



# Informe de Gestión

**ABRIL-JUNIO**

**2019**



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

# Índice

<b>1. ACTUACIONES INSTITUCIONALES MARZO 2019- Introduccion.....</b>	<b>2</b>
1.2. Inspección .....	3-5
1.4. Verificación de pesos y medidas.....	5
1.5. Buenas Prácticas Comerciales.....	6-7
1.6. Participación en comités técnicos .....	7-10
1.7. Servicio al Usuario.....	11-12
1.8. Conciliación .....	12
1.9. Monitoreo de Precios .....	13-15
<b>2. INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR .....</b>	<b>16</b>
2.1. Educación y Orientación al consumidor .....	16
2.2. Materiales educativos.....	17
2.3. Campañas Informativas.....	17-19
2.4. Presencia en Redes Sociales. ....	19-20
<b>3. ACTUACIONES JURÍDICAS .....</b>	<b>20</b>
3.1. Resoluciones administrativas.....	20-21
3.2. Acciones de Registro de contratos de adhesión. ....	22
3.3. Planificación y Desarrollo.....	22-23
<b>4. DEPARTAMENTOS INSTITUCIONALES</b>	
4.1 Administrativo.....	24
4.2 Cooperación Internacional.....	25
4.3 Inteligencia de mercado.....	26



## INTRODUCCION

---

### 1.1.

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 Abril-Junio 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 PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Las inspecciones realizadas en el trimestre de Abril- Junio 2019 se distribuyen de la manera siguiente:

<b>Por Oficio</b>	<b>Cant.</b>
Alimentos y Bebidas	611
Libro de Reclamaciones y verificación de precios	143
Combustibles	96
Suspensiones de operaciones	9
Agua y hielo-Envasadoras-(A & B)	2
Servicios Turísticos	15
Verificación de publicidad	55
Toma de muestra	3
Higiene y belleza	29
Verificación de seguridad de productos	12
<b>Subtotal</b>	<b>975</b>
<b>Por Denuncias</b>	
Alimentos y Bebidas	30
Libro de Reclamaciones y verificación de precios	3
Cobros Indevidos	14
Combustible	5
Servicios Turísticos	1
Verificación de publicidad	6
Agua y hielo-Envasadoras-(A & B)	1
Verificación de precios	4
Verificación de seguridad de productos	1
<b>Subtotal</b>	<b>65</b>
<b>Por Reclamaciones</b>	<b>Cant.</b>
Muebles(Electrodomésticos, mobiliario y vehículo)	38
Inmobiliaria	16
<b>Subtotal</b>	<b>54</b>

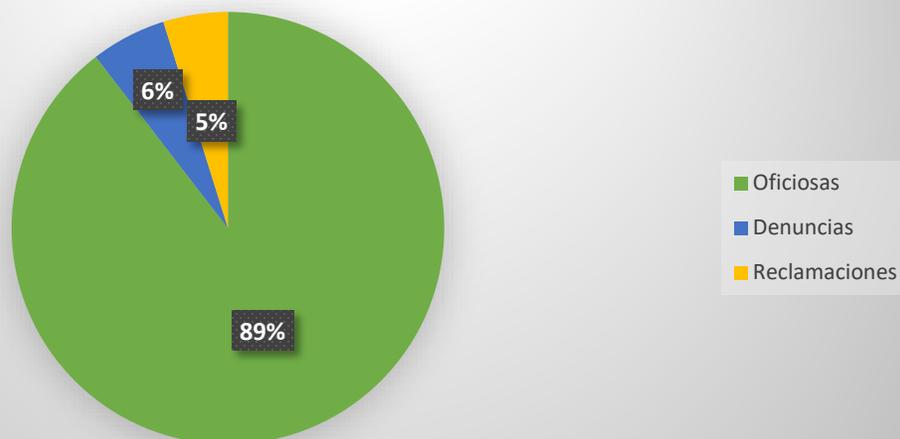
<b>Reclamaciones</b>	<b>Cant.</b>
Aires Acondicionados	6
Neveras	9
Estufas	4
Mobiliario	3
Batería	5
Bocinas	1
Televisor	2
Inmuebles	16
Vehículo	6
Lavadora	2
<b>Total</b>	<b>54</b>

<b>Tipos de Inspecciones</b>	<b>Cantidad</b>
Oficiosas	975
Denuncias	65
Reclamaciones	54
<b>Total</b>	<b>1,094</b>



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

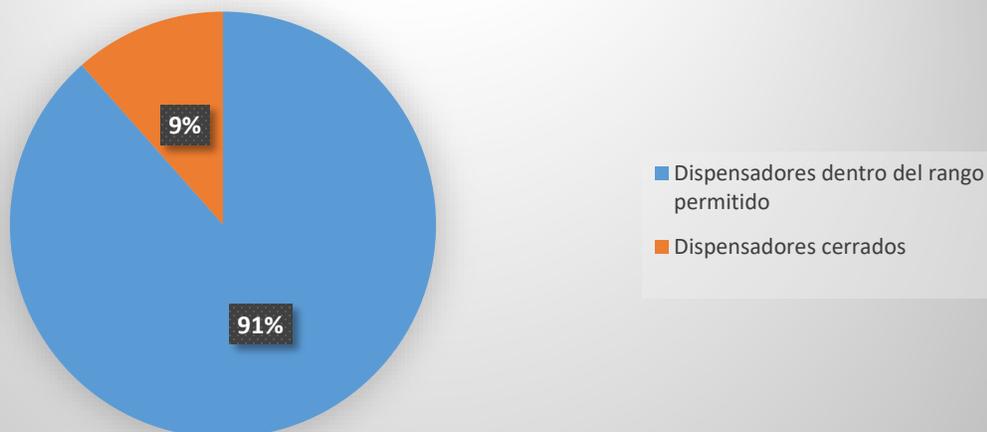
## Tipos de inspecciones



### 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 101 estaciones de venta de gasolina y/o GLP, tanto en la capital como en el interior, verificándose un total de 616 dispensadores o mangueras dispensadoras, produciéndose el cierre de 54 dispensadores que no se encontraban dentro del rango permitido.

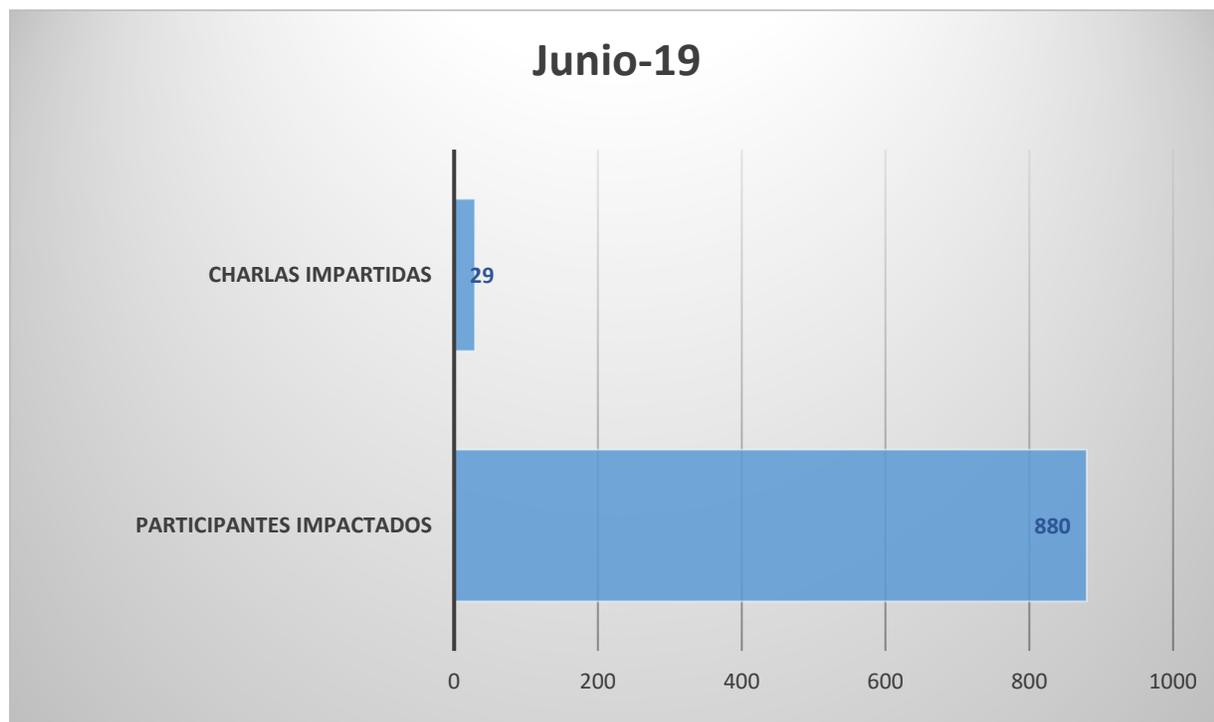
## Verificación dispensadores de combustible



## 1.5. Buenas Prácticas Comerciales

El Departamento de Buenas Prácticas Comerciales, durante el mes de Abril-Junio, 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 652 establecimientos y se han impartido 29 charlas, impactando un total de 880 participantes.





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

Con el propósito de promover las buenas prácticas en los establecimientos comerciales se han realizados diversas participaciones sobre inocuidad de los alimentos



### **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, a fin de que dichos establecimientos comerciales adopten las medidas preventivas de lugar para asegurar la calidad, inocuidad y seguridad de los bienes y servicios que comercializan, conforme las normativas y reglamentos existentes en el país. Durante el trimestre de Abril-Junio, se participó en estos Comités según la siguiente relación:



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

<b>No.</b>	<b>COMITÉ TÉCNICO</b>
1.	Carnes y productos Cárnicos de Conejo en Canal. Especificaciones Generales. Requisitos.
2.	Buenas Prácticas de Manufactura en productos Lácteos.
3.	Directrices sobre etiquetado nutricional.
4.	Buenas Prácticas apícolas para la producción de miel
5.	Directrices para el análisis de riesgos de resistencia a los antimicrobianos Transmitida por los alimentos.
6.	Fosa Séptica prefabricadas - Especificaciones métodos de prueba
7.	Cereales para el desayuno listos para servir
8.	Agua para uso doméstico. Muestreo
9.	Papel y Cartón. Papel Higiénico. Especificaciones
10.	Etiquetado General de los Alimentos
11.	Licor de cacao y Tarta de cacao
12.	Bebidas no Alcohólicas - Refrescos-Especificaciones
13.	Gasolina sin plomo
14.	Alimentos para animales. Determinación Fibra Cruda
15.	Código de prácticas para prevención y reducción de contaminantes por arsénico en el arroz
16.	Filetes de pescado congelado rápidamente (1ra Rev.)
17.	Comité Nacional del Codex Alimentarius (CONCA)
18.	Comité Nacional de Obstáculos Técnicos al Comercio (CNOTC)
19.	Limites Máximo de Residuos de Plaguicidas Permitida para el Cultivo y Manejo del Cilantro
20.	RTM de termómetro Eléctrico Clínico Compacto de Máxima Temperatura
21.	Directrices sobre etiquetado Nutricional



PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

22.	Especificaciones para tubos plásticos de policloruro de vinilo (PVC)
23.	Requisitos de Accesibilidad de Software
24.	Principios generales de higienes de los Alimentos (CXC 1-1969) y anexo sobre el APPCC
25.	Productos elaborados a partir de frutas y vegetales derivados del tomate cáetchup o Ketchup
26.	Agua para uso doméstico. Muestreo
27.	Requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turísticos.
28.	Recipientes de acero para GLP vehicular. Especificaciones
29.	Buenas Prácticas apícolas para la producción de miel
30.	1 Agua para uso doméstico (Agua Potable)
31.	Comité PDA
32.	Comité Técnico Reglamento para estudios Geotécnicos en Edificaciones (R-024)
33.	Nordom 91-8:004 Fosa Séptica prefabricadas - Especificaciones métodos de prueba
34.	Carnes y productos Cárnicos de conejo en canal. Especificaciones generales. Requisitos.
35.	Papel Higiénico
36.	Código de Prácticas para prevenir y reducir la Contaminación de los cereales por Mico toxinas.
37.	Especificaciones para tubos plásticos de policloruro de vinilo (PVC) para edificaciones
38.	Carne y Productos Cárnicos. Embutidos. Definiciones, Clasificación y Requisitos
39.	Agua para uso doméstico. Muestreo
40.	Buenas Prácticas de fabricación de medicamentos veterinarios
41.	Sistema Globalmente Armonizado parte 2 Etiquetado Productos Químicos
42.	Reglamento Técnico 17:1-015 Verificación de Balanzas de Pesar de Uso Comercial y Control de Peso Corporal
43.	Nutrición y alimento elaborados a base de cereales y/o dietéticos, alimentos elaborados a base de cereales para lactantes y niños pequeños. Requisitos y Especificaciones.



PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

44.	Cemento Hidráulico. Cementos Portland. Especificaciones y Clasificaciones
45.	Código de práctica de higiene para los alimentos precocinados utilizados en los servicios de comidas para colectividades
46.	Nordom 11-2:004 Requisitos de accesibilidad de Software
47.	Agua Potable – Requisitos
48.	Comité de PDA
49.	Buenas Prácticas de manufactura (BPM) en productos lácteos
50.	Verificación de Balanzas de Pesar de Uso Comercial y Control de Peso Corporal
51.	Fosa Séptica prefabricadas - Especificaciones métodos de prueba
52.	Código de Prácticas para la regulación del uso de medicamentos veterinarios
53.	Agua Potable. Requisitos
54.	Operaciones de congresos, ferias y convenciones — Requisitos de servicio.
55.	Carnes y productos Cárnicos de conejo en canal. Especificaciones generales. Requisitos.
56.	Terminología y definiciones relacionadas al hormigón y agregados para el hormigón
57.	Licor de Cacao y Tarta de cacao. Especificaciones
58.	Higiene de las Carnes. Código de Práctica de higiene de las carnes
59.	Buenas Prácticas de manufactura (BPM) en productos lácteos
60.	Agua Potable. Requisitos
61.	II-Reunión ordinaria del Comité Nacional del Codex Alimentarius (CONCA)
62.	Carnes y productos Cárnicos de conejo en canal. Especificaciones generales. Requisitos.
63.	Aditivos y Contaminantes
64.	Cemento Hidráulico. Cemento Portland. Especificaciones y Clasificaciones.
65.	Ante-Proyecto de reglamento para la realización de estudios geotécnicos en edificaciones.

### 1.7. 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 Abril-Junio se han realizado diversas operaciones correspondientes a reclamaciones, denuncias, quejas y orientaciones al consumidor. Las mismas están distribuidas en la zona del gran Santo Domingo y las provincias del país de la siguiente manera:

OFICINA	RECLAMACIONES	DENUNCIAS
Santo Domingo	1674	407
San Juan de la Maguana	28	1
San Francisco de Macorís	35	22
Santiago	149	34
San Cristóbal	40	16
San Pedro de Macorís	61	1
San José de Ocoa	4	-
Hato Mayor	29	12
<b>Totales</b>	<b>2020</b>	<b>493</b>

Fuente: Departamento de Servicio al Usuario y Coordinación Territorial



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



## 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 **698** casos, logrando acuerdos satisfactorios en **386** de ellos, para un 55%, obteniendo un retorno económico de **RD\$21,547,067.63**

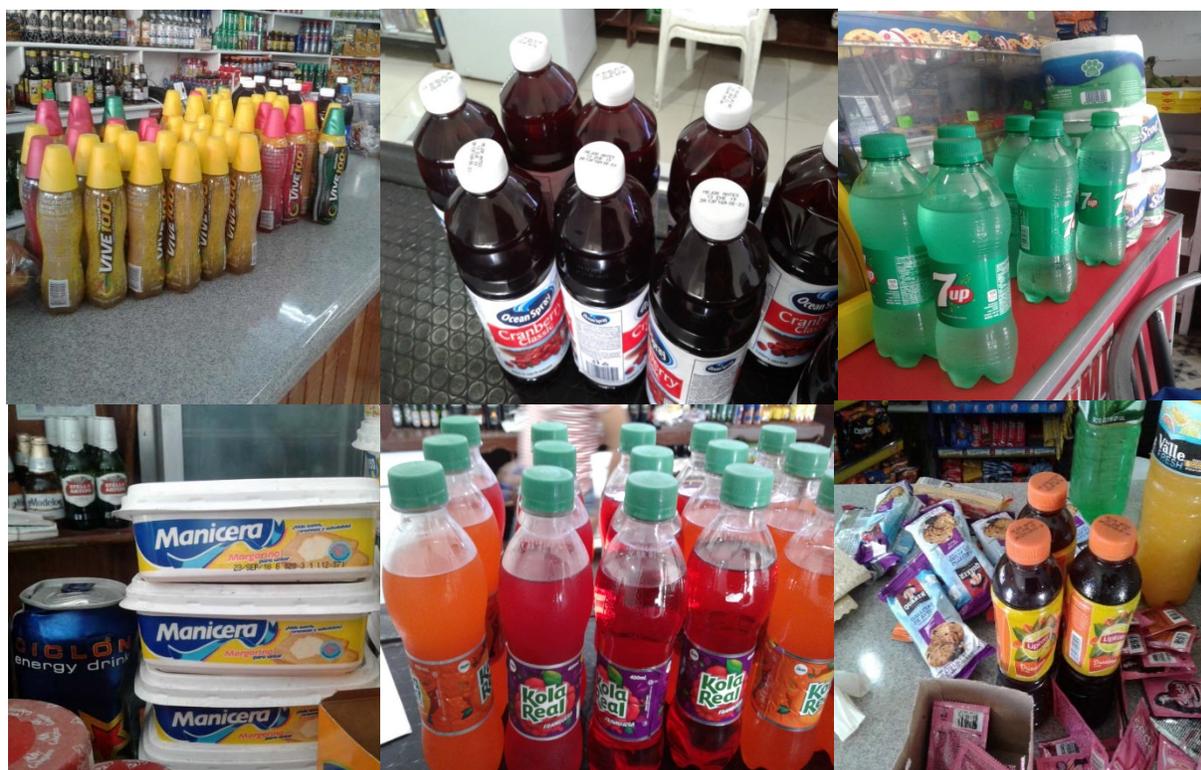


PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

## 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 Abril- Junio, se han realizado 49 monitoreos de precios a cada una de las cadenas de supermercados grandes de Santo Domingo, con un total de 490 visitas en el Distrito Nacional y Santo Domingo.





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



## **Monitoreo: en Ferreterías**

En el periodo Abril- Junio se realizó monitoreo de precios a diez (10) Ferreterías mensualmente de las que componen al sector Ferretero de Santo Domingo, un total de **60** 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.

Entre los establecimientos visitados tenemos los siguientes renglones:

### **Supermercados**

- El Nacional
- Super Pola
  - Jumbo
- La Sirena
- La Cadena
  - Bravo
- Plaza Lama
  - Unidos
- Carrefour
  - Ole

### **Farmacias**

- Los Hidalgos
- Lider Jemili
- Farma Xtra Mirelys II
  - Carol
- Telefarma
  - CVS
  - Yamila
- Medicar GBC
  - Jose Nepo
- Farma Value

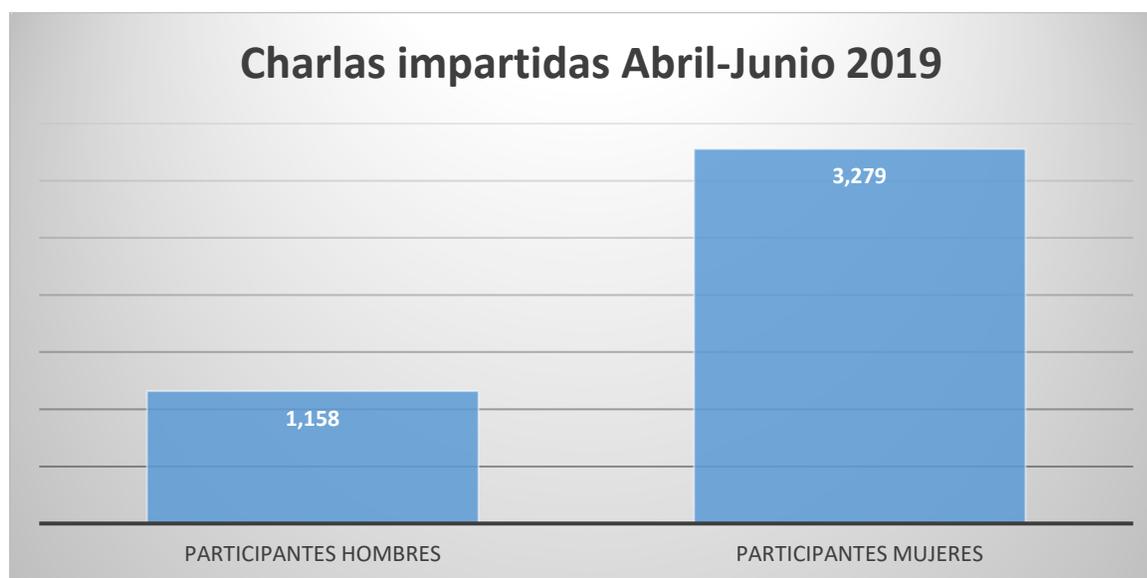
### **Ferreterías**

- Americana
- Innova Centro
  - Unidos
  - Haché
  - Cima
- San Ramon
- San Miguel
- Nuestra Parada
  - Hnos. Perez
  - 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
Charlas impartidas Abril-Junio 2019	130	1,158	3,279	4,437



Además de las charlas, se ha realizado entrega de material informativo para un total distribuido de **19,683** unidades.

## 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 que son distribuidos a los consumidores en diversos puntos del País.

## 2.3 Campañas Informativas

En el trimestre Abril-Junio se realizaron **cuatro (04) Campañas Educativas** y una **(1) Jornadas de Orientación**.

<b>ACTIVIDADES VARIAS</b>						
<b>Actividades</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Total</b>	<b>Meta mínima</b>	<b>Logro Trimestre</b>
<b>Charla/Taller Finanzas Personales</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		
<b>Impactados en Charla/Taller Finanzas</b>	<b>88</b>	<b>0</b>	<b>206</b>	<b>294</b>		
Material Educativo Creado	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>33%</b>
Participación Eventos Educativos Externos	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0%</b>
Jornadas de Educación	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>50</b>	<b>36%</b>
Impactados en Jornadas de Educativas	<b>600</b>	<b>338</b>	<b>2,820</b>	<b>3,758</b>	<b>50,000</b>	<b>8%</b>
Campañas de Educativas.	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>23%</b>
Impactados en Campañas Educativas	<b>5,000</b>	<b>10,000</b>	<b>0</b>	<b>15,000</b>	<b>200,000</b>	<b>8%</b>
Participación en programas de radio/TV	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>		



PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

## Campañas Educativas:

### Abril:

Lanzamos la Campaña de orientaciones “Pro Consumidor Contigo SS19” en el Distrito Nacional colocando stands de Orientación en centros comerciales. Nuestros orientadores estuvieron presentes en, Jumbo Luperón, Jumbo Agora Mall, Galería 360, Mega Centro y diferentes paradas de autobuses del Gran Santo Domingo. Logrando con dichas actividades impactar **más de (5,000) cinco mil consumidores** con los consejos de Antes, Durante y Después de Semana Santa 2019.



### Mayo:

Lanzamos la Campaña de Orientaciones “Pro Consumidor Contigo Mamá” en el Distrito Nacional y demás oficinas regionales colocando stands de Orientación en diferentes centros comerciales, nuestros orientadores estuvieron presentes en, Jumbo Luperón, Jumbo Agora Mall, Galería 360, Mega Centro, Sambil, Multicentro Churchill, Jumbo San Isidro y Garrido Las Américas, logrando con dichas actividades impactar más de (10,000) diez mil consumidores con los consejos de Antes, Durante y Después Proconsumidor está Contigo Mamá 2019.



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



### 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 Junio 2019	194,645	29,912	52,163	611	234

**Pro Consumidor** en las redes sociales, cuenta con una presencia activa en sus distintas embajadas digitales. En ese sentido, en el trimestre enero-marzo, tuvimos campañas de temporada, además de la programación regular, que abarca temas generales de la institución como cobertura de los diferentes operativos de orientación derechos de los consumidores, las diferentes actividades realizadas por los departamentos internos como Buenas Prácticas Comerciales, Educación, cobertura de los programas de Proconsumidor en los diferentes medios de comunicación, entre otros.

Las Redes Sociales de Pro Consumidor mostraron en general un aumento en sus seguidores, creciendo de 258,152 en Diciembre, a 277,565 en Junio.

### 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:

<b>INFORME MENSUAL DPTO. JURIDICO</b>			
<b>ABRIL-JUNIO DE 2019</b>			
<b>Indicador estadístico</b>	<b>Resoluciones</b>	Reclamaciones	132
		Recursos de Reconsideración	15
		Recurso Jerárquico	6
		Suspensión de comercialización	42
		Reapertura de establecimiento	28
		Multa	15
		Contratos de Adhesión	23



PRO CONSUMIDOR  
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN  
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

<b>261 Resoluciones emitidas</b>			
<b>Multas</b>	Acuerdos por multa	14	
	Monto pagado	RD\$1,245,947.55	
	Cartas de advertencias	723	
<b>Contratos de Adhesión</b>	Recibidos	76	
	Analizados	47	
	Registrados	23	
	Contratos con cláusulas abusivas (Notificaciones de hallazgos)	44	
<b>190 contratos de adhesión trabajados</b>			
<b>Contratos de Servicios / Personal Contratados</b>	Elaborados	13	
	Renovados	27	
	Rescindidos	8	
	Adendum	77	
<b>186 contratos de servicios trabajados</b>			
<b>Indicador estadístico</b>	<b>Concursos / Sorteos</b>	Recibidos	210
		Registrados	199
		Modificaciones Bases Concurso	45
		No registrables	3
	<b>Litigio</b>	Asistencia en Audiencia	7
		Trámites en los Tribunales	32
		Sentencias dictadas a favor de Pro Consumidor	6
		Recursos de Casación Interpuesto	3
<b>Defensoría</b>	Gestión vía telefónica para cumplimiento de resolución o multa	744	
	Actos notificados de puesta en mora para cumplimiento de resolución o multa	70	
	Reuniones con proveedores y consumidores para llegar a acuerdos de cumplimiento de resoluciones o multas	49	
	Elaboración de certificaciones de los expedientes	10	
	Casos resueltos por cumplimiento de resolución o multa	73	

### **3.2. Acciones de Registro de los contratos de adhesión**

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 76 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 210 bases de rifas y concursos para ser registrados.

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

Dentro de nuestro marco operativo podemos destacar los siguientes avances realizados en los meses de Abril-Junio:

- Creación de evaluación de satisfacción de servicio para los departamentos de servicio al usuario y Conciliación.
- Coordinación y definición del plan de trabajo del Mercado Nuevo.
- Retroalimentación de los formularios de procedimientos de compra al departamento para su correcto uso.
- Seguimiento del plan de trabajo del Mercado Nuevo.
- Modificación de diagramas de flujo de cada departamento.
- Actualización de la documentación de las tablets pertenecientes al departamento de inspección y vigilancia con los fines de mejorar el servicio brindado.
- Socialización con los encargados de los diversos departamentos de las fichas técnicas de los procesos de Pro Consumidor.

- Acreditación ISO/IEC17020

El Cuerpo de Inspección del Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), fue acreditado bajo la Norma Internacional ISO 17020-2012, con lo cual se fortalece las competencias técnicas y se garantiza la objetividad, imparcialidad e independencia a favor de la protección al consumidor.



- Realización del plan de acción para simplificación del trámite de contrato de adhesión en coordinación con el consejo nacional de competitividad.
- Elaboración manual de procedimientos misionales.
- Socialización del procedimiento de compras al dpto. de compras al departamento de compras y a los encargados departamentales.
- Seguimiento de acciones institucionales de la mesa de trabajo del mercado nuevo.
- Monitoreo de indicadores del departamento de inspección y del departamento de educación al consumidor.

## 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 durante el periodo de Abril-Junio se realizaron las siguientes actividades:

- **Readecuaciones de áreas de la institución**

En el mes de abril se ha efectuado la terminación del laminado (frosted) de los cristales de todas las oficinas trabajadas durante este año.

En el mes de mayo se cambiaron los cubículos e instalaron archivos aéreos en Departamento de Tecnología de la Información. También se realizó el movimiento de las instalaciones eléctricas de departamento de Servicio al Usuario.

- **Mantenimiento de flotilla vehicular**

Se efectuó el mantenimiento de los vehículos.

- **Mantenimiento de equipos**

Se cumplió con el plan de mantenimiento de la planta eléctrica, ascensor y aires acondicionado. Se instalaron dos (2) nuevas unidades de aires de 60, 000 BTU INVERTER para cubrir la necesidad de las áreas de Inspección y Vigilancia y la Unidad de Auditoría.

- **Mantenimiento de Infraestructura física**

Se repararon varios inodoros y se instalaron mezcladora para dos (2) lavamanos.

- Se ha cumplido en un 100% 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.
- Se realizaron las órdenes de compra atendiendo los requerimientos recibidos y aprobados de las áreas.

## 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 Abril- Junio se ha actualizado el portal de la RCSS, con las siguientes alertas:

1. **02/04/2019. Vehículos BMW, serie 3.** Pueden presentar un desperfecto en la unión de conexión del mazo de cables con el regulador del ventilador.  
*Estatus de la Alerta:* **PUBLICADA.**

Cabe destacar que se ha actualizado el portal de la RCSS, solo con la alerta de los vehículos BMW.



### 4.3 Inteligencia de Mercado

**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) Informe “Índice variables económicas que inciden en los precios “.
- c) 01/04/2019: Participación reunión técnica (Revisión Instrumento levantamiento) marco de colaboración entre la pontificia universidad católica madre y maestra (pucmm) – Pro consumidor.
- d) Elaboración propuesta. Estudios comparativos de características de productos basados en la información de etiquetas **(Caso. snack)**
- e) Estudio comparativo de características de Productos Basados en la Información de la Etiquetas Caso: Leche entera líquida.
- f) Elaboración propuesta. Sondeo Intención de Gasto Celebración día de los Padres 2019.