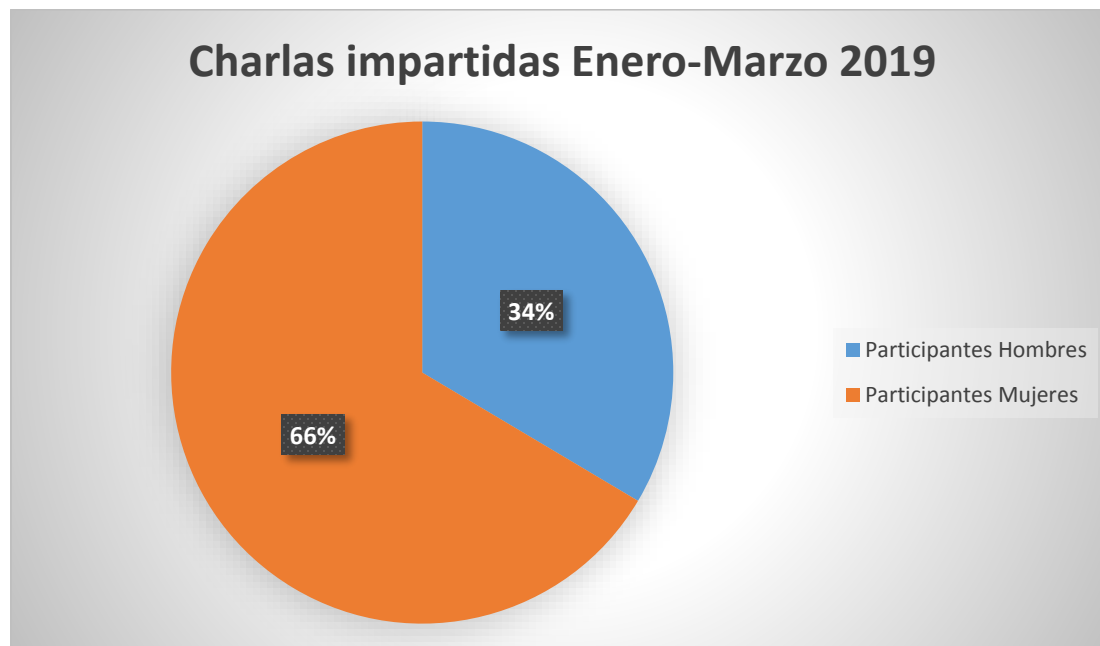
<b>1</b>	Americana
<b>2</b>	Innova centro
<b>3</b>	Unidos
<b>4</b>	Haché
<b>5</b>	Címa
<b>6</b>	San Ramón
<b>7</b>	San Miguel
<b>8</b>	Nuestra Parada
<b>9</b>	Hnos. Pérez
<b>10</b>	Tabar

## 2.1. 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	TOTAL
<b>Charlas impartidas Enero-Marzo 2019</b>	132	1,640	3,250	<b>4,890</b>

Además de las charlas, se ha realizado entrega de material informativo para un total distribuido de **60,873** unidades.





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

## 2.2. 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.

## 2.3 Campañas Informativas

Durante el trimestre Enero-Marzo, se han realizado dieciséis (16) campañas informativas para orientar sobre la importancia de exigir sus derechos.




### 2.3. 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 puede apreciar la cantidad de **seguidores** actuales.



	Twitter	Facebook	Instagram	LinkedIn	YouTube
Seguidores a Marzo 2019	193,515	29,053	46,664	612	220

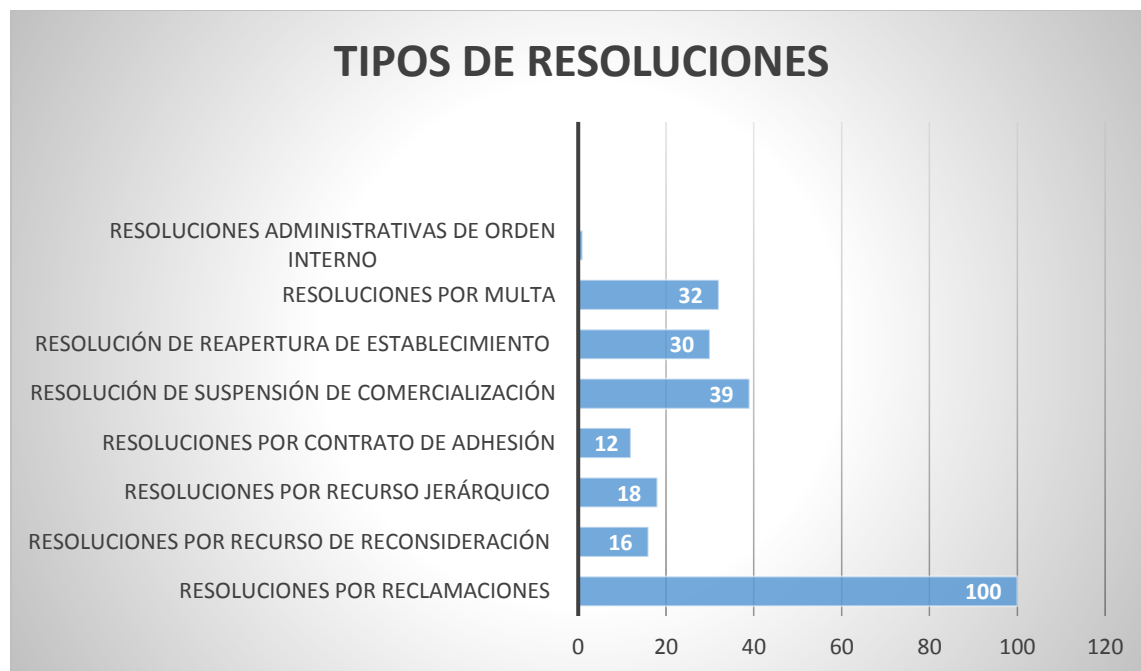
## 3. ACTUACIONES JURÍDICAS

### 3.1. 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, fueron elaboradas las siguientes resoluciones:

TIPOS DE RESOLUCIÓN	ENERO-MARZO 2019
Resoluciones por Reclamaciones	100
Resoluciones por Recurso de Reconsideración	16
Resoluciones por Recurso Jerárquico	18
Resoluciones por Contrato de Adhesión	12
Resolución de Suspensión de Comercialización	39
Resolución de Reapertura de Establecimiento	30
Resoluciones por Multa	32
Resoluciones administrativas de orden interno	1

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



**Fuente: Departamento Jurídico**

### **3.2. 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 112 contratos para iniciar el proceso de revisión y su posterior registro.

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 142 bases de rifas y concursos para ser registrados.



### **3.3. Planificación y Desarrollo**

Dentro de nuestro marco operativo podemos destacar las siguientes acciones realizadas en los meses de Enero-Marzo:

- Terminó del POA 2019, levantando 3 de los 9 procesos de planificación.
- Elaboración de los planes de acción correctivos del ODAC e iniciación e implementación de los mismos.
- Creación de informe de datos abiertos.
- Iniciamos la metodología para sistematizar el proceso de planificación.
- Inicio de las gestiones para la obtención del premio nacional de la calidad a través de la Metodología CAF en coordinación con el MAP.



- Elaboración de manuales, procedimientos e instructivos para asegurar la estandarización de los procesos.
- Actualización de la documentación de las tablets pertenecientes al departamento de inspección y vigilancia con los fines de mejorar el servicio brindado.
- Propuesta de Pro Consumidor para el rescate definitivo del Mercado Nuevo.
- Modificación y seguimiento como plan de mejora de informe de datos abiertos
- Entrada en fase de revisión de los componentes de la carta de compromiso para fines de aprobación por el MAP.
- Actualización, monitoreo y seguimiento de las normas básicas de control interno (NOBACI).
- Llenado de las fichas técnicas de perfiles de proyectos de Pro Consumidor.
- Programación tecnológica de los planes operativos anuales en el sistema PIPEFY.
- Coordinación de trabajos en conjunto con la mesa sectorial MICM-MAP
- Estructuración de programación de metas físicas del Presupuesto de Pro Consumidor en el SIGEF.

#### **4.1 Administrativo**



En cumplimiento al eje del Plan estratégico institucional se trabajó con el resultado esperado que es mejorar la gestión administrativa, para estos fines se realizaron las siguientes actividades:

- Readecuaciones de áreas de la institución como son: Salón de Conferencias (Ejecutivo), Departamento Administrativo, Educación, Coordinación Territorial y Recursos Humanos.
- Mantenimiento de infraestructura física
- Realización de órdenes de compra según requerimiento de las áreas
- Cumplimiento del 99% de la demanda de transporte de las áreas operativas y misionales
- Respuesta de un 90% de la demanda de materiales y equipos de oficina

- **Readecuaciones de áreas de la institución**

En el Plan Operativo (POA) está programada la readecuación de varias áreas de la institución, en el mes de marzo se ha efectuado la terminación de las readecuaciones y decoración de los siguientes espacios: Departamento Financiero y División de Servicios Generales; proyecto desarrollado velando de que los colaboradores cuenten con espacios confortables y prácticos (oficinas en cristal y muebles modulares).

- **Mantenimiento de flotilla vehicular**

Se efectuó el mantenimiento de los vehículos programados para este mes.

- **Mantenimiento de equipos**

Se cumplió con el plan de mantenimiento mensual de la planta eléctrica, ascensor y aires acondicionado.

- **Mantenimiento de Infraestructura física**

Se efectuaron las labores de limpieza y mantenimiento según lo establecido en los procedimientos para tales fines, también se trabajó en la corrección de filtración en el lado derecho de la pared frontal el mismo fue realizado por albañil contratado.

- Actividades realizadas en respuesta al objetivo **Fortalecida la operatividad institucional.**

- Se realizaron las órdenes de compra atendiendo los requerimientos recibidos y aprobados de las áreas.
- Se ha cumplido en un 99% con la demanda de transporte de todas las áreas operativas y misionales que requieren de este servicio.
- Se ha respondido en un 90% con la demanda de suministro de materiales y equipos de oficina de todas las áreas de la institución.

#### **Otras acciones desarrolladas por el departamento Administrativo que no están contempladas en el Plan Operativo 2019.**

- Administración de la flota de móviles, actualizaciones y compras de nuevos equipos.
- Se enviaron a mantenimiento varias flotas que habían sido reportadas con averías; de igual manera se trabajó el aumento de la capacidad de internet de varios Router's del Internet Móvil utilizado por el departamento de Inspección y Vigilancia.
- Control del cumplimiento del programa de pagos de las obligaciones contraídas por la institución.
- Seguimiento a los procesos y administración de caja chica y caja general.
- Administración de la entrega y uso de combustible operacional y gerencial.
- 

## **4.2 Cooperación Internacional**

### **1. ALERTA DE PRODUCTOS**

Su propósito es 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.

Para el trimestre comprendido en los meses de Enero-Marzo se ha actualizado el portal de la RCSS, con las siguientes alertas:

1. **Alerta Galletas Goldfish.** Por riesgo de estar contaminadas con Salmonella. **PUBLICADA**
2. **Alerta Vehículos Subaru.** Presentan un desperfecto en la bolsa de aire. **PUBLICADA.**
3. **Alerta Lámparas Calypso.** Por riesgo a que la pantalla se caiga. **PUBLICADA.**
4. **Alerta Mesa Glivarp.** Por riesgo de que se caiga la pieza extensible. **PUBLICADA.**

## 2. ACCIONES DE LA COORDINACIÓN DEL DEPARTAMENTO

La encargada coordina todas las acciones de la DCI, atiende a las solicitudes de la DE y a los requerimientos de otros departamentos y de los colaboradores internos de la DCI.

Fecha	Actividad
1 de marzo	Organización de Viaje a Portugal Consumer Internacional.
4 de marzo	Organización de los participantes del Taller de Capacitación de Acciones Colectivas, Profeco, México.
5 de marzo	Elaboración de base de datos invitados para el Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
6 de marzo	Elaboración de base de datos invitados para el Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
7 de marzo	Elaboración de base de datos invitados para el Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
8 de marzo	Gestión de cita con el Secretario Económico de la Embajada de Estados Unidos para el 21/03/2019.
11 de marzo	Elaboración de rutas para entrega de invitaciones del Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
	Elaboración Itinerario de Actividades del Sr. Antonino Serra de Consumers International.
12 de marzo	Elaboración de rutas para entrega de invitaciones del Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
13 de marzo	Elaboración de rutas para entrega de invitaciones del Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
14 de marzo	Elaboración de rutas para entrega de invitaciones del Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".
15 de marzo	Organización y participación en el Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> " en el marco de la celebración del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, en el Salón Las Américas C, Hotel Crowne Plaza.
	Gestión de cita con la Representante de la OEA en República Dominicana para el 26/03/19.
18 de marzo	Organización de los participantes del Taller de Capacitación de Acciones Colectivas, Profeco, México.
	Organización de relatoría con personal del Departamento Jurídico en base al Taller " <b>Productos Inteligentes de Confianza</b> ".



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

	Remisión del formulario RCSS sobre SIAR.
<b>19 de marzo</b>	Elaboración de Cartas de Agradecimiento a los exponentes del Día Mundial del Consumidor.
	Actualización con personal del Departamento de Comunicación de las informaciones del Twitter de CONCADECO.
<b>20 de marzo</b>	Organización evento de Concadeco. Fecha tentativa 2 y 3 de mayo- Canasta Básica de Medicamentos.
	Organización de Capacitación 21 y 22 de marzo empleados de Cestur con la Procuraduría.
<b>21 de marzo</b>	Participación en visita de cortesía a la Embajada de Estados Unidos.
	Participación en Taller de Prevención de la Criminalidad en la Zona Colonial.
<b>25 de marzo</b>	Realización de borrador en conjunto con el Depto. Jurídico sobre las conformidades de nuestra Ley con las Directrices de las Naciones Unidas.
<b>26 de marzo</b>	Participación en encuentro con la Sra. Yolanda Azuara, Representante de la OEA en República Dominicana
<b>27 de marzo</b>	
<b>28 de marzo</b>	Participación en Mesa Sectorial de Coordinación de la Cooperación del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), con el propósito de optimizar la gestión de la Cooperación, Asistencia Técnica y Financiera No Reembolsable del sector de la Industria, Comercio y Mipymes.



PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

### 4.3 Recursos Humanos

Se realizaron diversas acciones en el departamento:

DESCRIPCION	CANTIDAD DE EMPLEADOS
Personal Nuevo Ingreso	4
Personal Excluido	3
Control de Licencias	20
Control de Vacaciones	15
Permisos	83
Amonestaciones	0
Cursos Realizados	2
Personal Capacitado	94
No. De Empleados	Nomina Fija 190, Militares 23, Trámite de Pensión 4, Contratos en Servicios 86
Total General	303

En este mes con la finalidad de educar a los clientes internos de nuestra institución se impartieron los siguientes cursos:

No	Descripción	Lugar	Horas	Fecha de Inicio	Días	Horario	Institución
1	Socialización: Estructura Organizacional, Manual de Funciones, Manual de Políticas y Estandares de RRHH, Manual de Cargos y Canales de Comunicación Interna.	Pro Consumidor	2 horas	1/3/19	Viernes	9:30 a. m.	Pro Consumidor
2	Conferencia " Ahorro de Energía"	Pro Consumidor	2 horas	28/3/19	Jueves	10:30 a. m.	Ministerio de Energía y Mina

## **4.4 Inteligencia de Mercado**

### **A. De acuerdo a los objetivos del POA el Departamento Estudios e Inteligencia de Mercado desarrolló durante este periodo del informe, las siguientes acciones:**

- a) Análisis interdiario de la variación de precios en los principales mercados de Santo Domingo (Conaprope, los Mina, Villa Consuelo, Nuevo y Cristo Rey).
- b) Propuesta Estudio Comparativo de características de producto basado en la información de la etiqueta “Leche Líquida Entera”.
- c) Propuesta Estudio Comparativo de características de producto basado en la etiqueta “ SNACKCS”.
- d) Propuesta sondeo Gasto de los jóvenes entre 18 y 30 años.
- e) Participación acto lanzamiento Consejo de Miel.
- f) Acuerdo marco de colaboración entre la pontificia universidad católica madre y maestra (pucmm) – Proconsumidor.
- g) Participación Levantamiento de Marcas de Miel en gift shop y Mercados (Conaprope, Modelo, y Honduras).

### **B. Actividades Adicionales al Poa**

- a) Se participó en reunión para definir una agenda con los temas de intervención en el Mercado Nuevo desde Pro Consumidor.
- b) Participación Taller “Guía para la implementación del plan de mejora institucional”
- c) Presentación Preliminar “Estudio del Mercado Nuevo para los productos Huevos, Arroz, Carne de Cerdo y Pollo”.
- d) Levantamiento de información aplicación de encuesta en el Mercado Nuevo.
- e) Participación Reunión Calidad del Pan.
- f) Reunión sobre el Mercado Nuevo con Salud Pública.





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

- g) Participación taller “productos inteligentes de confianza” dirigido a las Asociaciones de consumidores.
- h) Presentación informe ‘Estudio del Mercado Nuevo para los productos “Huevos, Arroz, Carnes, Frutas y Vegetales”’.
- i) Colaboración levantamiento departamento de Buenas prácticas, Mercado Nuevo.
- j) Aportes Plan de Mejora institucional.