



REPÚBLICA DOMINICANA

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2021



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2021



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

TABLA DE CONTENIDO

Memoria Anual 2021

I. Resumen Ejecutivo	5
II. Información Institucional	9
2.1 Marco filosófico institucional	9
a. Misión	9
b. Visión	9
c. Valores	9
2.2 Base Legal.....	10
2.3 Estructura organizativa	11
2.4 Planificación estratégica institucional.....	15
III. Resultados Misionales	16
3.1.1 Inspección y Vigilancia de Mercado	16
3.1.2 Acción institucional en contra del comercio de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas	17
3.1.3 Acción institucional en contra de la especulación de precios de los principales productos de la canasta básica.....	20
3.1.4 Acción Institucional en contra de la venta no regulada de insumos para producir “ácido del diablo.....	21
3.1.5 Acción Institucional en contra de la comercialización de medicinas no aptas para el consumo	22
3.1.6 Laboratorio de verificación de pesos y medidas	23
3.1.7 Buenas Prácticas Comerciales (BPC).....	24
3.1.8 Análisis de publicidad y precios.....	28
3.1.9 Seguridad de Productos	33
3.1.10 Atención a Reclamaciones de Consumo	35
3.1.11 Educación en Materia de Consumo	39
3.1.12 Fomento de Asociaciones de Consumidores	41
3.1.13 Ampliación del alcance provincial.....	42



IV. Resultados Áreas Transversales y de Apoyo.....	43
4.1.1 Desempeño Área Administrativa y Financiera.....	43
4.1.2 Desempeño de los recursos humanos	45
4.1.3 Desempeño de los procesos jurídicos	48
4.1.4 Desempeño de la tecnología.....	52
4.1.5 Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional .	55
4.1.6 Desempeño del Área de Comunicaciones	62
V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional	65
5.1.1 Nivel de satisfacción con el servicio	65
5.1.2 Nivel de cumplimiento acceso a la información	66
5.1.3 Resultados sistema de quejas, reclamos y sugerencias.....	67
5.1.4 Resultados mediciones del portal de transparencia	68
VI. Proyecciones al próximo año.....	69
VII. Anexos	70
a. Matriz de principales indicadores de gestión por procesos.....	70
b. Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP).....	72
C. Plan de compras	75



I. Resumen Ejecutivo

El Informe de Memoria Institucional consolida las acciones y las iniciativas realizadas por la gestión institucional en el año 2021 que fueron planificadas en el Plan Operativo Anual y que hacen cumplir la misión definida en el Plan Estratégico 2021-2024.

A través de la Conciliación, que es un proceso que promueve la solución a controversias suscitadas entre consumidores y proveedores conforme a los principios de igualdad y no discriminación, se lograron acuerdos en favor de ambas partes; de las 2,936 reclamaciones procesadas durante todo el año, 2415 (82.27%) fueron conciliadas satisfactoriamente, expresión concreta de respuesta efectiva a la población consumidora con un retorno económico de RD\$414,497,319.63 equivalente al 141% del presupuesto asignado a este Instituto.

Los servicios de registro que ofrece este instituto tienen por objetivo que se fomenten acciones preventivas para la protección de los derechos de los consumidores, durante el 2021 se han registrado 73 contratos de adhesión y 648 registro de rifas, sorteos y concursos.

Las acciones de educación al consumidor promovieron el consumo y uso de bienes y servicios de manera responsable, consciente y medioambientalmente sostenible, asegurando los derechos de los consumidores y usuarios, lográndose un empoderamiento creciente en los consumidores que contribuye al logro de las metas del Objetivo No.12: Producción y Consumo Responsable de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 para el desarrollo.



Específicamente, al corte de noviembre 2021 mediante 281 acciones formativas 7,839 personas recibieron formación en sus derechos como consumidores y se realizaron 06 Jornadas Comunitarias de Educación en diferentes barrios y sectores del Gran Santo Domingo logrando impactar miles de ciudadanos.

Hemos trabajado de la mano con la Red de Consumo Seguro y Salud y el Sistema de Alertas Rápidas de la OEA, para el intercambio de información en lo concerniente a la seguridad de productos, logrando publicar durante el presente año 16 alertas de productos en los medios de circulación nacional, ayudando a disminuir los efectos negativos que generan los productos inseguros en lo económico, social y la salud de las personas.

A través de las acciones de Buenas Prácticas Comerciales se logró impulsar el cumplimiento de las normativas de calidad vigentes en el país, se promovieron en los comercios prácticas de calidad, inocuidad y seguridad de los bienes y servicios que comercializan, mediante 2,923 visitas preventivas y 19 capacitaciones directas al sector privado en el Gran Santo Domingo y en el interior del país. Se logró además la participación en 109 reuniones de los Comités que elaboran las Normas y Reglamentos Técnicos, garantizándose, con la presencia de Pro Consumidor, la protección de los derechos de los consumidores y usuarios a través de dichas normas.

Uno de los logros principales durante el año 2021 se vincula a haber pasado con éxito la segunda auditoria de seguimiento de la certificación del Organismo de Inspección, bajo la NORDOM ISO/IEC 17020, cuyas acciones reafirman el compromiso de este instituto con la población dominicana el mantener un comercio seguro, equitativo y transparente en todo el territorio nacional.



Dando como resultado un total de 3,999 inspecciones cumpliendo en más del 100% la programación de inspecciones a ejecutar, teniendo una cobertura de alrededor del 68% de las provincias (22). El rubro con mayor presencia de inspección fue el de agua, alimentos y bebidas con 631 inspecciones realizadas. Los productos no aptos para el consumo, por diferentes condiciones (vendidos golpeados, en mal estado, deteriorados y oxidados) son decomisados y posteriormente incinerados cada semana, a la fecha se han decomisado un total de 135,625 y se han incinerado 133,412 productos. Por otro lado, y con el objetivo general de salvaguardar la vida, la salud y los intereses económicos de los consumidores se llevaron a cabo un total de 214 suspensiones de operaciones comerciales y/o cierres a establecimientos. Entre los operativos más relevantes podemos mencionar, el de erradicación del comercio ilícito alcohólico, contra la comercialización inadecuada de insumos que sirven para la fabricación del ácido del diablo, contra la especulación de precios y el operativo contra la comercialización de medicamentos ilícitos y/o vencidos.

En otro orden, con el fin de realizar las verificaciones correspondientes en materia de calidad e inocuidad de acuerdo a los requisitos establecidos en las leyes y las normas técnicas, en 2021 a través del laboratorio de la institución se han verificado un total de 21 instrumentos de pesas y medidas, tres (3) tomas de muestras de agua en compañía de los inspectores, cuatro (4) participaciones en reuniones de alto nivel del CODOCA propiciando a su vez las buenas prácticas comerciales y garantizando que los productos lleguen seguros e inocuos a la población.



Logramos analizar 4,901 anuncios publicitarios para verificar que las promociones ofertadas al público fueran veraces, comprobables, completas y claras de acuerdo con el artículo 88 de la Ley 358-05. Del mismo modo se destaca la realización de 1,147 visitas de verificación por publicidad incluyendo por oficio, denuncias y reclamaciones de los ciudadanos. En este sentido, cómo resultado de los nuevos mecanismos de capacitación a proveedores e inspección, en la temporada de Black Friday solo se recibieron 6 reclamaciones y/o denuncias, lo que representa mayor confianza en el mercado y mejor protección de los derechos del consumidor en comparación al año 2020, que se recibieron 900.

En el marco de mejora de las plataformas digitales, continuamos fomentando el uso del Sistema Dominicano de Información de Precios (SIDIP), inclusive, lanzando una versión 2.0 y su integración a la APP móvil, contribuyendo a que la población se mantenga diariamente actualizada con los precios de los productos de la canasta básica y de primera necesidad. Cabe destacar también, la creación de un Observatorio de Comparación de Precios de los Mercados Internacionales, con el objetivo de monitorear los precios de los mercados internacionales de un listado de productos considerados básicos y proveer información para la toma de decisiones.

A nivel de gestión logramos una calificación de 91% en el sistema de monitoreo y medición de la gestión pública, gestionado por el Ministerio de la Presidencia. Lo que evidencia que este instituto trabaja con orientación a resultado y al comparar la ejecución física respecto a los recursos presupuestarios que nos son asignados, resulta en que se traduce en un alto costo efectividad.



II. Información Institucional

2.1 Marco filosófico institucional

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, PRO CONSUMIDOR, ha definido su política y estrategias de acción, cimentadas en la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2010 – 2030, el Plan Nacional Plurianual del Sector Público 2021-2024, y tomando como referencia principal, las atribuciones y funciones estipuladas en el marco legal vigente.

a. Misión

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

b. 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.

c. Valores

Solidaridad: Compartimos las mismas obligaciones, intereses e ideales y vocación de servicio, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los consumidores.

Honestidad: Actuamos con recto proceder en concordancia con los valores de la verdad y la justicia.

Responsabilidad: Cumplimos con eficiencia y eficacia las tareas propias de las funciones, asumiendo las consecuencias de nuestras acciones.



Transparencia: Manejamos con honestidad los recursos que se disponen, haciendo rendición de cuentas y abiertos al escrutinio público.

Compromiso: Asumimos nuestras funciones con pasión y responsabilidad, satisfaciendo con calidad las necesidades de nuestros clientes internos, consumidores y usuarios.

Lealtad: Actuamos con fidelidad crítica en todo lo concerniente a nuestra organización, defendiendo la institución y trabajando siempre por el logro de nuestra Misión.

Identidad: Asumimos la cultura organizacional, actuando apegados a los valores y principios institucionales.

2.2 Base Legal

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), es la entidad del Gobierno Dominicano que 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. Además, la Ley 166-12 que crea el Sistema Dominicano para la Calidad (SIDOCAL), lo reconoce como Autoridad Nacional de Vigilancia del Mercado. Asimismo, otros marcos legales y reglamentarios le otorgan competencias específicas como la Ley No. 17-19 sobre la



Erradicación del Comercio Ilícito, Contrabando y Falsificación de Productos Regulados; el Decreto 287-19 que crea el Comité Nacional de Seguridad Turística, entre otros.

2.3 Estructura organizativa

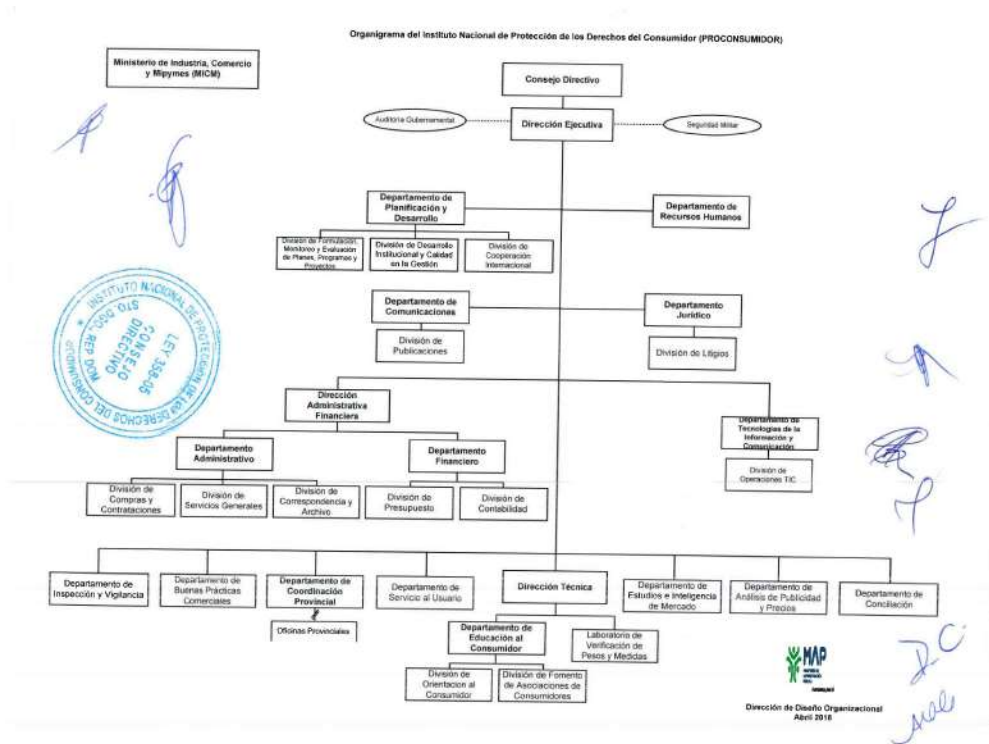


Ilustración 1 Organigrama aprobado por el MAP

Principales funcionarios de primer y segundo grado

1. Eddy Antonio Alcantara Castillo - Director Ejecutivo
2. María Teresa Paulino Santana - Directora Administrativa y Financiera
3. Altagracia Miguelina Matías Díaz - Sub Directora Técnica



4. Lucia Cespedes García - Encargada Oficina de Acceso a la Información (AOI)
5. Elsa Dolores Jiménez Peña De Santana - Encargado Departamento de Recursos Humanos
6. Darislady Reyes - Encargado Departamento Planificación y Desarrollo
7. Anthony Kamil Chavéz Gomez - Encargado Interino División Desarrollo Institucional y Calidad en la Gestión
8. Olga Elizabeth Matos Rodríguez - Encagada División Cooperación Internacional
9. Roberto Rafael Brito Jerez - Encargado Departamento de Comunicaciones
10. Johanna Mariel Calderon Concepción - Encargada Jurídico
11. Ruben Alfredo Carela Valenzuela - Encargado División de Litigios
12. Indhira María Florencio Rodríguez - Encargada Depto. Administrativo
13. Katy Alexandra Tavarez Fernández - Encargada Departamento Financiero
14. Oscar Rafael Ariza Castillo - Encargado División de Presupuesto
15. Pedro Jiménez Marte - Enc. Interino División de Contabilidad



16. Javier Samboy - Encagado División Servicios Generales
17. Esperanza De La Cruz - Encargado División Correspondencia y Archivo
18. Julio Cesar Marte - Encargado Departamento de Tecnología de Información y Comunicaciones
19. Eusebio Peña Almengo - Encargado Departamento de Inspección y Vigilancia
20. Carlos Rafael Pérez Fría - Encargado Departamento de Buenas Prácticas Comerciales
21. Odesa Juscelina Acosta Pérez - Encargada Departamento Coordinación Provincial
22. Nuryn Yocasta Paulino De La Cruz - Oficina Provincial Puerto Plata
23. José Teodoro Rosso Bautista - Encagado Oficina Provincial La Vega
24. Ezequiel Antonio Williams De La Cruz - Encargado Oficina Provincial San Pedro de Macoris
25. Emmanuel Alexander Upía Ruíz - Encargado Oficina Provincial San Cristobal
26. Francisco Javier Castillo Feliz- Encargado Oficina Provincial Hato Mayor
27. Andrea González Castillo - Encargada Oficina Provincial Barahona



28. Erika Georgina Marte Tejada - Encargada
Oficina Mega Centro
29. Miguel Angel Díaz Alejo - Encargado
Oficina Provincial San Francisco de Macoris
30. Ezequiel Antonio Williams De La Cruz -
Encargado Oficina Provincial San Pedro de Macoris
31. Elixandro Melo Encarnación - Encargado
Oficina Provincial San Juan de la Maguana
32. Yuly Alexander Mercedes Ventura - Encargado
Interino Oficina Zona Colonial
33. Yocayra Ernestina Peña - Encargada Oficina
Provincial Punta Cana
34. Luz Milagros De La Cruz - Encargada Interina
Departamento Servicio al Usuario
35. Manuel María Camejo - Encargado Depto.
Educación
36. Glenys Margarita Taveras Moreno - Encargada
División de Orientación al Consumidor
37. Fidel del Rosario Vinicio - Encargado de
Laboratorio Pesos y Medidas
38. Johanny Esther Ramírez Beato- Encargada Div.
Fomento de Asociaciones
39. Felipe Vinicio Castro - Encargado
Departamento de Analisis e Inteligencia



40. Yeshica Dayira Peguero De La Rosa - Encargado
Departamento de Analisis Publicidad y Precios
41. Carlos Alberto De La Cruz Divanna - Encargada
Departamento de Conciliación

2.4 Planificación estratégica institucional

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 mero de acción de la institución.

La institución tiene organizada un grupo de políticas internas que se encuentran armonizadas con los Objetivos Estratégicos. 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 siguientes ejes estratégicos:

- I. Incremento de la cobertura y calidad de los servicios, fortaleciendo la vigilancia del mercado
- II. Contribución a la cultura de respeto de los derechos de los consumidores y del consumo sostenible y responsable
- III. Optimización de la información para contribuir a la toma de mejores decisiones de consumo
- IV. Fortalecimiento de la solución de conflictos relativos al consumo
- V. Fortalecimiento institucional



III. Resultados Misionales

3.1 Información cuantitativa, cualitativa e indicadores de los procesos Misionales

3.1.1 Inspección y Vigilancia de Mercado

Con el objetivo de garantizar que los bienes y servicios que se ofrezcan en el mercado sean seguros, y a la vez vigilar que los comerciantes avalen productos y servicios adecuados que no representen riesgos de salud y seguridad a los consumidores, Pro Consumidor supervisa el comportamiento del mercado a través de un Programa Nacional Intensivo de Inspección y Vigilancia.

Dicho programa incluye todo tipo de comercio presente en el país y en especial atención a los dedicados a la venta de alimentos y bebidas alcohólicas, por los daños que pueden representar la ingesta de un producto vendido en condiciones inadecuadas y/o adulteradas.

Otro sector de inspección regular son las Estaciones de GLP, Gasolina y otros combustibles con el propósito de observar que los proveedores respeten los derechos del consumidor y al tratarse de productos cuyo despacho se realiza a través de instrumentos de medición, estas inspecciones se realizan con equipos estandarizados y calibrados sistemáticamente; dichos equipos son también evaluados como parte del cumplimiento de la Acreditación que se obtuvo del cuerpo de inspección.

En ese sentido, se han inspeccionado 3,999 establecimientos en operativos especiales e inspecciones regulares, de las cuales el



72.1% tuvieron hallazgos de no conformidades, es decir alrededor de 7 de cada 10 establecimientos inspecciones tienen alguna inconformidad con la normativa de protección al consumidor. La Cobertura en el alcance de las inspecciones durante el año 2021 fue de 22 provincias, esto representa el 68.75% del territorio nacional.

En detalle, las inspecciones fueron según tipo, 3,482 de oficio, 183 por denuncias y 334 por reclamaciones, y por rubros de la siguiente manera: 163 por seguimiento solicitados por Buenas Prácticas Comerciales - BPC, 253 por verificación de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas, 2,773 Agua, Alimentos y Bebidas, 509 por publicidad y precios, 393 por cobros indebidos, 139 por libro de reclamaciones, 23 por productos de belleza e higiene personal y juguetes y combustibles 28 inspecciones.

A su vez, se decomisaron un total de 135,625 productos por no ser considerados aptos para su consumo e incinerándose 133,412 productos. De igual forma, se llevaron a cabo un total de 214 Suspensiones de operaciones comerciales y/o cierres a establecimientos, esto con el objetivo general de salvaguardar la vida, la salud y los intereses económicos de los consumidores y usuarios en general.

3.1.2 Acción institucional en contra del comercio de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas

Tanto a nivel nacional como internacional es reconocido que el contrabando y el comercio ilícito producen impactos negativos en la salud de los consumidores, como es el caso de la ingesta de productos de alcohol adulterado, trasegado o falsificado que es detonante de muerte y deficiencia de órganos vitales.



La República Dominicana ha evidenciado una disminución en el aporte tributario del sector de alcoholes, tabaco y sus derivados, así como el aumento de la evasión según estimaciones del organismo regulador de ese campo, todo esto ha podido ser posible gracias a la intervención del gobierno, donde Pro Consumidor jugó un papel vital. Por lo cual el gobierno dominicano ha trabajado en la definición de un marco legal para el desarrollo de acciones en alianza público –privada y cooperación no reembolsable con actores aliados a nivel internacional en procura del bienestar de los consumidores, del mercado y de los competidores.

En base a esto, Pro Consumidor tiene la misión de garantizar la calidad, inocuidad y seguridad de los bienes que se comercializan en nuestro país y en su rol de ente protector de los consumidores, conforme lo establece la Ley No. 358-05 y Ley 17-19 sobre la Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario, y la Erradicación del Comercio Ilícito, Contrabando y Falsificación de Productos Regulados respectivamente. Desde mediados de abril Pro Consumidor encabeza la mesa interinstitucional operativa como única autoridad de la vigilancia de mercado en contra al comercio de bebidas presuntamente adulteradas, trasegado o falsificado.

En ese mismo orden, se ha logrado reducir significativamente la cantidad de intoxicados o muertos como consecuencia del consumo de estos productos, mediante la ejecución de las siguientes acciones:

- **Intervención por parte del Cuerpo de Inspectores a más de un 75% comercios en diferentes puntos de la geografía nacional,** tales como, Santiago; San Francisco de Macorís, Puerto Plata, Dajabón, Montecristi, Monseñor Noel-Bonao, María Trinidad



Sánchez -Nagua, Samaná, Higüey- Punta Cana-Bávaro, San Cristóbal, Gran Santo Domingo y principales municipios, Monte Plata, Sánchez Ramírez- Cotuí y Espaillat -Moca, Valverde, La Romana, Bahoruco, Hato Mayor, Seibo, San Pedro de Macorís, Peravia – Bani, Azua.

- **Suspensión de la actividad comercial de ciento un (101) establecimientos dedicados a la venta de alcohol presuntamente adulterado**, de los cuales 2 eran fábricas clandestinas, ubicadas en San Francisco de Macorís.
- **Sometimiento ante la Procuraduría General de la República de 32 establecimientos comerciales por venta de bebida alcohólica presuntamente adulterada**, a los fines de que en el ejercicio de sus atribuciones inicien la puesta en movimiento de la acción pública y el proceso judicial correspondiente en contra de los propietarios de estos establecimientos. **Cabe destacar que al final de cada semana, se remiten los documentos de los nuevos establecimientos cerrados en dicha semana.**
- Cantidad de inspecciones por bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas y falsificadas 330 al mes de noviembre. **Decomisos de 98 unidades de botellas de alcohol y toma de muestra de 3 botellas de bebidas alcohólicas que se presumen como ilícitas.**
- **Incautación de más de 2,500 botellas vacías y cajas de cartón cientos de miles de etiquetas y tapas, destinadas para la distribución del alcohol adulterado.**
- **Retención y embargo juntamente con el Ministerio Público de máquinas para re-etiquetar, computadoras e impresoras, así como**



equipos de destilación, químicos de fabricación y tanques con mezcla preparada.

De igual forma, debido a la situación de la venta de alcohol adulterado que ha generado la muerte de más de un centenar de personas a nivel nacional, se hizo necesario contratar los servicios de publicidad en medios de comunicación social, tales como televisión, radio y otros medios digitales, sobre la “Campaña de sensibilización relativo al consumo y venta del alcohol adulterado”, tema que ha sido declarado de seguridad nacional por parte del Gobierno Dominicano y en las que el Instituto Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor) juega un rol de vital importancia de orientación a la ciudadanía para evitar el consumo de estas bebidas fraudulentas.

A tales fines, se solicitó pauta mensual de colocación de publicidad con empresas de comunicación que tiene un alto nivel de audiencia a nivel nacional, para la difusión y divulgación de mensajes referentes a dicha campaña, de conformidad con el plan de medios aprobados por la Dirección Ejecutiva de Pro Consumidor.

3.1.3 Acción institucional en contra de la especulación de precios de los principales productos de la canasta básica

Ante la crisis generada por la pandemia del COVID-19, Pro Consumidor ha estado vigilante a que no se incurra en prácticas abusivas en la fijación de los precios de la canasta básica familiar, sobre todo en sectores vulnerables del país, donde residen las personas con menores recursos.

En ese sentido, se realizaron varios operativos mediante 340 inspecciones en contra de la especulación de precios en diversos



establecimientos de comercio en el Distrito Nacional y diferentes provincias del país, donde se encontraron no conformidades y acciones especulativas en la venta de productos de la canasta familiar, siendo objeto de medidas preventivas. Al tiempo que sometidos por denuncia ante el Ministerio Público por violación al artículo 419 del Código Penal Dominicano.

De igual forma, también se realizó un llamado a los dueños de negocios a desistir de estas acciones que perjudican a la población, principalmente a las familias de menos recursos económicos, que son la mayoría del pueblo dominicano.

3.1.4 Acción Institucional en contra de la venta no regulada de insumos para producir “ácido del diablo”

Durante el año 2021 se ha logrado reducir significativamente la cantidad de personas heridas, agredidas y/o muertos como consecuencia del producto “ácido del diablo”, gracias a la realización de 278 inspecciones en las principales ferreterías del país, donde fueron decomisados 253 de productos químicos utilizados para la fabricación del denominado “ácido del diablo” en presentaciones de 8 onzas, 32 onzas y 1 galón. Estos químicos fueron decomisados porque los negocios lo estaban comercializando sin la regulación establecida en la resolución 104-2010 dictada por el Consejo de Pro Consumidor. En este sentido, para tener mayores mecanismos de control y mejora de la misma, la actual Dirección Ejecutiva emitió la resolución No. 1060-2021 que modifica el dispositivo de la anterior resolución No. 104-2010, entre las que se contempla “prohibir la comercialización de destapadores de tuberías cuyos



ingredientes activos sean productos ácidos inorgánicos, como el sulfúrico, clorhídrico, nítrico y cualquier otro producto corrosivo ácido y de potencial daño a la salud y a la seguridad del consumidor o usuario”.

3.1.5 Acción Institucional en contra de la comercialización de medicinas no aptas para el consumo

Con el objetivo de fortalecer la defensa de los consumidores, para que cada persona reciba productos como medicamentos, en condiciones adecuadas y con la calidad necesaria conforme el marco normativo de la Ley 358-05 de protección al consumidor y usuario. Pro Consumidor, realizó amplios operativos en Moca, donde fueron decomisadas más de 30 mil cajas de medicamentos falsificados, vencidos y/o en estado de deterioro, así como una gran cantidad de muestras médicas que eran vendidas de manera irregular.

Entre los medicamentos decomisados, se encuentran pastillas para diferentes enfermedades, como la presión, colesterol, diabetes, la circulación, productos de higiene femenina, óvulos, oxigenadores cerebrales, vitaminas, calcio, mentol y otros.

Cabe mencionar que en procura de erradicar la venta de este tipo de producto en el marco de un orden social, se socializó con los propietarios de los negocios que venden medicinas en esta provincia y las autoridades locales, indicándoles que Pro Consumidor no bajará la guardia para combatir este flagelo y salvaguardar la vida de cada dominicano, por lo que continuamente estará realizando inspecciones hasta lograr gestionar que los establecimientos vendan productos que estén aptos para el consumo, así como que serán



clausurados de forma indefinida los que no cumplan con las diferentes normativas sanitarias.

3.1.6 Laboratorio de verificación de pesos y medidas

El Laboratorio de Verificación de Pesas y Medidas de Pro Consumidor, es el encargado de elaborar estudios de calidad de productos de consumo generalizado y de impacto en la nutrición, seguridad y economía. Con esta información, el consumidor puede hacer mejores elecciones de compra, ya que en los estudios se evalúan distintos productos y se constata que cumplan con los requerimientos establecidos para considerarse seguros, que proporcionen información veraz, que no sean un riesgo para la salud.

En cumplimiento de las disposiciones oficiales en materia de calidad y seguridad alimentaria, implementamos planes de muestreos en los diferentes productos de consumo de la canasta básica familiar, con la finalidad de evaluar la calidad e inocuidad de estos. Resaltando lo anterior, se han realizado las siguientes acciones:

- 21 verificaciones entre pesos y balanzas
- 03 toma de muestras de agua de un residencial en compañía de los inspectores, para ser llevadas al laboratorio para fines de análisis.
- 02 participaciones en reuniones de alto nivel del CODOCA, para discutir las normas técnicas de “NORDOM 1(1ra. Rev. Aguas potables, calidad de agua y hielo” y “NORDOM 39 (1ra. Rev.) Agua para uso doméstico-Muestreo”.



- 02 Reuniones para revisión de la NORDOM 778 para etiquetado de productos cosméticos.

3.1.7 Buenas Prácticas Comerciales (BPC)

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo, el cual permite garantizar la calidad e inocuidad, así como minimizar las probabilidades de riesgos y peligros en los productos que se comercializan, utilizando como estándares lo establecido en las normativas y reglamentos existentes en el país.

El fortalecimiento de las buenas prácticas se realiza a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas, que permiten identificar las oportunidades de mejoras en los establecimientos comerciales, a fin de garantizar que los productos comercializados no presenten riesgos ni nocividad para la salud de los consumidores.

Dicho esto, se han visitado y dado seguimiento a dos mil novecientos veintitrés (2,923) establecimientos comerciales, entre ellos Colmados, Bares, Restaurantes, Panaderías y Supermercados, y sectorizado en Zonas Geográficas del Gran Santo Domingo, la Región Norte – Cibao y la Región Este del País.

Intervención en comités técnicos de normas

De suma importancia hay que destacar nuestra participación en doscientos diecinueve (219) reuniones de Normas y Reglamentos Técnicos, con el propósito de participar en la elaboración y revisión de dichas normativas, a los fines que en las mismas se puedan garantizar los derechos de los consumidores en el país.



Capacitación a proveedores

En el marco de las funciones del Departamento de Calidad y Buenas Prácticas Comerciales, está la capacitación a los proveedores en los temas referentes a sus obligaciones y deberes frente a los consumidores, así como la promoción de las buenas prácticas comerciales. En ese sentido, durante los meses enero – diciembre se impartieron diecinueve (19) charlas y talleres en el Distrito Nacional, provincia Santo Domingo y el interior del país.

Participación en mesas de trabajo de BPC

Con el fin de velar y generar aportes de valor a problemas multifactoriales insurgentes que se vinculen directamente a los ciudadanos consumidores, tuvimos intervención en Mesas de Trabajo Conjuntas, detalladas a continuación:



Mesas de Trabajo	
Temática	Objetivo
Mesa de Mataderos y Mercados de la secretaria para la Soberanía y la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SETESSAN).	En esta reunión se llevó a cabo con el objetivo de preparar la agenda sobre las propuestas de los mercados que deben ser intervenidos por (CONASSAN) en la misma se escogieron los Alcarrizos, Puerto Plata, San Cristóbal y Guerra.
Seguimiento y Reactivación de MESA DE Coordinación Institucional para la SSAN, DE Información, educación Alimentaria y Nutricional.	Presentación de el plan de seguridad alimentaria a los nuevos puntos focales.
Reunión Ordinaria del Comité Nacional del Codex Alimentarios (CONCA).	Esta reunión se llevó a cabo para conocer los avances en el país de los puntos del Codex en República Dominicana.
Mesa de Trabajo para regular las Ventas de Alimentos en las Vías Públicas.	Se establecerá un control de registro de los vendedores ambulante, se diseñó un plan de capacitación sobre: Higiene y manipulación de los alimentos.
Mesa de Trabajo entre INTRANT, Ministerio de Turismo y Ministerio de Medio Ambiente.	Se acordó revisar los protocolos operativos que tiene el Ministerio de Turismo para el área de la playa y el del Ayuntamiento municipal de Boca Chica, se planifico actualizar los listados de los vendedores y establecimientos de comida, para así poder darle capacitación en los temas de inocuidad, higiene y buenas prácticas comerciales.
Reunión extraordinaria de la Comisión Técnica de Expertos (CTE) del Consejo Directivo del Consejo Dominicano para la Calidad (CODOCA).	Se aprobó La Política Nacional de la Calidad, La Política Nacional de Normalización, se aprobaron varias normas que estaban pendiente de aprobación, otras se mandaron a encuesta Publica.

Fuente: Base de datos del Departamento de Buenas Prácticas Comerciales

Revisión de Etiquetado

Verificamos las etiquetas en diferentes productos, cumpliendo con lo que establece la Nordom 53. Etiquetado General de los alimentos preenvasados.

Las misma se verificaron en veintiséis (26) supermercados a saber:

1. Hola (Av.) Nuñez de Cáceres).
2. Nacional (Av. Nuñez de Cáceres)
3. La Cadena (Av. Nuñez de Cáceres)
4. Dragón de Oro (Av. Rómulo Betancourt)
5. Bravo (Av. Enriquillo)
6. Plaza Lama (Av. Mella)



7. 100% (Av. Mella).
8. Caribe (Charles de Gaulle)
9. Olé (Autopista San Isidro)
10. Jumbo (Autopista San Isidro)
11. La Sirena (Autopista San Isidro)
12. Nacional (Av. Nuñez de Cáceres) Bravo (Rep. De Colombia)
sector alto de Arrollo Hondo.
13. Bravo (Los Ríos).
14. Carrefour (km. 9 ½ Autopista Duarte).
15. Supermercado Iberia (Hato Mayor)
16. Casa Mota (Hato Mayor)
17. Supermercado Empo (La Vega)
18. Supermercado La Vega Real (La Vega)
19. Supermercado Jarabacoa (Jarabacoa)
20. Supermercado la Sirena (Bani)
21. Supermercado Bravo (Bani)
22. Supermercado El Nacional (Santiago)
23. Supermercado Central (Santiago)
24. Supermercado Ana Isabel (Barahona)
25. Supermercado Everest (Barahona)
26. Supermercado Iberia (La Romana)

Cierre voluntario

Le hemos dado cierre voluntario por 24 y 48 horas a ochenta y seis (86) establecimientos comerciales por poner en riesgos la salud de los consumidores, de los cuales un 95% han subsanado las no conformidades detectadas en las visitas realizadas, una vez cerrado ellos envían las evidencias de las mejoras vías WhatsApp, se



analizan minuciosamente y por último se le autoriza la apertura de la comercialización.

3.1.8 Análisis de publicidad y precios

Todos los consumidores tienen derecho a la información veraz y comprobable para poder tomar las decisiones de consumo que más se acomoden a nuestras necesidades. Actualmente, Pro Consumidor tiene la facultad de realizar encuestas, análisis de precios, estudios de oferta y demanda de los bienes y servicios que por su incidencia en el gasto familiar sean considerados de referencia, realizar estudios de oferta y demanda de los bienes y servicios de mayor incidencia en el presupuesto familiar como de primera necesidad, con fines de orientación y educación al consumidor y a su vez verificar el cumplimiento de las disposiciones legales y vigentes en lo referente a las condiciones de la información, oferta, precio, publicidad y promoción de los productos y servicios que se comercializan en el mercado.

Sistema dominicano de información de precios

Nuestro rol principal está vinculado al monitoreo, análisis del comportamiento de precios y el acatamiento de la normativa vigente en lo referente a la veracidad de la publicidad, así como mantener al día el Sistema Dominicano de Información de Precios (SIDIP), que diariamente actualiza los precios de 110 productos alimenticios; semanal 60 colmados y 20 almacenes; mensualmente 339 precios de medicamentos, y 95 artículos ferreteros. Con el objetivo último que los consumidores accedan a productos y servicios, guiados por una información veraz y oportuna que les permita tomar mejores decisiones de consumo, donde sus intereses económicos no se vean afectados y puedan realizar compras inteligentes.



En este sentido, a inicios de noviembre se lanzó la nueva versión, SIDIP 2.0, integrada a la APP móvil, PROCO “APP” con el objetivo de facilitar el acceso de la ciudadanía a la información más relevante del mercado, en torno a la canasta básica, medicamentos y ferreteros. En lo referente a la divulgación que se realiza concerniente al tema del comportamiento de precios, se tiene en agenda, la introducción de la provincia de San Pedro al SIDIP, para esto incluiremos 2 supermercados de la zona y de esta forma dar cobertura y respuesta ante una necesidad de conocimiento e información de los consumidores de la dicha provincia.

Creación del Observatorio de Comparación de Precios de los Mercados Internacionales

Este nuevo aporte de Pro Consumidor a la ciudadanía, fue lanzando a finales del mes de noviembre con el objetivo de favorecer, además, la transparencia y racionalidad de la comercialización de producto, tratando de mantener la estabilidad de los precios, así como la mejorar de la competencia en beneficio de los consumidores.

Fue concebido, como una herramienta para monitorear los precios de los mercados internacionales de un listado de productos considerados básicos y proveer información para la toma de decisiones.

En la herramienta se puede visualizar comparativamente los precios internacionales de los principales productos básicos alimenticios en varios países de la región: Perú, Puerto Rico, Estados Unidos



(Nueva York), Salvador, Panamá y Guatemala; lo anterior, a fin de transparentar los precios, proporcionando una información útil y atenuando la asimetría de las informaciones que se pudieran presentar en el comercio.

Verificación de publicidad

Por otra parte, en materia de protección relativa a la publicidad y prácticas comerciales, en cuanto a la vigilancia del mercado, nos hemos enfocado en perseguir que la publicidad, las prácticas comerciales y el comercio electrónico se desarrollen ajustados a la normativa legal. Para esto hemos desarrollado una plataforma de monitoreo y registro diario que permite seleccionar aquellas piezas que infrinjan la norma sobre la publicidad, promoción, condiciones de la oferta e información contenidas en la Ley No. 358-05 y la resolución 016-2014.

Fruto de esta vigilancia del mercado de forma constante, se destaca la realización de 1,147 visitas de verificación por publicidad incluyendo por oficio, denuncias y reclamación. En adición a esto, se han examinado y verificado más de 4,901 piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional, radio, televisión abierta, catálogos, volantes, afiches y/o páginas web, y también el comercio electrónico. Dentro de este marco, se originaron 1,085 reportes de no conformidades en los cuales las principales infracciones a la normativa detectadas recaen en la falta de información en lo referente a las condiciones de la oferta, publicidad, promoción, uso de frases restrictivas y utilización de imágenes de forma ilustrativa.



Asimismo, como parte de erradicar los desajustes y/o malas prácticas comerciales en esa materia, se ejecutan programas preventivos los cuales se realizan en fechas estacionales, por ejemplo, la publicidad vinculada al Día de las Madres, San Valentín, Semana Santa, Día del Padre, Viernes Negro, entre otros. Tienen la finalidad de vigilar y monitorear las actividades del ámbito comercial, realizando las verificaciones y promoviendo las buenas prácticas comerciales a proveedores a través del Programa Publicidad Responsable.

Actualmente se han desarrollado **6 operativos estacionales** de los 7 programados y nos encaminamos a desarrollar el operativo de las festividades decembrinas. Con las acciones descritas, procuramos frenar las posibles trasgresiones a la ley en lo referente a las condiciones de la oferta, precio, publicidad y promoción, dar respuesta de forma oportuna las denuncias y/o reclamaciones que pudieran surgir durante el desarrollo de estas actividades comerciales y vigilar que los derechos y los intereses económicos de los consumidores no se vean afectados por estar expuesto ante una publicidad irresponsable y no veraz.

En adición a lo anterior expuesto, se ejecutan acciones derivadas de algún evento coyuntural o tomando en cuenta la vulneración de los derechos de una colectividad, y cuyo foco es vigilar el cumplimiento de las normas en materia de publicidad, establecidas en la Ley No. 358-05, identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de los consumidores contenidas en este tipo de publicidad y definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones en la publicidad.



Combate contra la publicidad no veraz

En términos de información en publicidad, el ámbito comercial ha mostrado avances significativos, y uno de ellos recae en que una parte de los proveedores ha entendido que las letras chicas o disclaimers deben ser colocados en letras y formatos legibles para el consumidor.

En ese mismo orden, y como parte del combate contra la publicidad no veraz, se diseñó la Guía para Proveedores en lo referente a las buenas prácticas comerciales “ Obligaciones de los Proveedores en Materia de Publicidad , Ofertas y Promociones para este Black Friday 2021’’, la cual está enmarcada en una serie de guías dirigidas al consumidor como parte del Programa Publicidad Responsable, con lo que buscamos promover, educar y concientizar a los consumidores sobre la publicidad engañosa y sus efectos.

Estos programas, han provocado loables resultados en comparación al 2020, donde se recibieron alrededor de 900 reclamaciones por esta causa, mientras este año, solo 6, evidenciando el ajuste que se ha logrado corregir en el mercado; estos resultados han sido producto del nuevo procedimiento de inspección y vigilancia en torno a la publicidad, ofertas y precios, implementado por la actual gestión y la colaboración de los sectores comerciales del país, quienes aprobaron el nuevo protocolo de verificación, supervisión y comercialización para mayor transparencia de las ofertas en beneficio de los consumidores del país.

De igual forma, paralelamente, seguimos concientizando a los proveedores de bienes y servicios a través de charlas y reuniones sobre sus deberes a través de la adopción de buenas prácticas



comerciales y la erradicación de prácticas abusivas que infrinjan la norma y donde se afecte los intereses económicos de los consumidores de bienes y servicios.

Pacto por una Publicidad Responsable

Como parte del compromiso que hemos adquirido, mediante la firma del Pacto Por una Publicidad Responsable con la Asociación de Agencias de Comunicación Comercial, de manera conjunta realizaremos acercamiento con las universidades para introducir el tema de la realización de una publicidad veraz dentro del programa de capacitación y formación de los futuros publicistas, con la intención de formar profesionales conscientes y empoderados de realizar una publicidad apegada a los principios establecidos en la normativa existente en materia de consumo.

3.1.9 Seguridad de Productos

La Seguridad de Productos ha sido un tema de crecimiento constante en República Dominicana, para que se promueva que todos los productos que se comercializan en el mercado nacional deben ser seguros, que no presenten riesgos o presente únicamente riesgos mínimos, compatibles con el uso del producto y, por lo tanto, estén libres de riesgos inadmisibles.

Los productos inseguros, generan un efecto directo en lo económico, social y en la vida de las personas; la globalización y la libre circulación de mercancías complejizan la problemática, por lo que, desde la institución tenemos el compromiso de seguir



trabajando con la ciudadanía, en especial con la población más vulnerable (niños y envejecientes), para que se tomen las precauciones necesarias y se disminuyan los accidentes de consumo.

Ante esta realidad, estamos trabajando de la mano con la Red de Consumo seguro y Salud y el Sistema de Alertas Rápidas de la OEA, para recibir información sobre productos que, en cualquier país, se detecten que podrían generar un riesgo, a fin de que vidas no sean lesionadas y lastimadas.

En ese sentido, se han publicado **16 alertas de seguridad de productos** en los medios de circulación nacional, trabajado de la mano con la Red de Consumo Seguro y Salud y el Sistema de Alertas Rápidas de la OEA, con el fin de ayudar a crear conciencia del efecto negativo directo que generan los productos inseguros en lo económico, social y la salud de las personas.

Participamos en el 100% de las reuniones Mensuales de la Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA (RCSS), y elaboramos Bimensualmente el Boletín de noticias en coordinación con Chile y la Secretaría Técnica, implementando cambios en la presentación del Boletín para mejorarlo y tener un formato de la portada diferente al ya existente, creando un Formulario en Google y link de enlace para facilitar y agilizar la recopilación de informaciones entre los países miembros de la red.

En lo que va de año 2021, se han elaborado y difundido cuatro (4) boletines informativos con el objetivo que los miembros de la RCSS



estén al tanto de las actividades que los homólogos estén realizando y puedan tomarse como ejemplo para iniciativas en cada país o jurisdicción, para intercambiar y aplicar mejoras en los procesos en los diferentes países.

Es nuestro deber, velar por el bienestar de los consumidores y mantenerlos informados a través de página web, medios impresos, medios televisivos y radiales, redes sociales y cualquier otra vía de comunicación de información, orientación y educación de la población sobre la inseguridad o existencia de riesgos en productos o servicios comercializados en el mercado local, así como también el posible ingreso al territorio dominicano de otros mercados de diferentes países y el efecto que causa en los consumidores.

3.1.10 Atención a Reclamaciones de Consumo

El objetivo de Pro Consumidor, es proteger los derechos de los consumidores y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones de consumo. Para cumplir cabalmente con este servicio a la ciudadanía, nuestra institución tiene diversos canales de acceso, tales como call center, servicio presencial, página web, chat institucional y redes sociales.

Luego de captadas las reclamaciones se da inicio al procedimiento conciliatorio, medio por el cual se procura que los consumidores y proveedores puedan acordar algún tipo de solución a las controversias que existan entre ellos. Este proceso es sencillo y



reúne a las partes involucradas en el conflicto frente a un agente conciliador de Pro Consumidor, los cuales deciden la solución del problema, levantándose un acta que tiene el mismo carácter de una sentencia judicial, de forma confidencial y reservada.

Con este mecanismo legal que Pro Consumidor pone a disposición de los ciudadanos se promueve la solución a controversias suscitadas entre consumidores y proveedores, lográndose así resultados a corto plazo que favorezcan a consumidores, evitando procesos judiciales en los tribunales, sin necesidad de abogados y de manera breve, rápida, fácil y gratuita.

El fortalecimiento de este proceso de Conciliación forma parte del compromiso de Pro Consumidor, es por esto que realizamos modificación en el procedimiento, relativos la medidas de seguridad del proceso con el objetivo de garantizar un entorno transparente y eficaz en el ofrecimiento de un servicio eficiente que da respuesta a las demandas interpuestas por los consumidores y usuarios y a la vez, generar credibilidad en las operaciones realizadas por la entidad para asegurar sus derechos, lo que se traduce en un empoderamiento creciente en la ciudadanía.

Gracias a las adecuaciones estratégicas en el procedimiento siempre dentro de lo que permite la norma, se ha logrado eficientizar el aumento de acuerdos conciliatorios entre las partes (consumidores y proveedores), y así lograr mayor armonía en torno al derecho de consumo nacional, esto sirve de modelo para otros estados con organismos similares en la región.

A raíz de esto, se ha logrado solo hasta noviembre del 2021 la devolución o retorno económico a favor de los consumidores la



suma de **RD\$414,497,319.63** monto equivalente al **141%** del presupuesto asignado a esta institución. Se obtuvo alrededor de más de un **82.27%** de conciliaciones en los casos presentados en la institución, alcanzando 2415 Acuerdos, 303 No Acuerdos, Desistimientos 152, Improcedencias 35, Desinterés 67, No Comparecencias 183, de un total en Sede de 2851 Reclamaciones recibidas. Tuvimos un total de 321 Casos de Mediaciones entrantes, de los cuales 200 (62%) fueron Acuerdos y 121 (38%) Mediaciones Infructuosas o No Acordadas. En tanto las oficinas provinciales obtuvieron los siguientes resultados 92 Desistimientos, 20 Improcedencias, 67 Desinterés, 53 No Comparecencias, de un total de 1334 Reclamaciones recibidas. Esto quiere decir que la institución aumentó considerablemente sus estadísticas y, por consiguiente, impactó positivamente a más consumidores y usuarios que requirieron los servicios de conciliación.

Los datos de Improcedencias, Desinterés, Desistimientos, Proveedores o Consumidores No localizados, así como las mediciones que son mecanismos alternativos de resolución de conflictos en el cual el Departamento de Conciliación solo interviene con los abogados o agentes conciliadores como simples mediadores, sin que el proceso pueda tener un carácter con los mismos procedimientos que subsiguientes que se usan para las reclamaciones, por lo que, las partes solo se circunscriben a acordar o no acordar, y en ambos casos, concluye el proceso sin mayores gestiones o trámites administrativos. En esos diferentes casos, escapa al control y técnicas procedimentales que se utilizan como mecanismos para lograr la armonía de derechos entre consumidores y proveedores de parte de los abogados o agentes del organismo de conciliación de Pro Consumidor.



Pro Concilia que es una plataforma web donde los consumidores y proveedores tienen la oportunidad de solucionar, con la intervención de un agente conciliador, las controversias suscitadas en la relación de consumo entre ambos, con la pandemia es mucho más demandada tanto por los consumidores como por los proveedores, ya que como institución sensibilizamos a las partes sobre la necesidad de utilizar dicha herramienta para contribuir con el distanciamiento social, lo cual facilita el acceso a los servicios de solución de conflictos entre proveedores y consumidores y ofreció a la ciudadanía la opción de asistir desde cualquier lugar de forma online, agilizando el proceso y evitando la posibilidad de contagios.

Con Pro Concilia la ciudadanía dominicana obtiene beneficios tales como:

- Ahorro en costos de traslado e inversión de tiempo para la solución de conflictos.
- Diminución de las Incomparecencias.
- Agilización de proceso de solución de conflictos.
- Mayor accesibilidad al procedimiento de conciliación.

El organismo de conciliaciones bajo la Dirección e instrucciones del Dr. Eddy Alcántara Castillo, ha logrado en este último año, agilizar la respuesta a los procesos en favor de los consumidores, sin perder de vista la objetividad e imparcialidad que permiten mantener la protección de los consumidores y la armonía con los proveedores, de forma tal que a la misma vez no se lacere el comercio nacional que es base fundamental de nuestra economía. Así de igual manera, se ha logrado reducir a la más mínima



expresión la burocracia administrativa en torno a los procedimientos relativo a los reclamos.

3.1.11 Educación en Materia de Consumo

El COVID-19 ha inducido una crisis sin precedentes en todos los ámbitos, en la educación, esta emergencia ha dado lugar al cierre masivo de las actividades presenciales de instituciones educativas públicas y privadas con el fin de evitar la propagación del virus y mitigar su impacto.

En el ámbito educativo, la institución adoptó medidas ante la crisis que se relacionan con la suspensión de las clases presenciales en todos los niveles, lo que ha dado origen al despliegue de modalidades de aprendizaje a distancia, mediante la utilización plataformas virtuales.

Iniciamos el año con actividades de charlas y talleres educativos, sobre Los Derechos de los Consumidores, Manipulación de Alimentos en el Hogar, Finanzas Personales, Comercio Electrónico, Publicidad Engañosa e Importancia del Etiquetado, logrando impactar hasta el mes de **noviembre** más de **7,839** personas entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante **281** acciones formativas.

Entre las alianzas interinstitucionales logradas en este año cabe destacar que realizamos 03 talleres: “Construye tu Salud Financiera” dirigido a servidores públicos del Ministerio de Educación (MINERD) para dar a conocer a los servidores, los conceptos básicos de finanzas personales, la administración del



dinero, de forma fácil y sencilla que les permita aplicarlos en su vida cotidiana y así reconstruir su salud financiera.

De igual forma, participamos en la séptima versión de la Semana Económica y Financiera 2021, en busca de orientar a los participantes sobre finanzas personales y gastos hormigas, con el fin de optimizar sus recursos monetarios y la salud financiera. durante la transmisión en vivo se logró impactar más de 500 personas.

En adición a lo anterior, se realizaron 06 Jornadas Comunitarias de Educación en diferentes barrios y sectores del Gran Santo Domingo logrando impactar miles de ciudadanos. Nuevamente la Pandemia Covid-19, ha imposibilitado seguir teniendo contacto directo con las personas y las actividades comunitarias fueron canceladas por los protocolos de la epidemia.

Asimismo, se produjeron Contenidos Educativos de Orientación Ciudadana, algunos de ellos siendo utilizados por el Depto. de Comunicación para las campañas de temporadas las cuales debido a la pandemia fueron desarrolladas de manera virtual. En febrero llevamos a cabo la Festividad de San Valentín, bajo la Campaña Virtual “Conquista a Cupido sin Afectar tú Bolsillo” así como también “Inicia el año con buen Pie en tus finanzas Personales”, “Consejos al momento de disfrutar el fin de semana largo, resorts, villas y hoteles”, Consejos para el Viernes Negro, entre otros.

Durante el año se diseñaron nuevas acciones formativas (Charlas) dirigidas a lo interno de la institución: Charla Liderazgo y Motivación, Charla Comunicación Efectiva, Charla Trabajo en



Equipo y Charla para asociaciones de consumidores “El Poder del Consumidor Organizado”.

De la mano con las festividades de temporada llevamos a cabo dos programas en vivo a través de la red social Instagram:

- Programa en Vivo Campaña de San Valentín 2021 “Conquista a Cupido sin Afectar tú Bolsillo”.
- Programa en Vivo Derechos de los Consumidores ante la Compra de Bienes y Servicios.

3.1.12 Fomento de Asociaciones de Consumidores

La persona es el centro de la relación de consumo. La compra de bienes y el pago de servicios son actividades que vinculan a los seres humanos en todo el planeta, por lo que su protección representa grandes retos a las autoridades. Conscientes de ello, desde Pro Consumidor propiciamos la creación de asociaciones de consumidores que son organizaciones de la sociedad civil que promueven los derechos de los consumidores y coadyuvar a la administración en ese fin.

Es por eso que se realizó a mediados de año un gran encuentro con representantes de varias asociaciones de consumidores en busca de un acercamiento, presentación de las nuevas autoridades de la institución y las estrategias que se estarán llevando a cabo; con el objetivo de apoyarlos para fomentar el funcionamiento de las asociaciones de consumidores existentes y la creación de al menos tres (3) nuevas y obtener el apoyo de las asociaciones para la celebración de la asamblea, que se celebró a inicios de agosto.



En esta asamblea se eligió entre las Asociaciones de Consumidores debidamente representadas la terna que posteriormente fue enviada a la Presidencia de la República para se elija a los dos (2) representantes de los consumidores Miembros del Consejo Directivo de PRO CONSUMIDOR.

Por su parte, en el mes de noviembre, como estrategia para educar y empoderar a la población consumidora, en conjunto con las Asociaciones de Consumidores se realizó la charla educativa “COMERCIO ELETRONICO EN BLACK FRIDAY” con un amplio contenido didáctico perfecto para transmitir conocimientos actualizados a la población a consumir de manera inteligente y para que cuenten con las herramientas que les ayuden a protegerse de los delitos cibernéticos.

el compromiso es trabajar unidos para elaborar políticas efectivas para atender las necesidades de los consumidores, con especial atención en los más vulnerables, forjando relaciones de consumo más equitativas, que favorezcan el bienestar económico y social de todos los dominicanos.

3.1.13 Ampliación del alcance provincial

En el marco de las actividades realizadas durante el año 2021, cabe destacar las aperturas de oficinas de Pro Consumidor a nivel provincial. Podemos mencionar el logro de inaugurar 4 nuevas oficinas provinciales (Punta Cana, Puerto Plata, La Vega y Moca), aumentando el acceso y cobertura de nuestros servicios, en el marco de la territorialización de las políticas públicas, elemento clave en la actual gestión del cambio.



Lo anterior, debido a que, a nuestra llegada a la institución, la mayor parte del presupuesto estaba comprometido, las nuevas oficinas inauguradas. Fueron resultado de la colaboración y apoyo de las diversas gobernaciones, así como instituciones públicas del gobierno central, obteniendo en algunos casos los locales e inmuebles, optimización el presupuesto institucional.

De igual manera, en miras a seguir expandiendo y acercar nuestros servicios a los consumidores con los estándares de calidad, tenemos como proyecto implementar aperturar oficinas de Pro Consumidor en zonas estratégicas como son las provincias de Dajabón, Monseñor Nouel, el municipio de Jarabacoa y otros pueblos, con el objetivo de poder abarcar un trabajo más eficiente en defensa y protección de los derechos de los consumidores en todo territorio nacional.

En un plazo de dos años, el objetivo es poder tener presencia en más de 24 oficinas de Pro Consumidor a la disposición de la ciudadanía en todo el país y estamos trabajando para lograrlo, con el apoyo del Excelentísimo Sr. Presidente, Luis Abinader.

IV. Resultados Áreas Transversales y de Apoyo

4.1.1 Desempeño Área Administrativa y Financiera

Esta institución se ha desempeñado financieramente dentro del marco normativo existente ejecutando cada gasto con la calidad necesaria para satisfacer la demanda institucional, la transparencia y eficiencia del mismo. Nos hemos manejado dando cumplimiento a



todas las exigencias de los Órganos Rectores (DIGEPRES, DIGECO, Contraloría General de la República, MAP y DGCP). -

Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor

Enero-Octubre del año 2021

Ejecución de Gastos y Aplicaciones Financieras

en RD\$

Detalle	TOTAL
2 – Gastos	198,889,064.50
2.1 - Remuneraciones Y Contribuciones	167,059,324.48
2.2 - Contratación De Servicios	21,855,480.46
2.3 - Materiales Y Suministros	7,862,579.66
2.4 - Transferencias Corrientes	230,000.00
2.6 - Bienes Muebles, Inmuebles E Intangibles	1,881,679.00
Total En Gastos	198,889,064.50

Fuente: Dpto Financiero.

Hemos ejecutado a nivel del devengado al 30/10/2021 en el objeto del gasto de remuneraciones y contribuciones un total de RD\$167,059,324.48 (Ciento sesenta y siete millones cincuenta y nueve mil treientos veinticuatro con 48/100). En el objeto del gasto de Contrataciones de Servicios se ha ejecutado el total de RD\$21,855,480.46 (veintiún millones ochocientos cincuenta y cinco mil cuatrocientos ochenta con 46/100). De igual manera en el objeto de Materiales y Suministros el total de RD\$7,862,579.66 (Siete millones ochocientos sesenta y dos mil quinientos setenta y nueve con 66/100), en el objeto de Transferencia corriente el total de RD\$230,000.00 (Doscientos treinta mil con 00/100), y en el objeto de Bienes Muebles e Inmuebles la suma de RD\$1,881,679.90 (Un millón ochocientos ochenta y un mil seiscientos setenta y nueve con 90/100).

Para un total devengado de RD\$198,889,064.50 (Ciento Noventa y ocho millones ochocientos ochenta y nueve mil sesenta y cuatro 50/100) equivalente a un 68.24% y obteniendo una puntuación de



100% en el IGP2, correspondiente a la correcta publicación de las informaciones presupuestarias en el portal de transparencia, en los tiempos establecidos.

Las cuentas se han mantenido con balances por un valor de RD\$20,232,651.09 (Veinte millones doscientos treinta y dos mil seiscientos cincuenta y un pesos con 09/100) en fondo general, la cantidad de RD\$7,927,818.58 (Siete millones novecientos veintisiete mil ochocientos dieciocho pesos con 58/100) y un total de RD\$43,490.11 (Cuarenta y tres mil cuatrocientos noventa pesos con 11/100) con el fin de poder cumplir con los compromisos contraídos y por generar a nivel institucional dando cumplimiento al decreto 15-17, según constan en el siguiente detalle:

Cuenta Única	Cuenta Colectora	Cuenta Operativa/Anticipo
20,232,651.09	7,927,818.58	43,490.11
RD\$20,232,651.09	RD\$7,927,818.58	RD\$43,490.11

Fuente: Dpto Financiero.

La institución da cumplimiento a la política de pago de establecida por el órgano rector la Tesorería Nacional, y ha mantenido un balance por pagar manejable y en cumplimiento a las normativas vigentes para un total por pagar de RD\$8,057,160.46 (Ocho millones cincuenta y siete mil ciento sesenta pesos con 17/100), según detalle de antigüedad:

Detalle	Antigüedad				
	1 al 15	16 al 30	31 al 60	61 a 90	Más de 90
CUENTAS POR PAGAR	6,024,763.42	440,447.36	1,591,949.68	0.00	0.00

Fuente: Dpto Financiero.

4.1.2 Desempeño de los recursos humanos



Comportamiento de los subsistemas de RRHH

La estructura del departamento de Recursos Humanos como órgano responsable del comportamiento organizacional de la institución, esta agrupada en subsistemas, que garantizan el seguimiento al desempeño de los colaboradores, para alcanzar de manera más eficaz los objetivos organizacionales.

A raíz de la entrada de la nueva gestión directiva en la institución, desde inicios del 2er. Trimestre del año, se han realizado mejoras en los procesos y adecuación de los subsistemas de Recursos Humanos.

Se incorporo el subsistema de nóminas al departamento de recursos humanos en el mes de julio, lo que agiliza los procesos de pagos a los colaboradores y se valida el control del personal en este sentido.

Dentro estos subsistemas se encuentra la Evaluación del Desempeño, la cual se encuentra en proceso de realización de acuerdos de desempeño 2022.

Asimismo, en el subsistema de Capacitación y Entrenamiento, estamos adecuando el plan de capacitaciones anual con más de un 90% de cumplimiento al cierre del 3er trimestre.

De igual forma, se han atendido las demandas de personal para la mejora de los procesos, con la incorporación de nuevos talentos, mediante el proceso de reclutamiento y selección.

Análisis de los resultados del SISMAP

El SISMAP es un sistema de monitoreo para medir los niveles de desarrollo de la gestión pública, y el mismo está integrado por

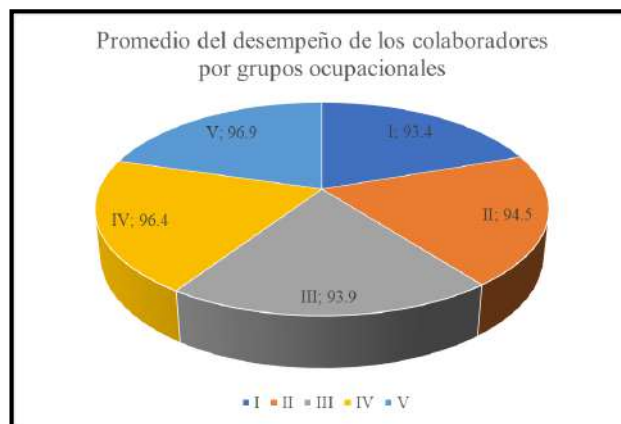


nueve (9) Indicadores Básicos de Organización y Gestión y veintiocho (28) Sub-Indicadores, cuyo cumplimiento es medido en una escala de colores similar al semáforo, con rangos de valores que van desde 0 hasta 100.

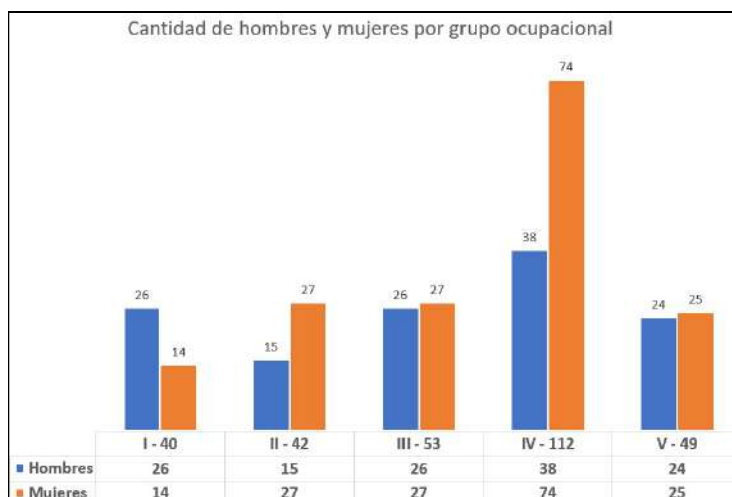
En la actualidad la institución cuenta con un 91% de cumplimiento en el sistema de monitoreo y medición de la gestión pública, gestionado por el Ministerio de la Presidencia. Todo lo anterior evidencia que este instituto trabaja con orientación a resultado y al comparar la ejecución física respecto a los recursos presupuestarios que nos son asignados, resulta en que se traduce en un alto costo efectividad. Al cierre de noviembre tuvimos una calificación de 81%.

Desempeño de los colaboradores por grupo ocupacional

A continuación, se presentan en gráficos el promedio del desempeño de los colaboradores por grupo ocupacional, desde el grupo I hasta el V, y la cantidad de hombres y mujeres dentro de la misma temática expresada anteriormente, del año 2020, las evaluaciones del presente están en proceso.



Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH



Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH

4.1.3 Desempeño de los procesos jurídicos

La Dirección Ejecutiva juntamente con el Departamento Jurídico haciendo uso de las atribuciones que nos confiere la ley 358-05 conoce por la vía administrativa las infracciones por incumplimiento a las disposiciones sobre los derechos de los consumidores y usuarios establecidas por la citada ley, garantizando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre los proveedores, consumidores de bienes y usuarios de servicios de la República Dominicana.

A la fecha, la Dirección Ejecutiva ha emitido **ochocientas (800)** resoluciones dirimientes en respuesta a las reclamaciones interpuestas por consumidores que sus derechos han sido vulnerados.

De igual manera, se analizan los expedientes que derivan de las inspecciones realizadas por el Departamento de Inspección y Vigilancia, las cuales posterior al referido análisis conllevan a la emisión de Resoluciones de Suspensión de Actividades



Comerciales, Resoluciones de Procedimiento Administrativo Sancionador, Reinicio de Comercialización y Cartas de Advertencias, según corresponda.

En el periodo Enero-noviembre, se han emitido **trecientos sesenta y cuatro (364)** Resoluciones Sancionatorias por concepto de hallazgos de plagas, productos vencidos y/o en mal estado, y condiciones de inocuidad en los alimentos. Asimismo, se dictaron **doscientos catorce (214)** resoluciones ordenando la suspensión de la comercialización por hallazgo de plagas e insalubridad en los establecimientos inspeccionados, así como no conformidades a lo establecido en la ley. Por su parte, a la fecha se han emitido **ciento noventa y dos (192)** Resoluciones de Reinicio de Comercialización una vez se comprueba que los proveedores han corregido las no conformidades a la normativa de consumo.

Asimismo, con la finalidad de comprobar la no existencia de cláusulas abusivas que pudieran ir en perjuicio del consumidor o usuario en los contratos de adhesión, se emitieron **setenta y tres (73)** Resoluciones de Registro de Contratos de Adhesión. En tanto que, la Dirección Ejecutiva, hasta el mes de noviembre del presente año, ha emitido un total de **mil seiscientas cuarenta y tres (1,643) Resoluciones.**

Por otro lado, a solicitud de los proveedores, el Departamento Jurídico realiza el análisis de las bases promocionales de los concursos, rifas y sorteos, a los fines de que estos no contengan cláusulas abusivas o publicidad engañosa. En este año se han emitido **seiscientos cuarenta y ocho (648)** Registros de Rifas y Concursos.



En otro orden, como resultado de las del pago de las sanciones impuestas a los establecimientos comerciales, mediante acuerdo de pagos, a la fecha se ha recaudado un total de Cinco Millones Seiscientos Diez Mil Seiscientos Sesenta y Ocho Pesos con 00/00 **(RD\$5, 610,668.00)**.

Convenios y acuerdos interinstitucionales

Pro Consumidor, con el objetivo de realizar mejoras continuas en el desarrollo de los servicios de la institución, ha gestionado acuerdos de colaboración con instituciones públicas. Durante este año destacamos los siguientes:

- Pro Consumidor y la Administradora de Subsidios Sociales (ADESS), firmaron un convenio interinstitucional, con la finalidad de garantizar un suministro correcto de los productos que los beneficios de los programas sociales adquieren, a través de las ayudas que impulsa el Gobierno Dominicano.
- Pro Consumidor y la Oficina Gubernamental de Tecnología de la Información y Comunicación (OGTIC), firmaron un acuerdo Interinstitucional, con el objetivo de desarrollar varios programas técnicos en la entidad defensora de los consumidores, a fin de que las informaciones administrativas y de servicios sean más seguras, ágiles y eficientes en beneficio de los usuarios.
- Pro Consumidor y el Ministerio de Administración Pública (MAP), firmaron un acuerdo para aplicar la Evaluación del Desempeño Institucional (EDI) mediante la formulación de un plan de mejora institucional que fomentara la mejora de los servicios ofrecidos a la ciudadanía.



- Pro Consumidor y el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) establecieron una mesa de trabajo para la elaboración de protocolo de acción entre ambas entidades, con la finalidad de orientar las reclamaciones y denuncias de los usuarios con el objetivo de atender por canales múltiples a los usuarios y aumentar el retorno económico a los mismos, producto de conflictos en las relaciones de consumo.
- Pro Consumidor ha establecido un acuerdo con CONATRA con el objetivo de aumentar las supervisiones a las estaciones de expendio de combustibles en todo el territorio nacional, para garantizar que los productos derivados del petróleo se comercialicen con la cantidad y calidad requerida para los consumidores.
- Pro Consumidor y el Instituto Dominicano para la Calidad (INDOCAL) acordaron desarrollar acciones conjuntas para controlar, verificar e implementar controles metrológicos en el pesaje de los productos en beneficio de los consumidores.
- Pro Consumidor, y la Defensoría del Pueblo acordaron que ambas instituciones trabajarían de manera conjunta en defensa de los usuarios y los consumidores con el objetivo de proteger la salud, seguridad e intereses económicos de los mismos.
- Pro Consumidor y la Superintendencia de Seguros sentaron pasos para un acuerdo interinstitucional con miras a garantizar soluciones a los usuarios de seguros, específicamente mediante el abordaje de temas relativos a los contratos de adhesiones y los arbitrajes sobre los reclamantes de las compañías de seguros en liquidación.



- Pro Consumidor y El Instituto de Innovación en Biotecnología e Industria (IIBI), mediante un convenio suman esfuerzos para la ejecución de programas y proyectos que promuevan la investigación, análisis científico y pruebas de laboratorio.
- Pro Consumidor y la International Executive Service Corps (IESC) se comprometen a impulsar planes de acción enfocados a educar e informar a los consumidores dominicanos sobre el tema de calidad e inocuidad alimentaria.
- Pro Consumidor y el representante en la República Dominicana de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) acordaron trabajar en conjunto para promover alimentos saludables y seguros para los consumidores.

4.1.4 Desempeño de la tecnología

Agilizar los procesos y facilitar los servicios internos y externos de la institución, han sido siempre nuestro objetivo como institución, por lo cual en el departamento continuamos innovando, creando e implementando nuevas tecnologías y continúa transformándose para el cumplimiento de cada una de las normas que nos rigen a través del departamento de tecnología.

A continuación, presentamos los logros de los proyectos ejecutados y/o en curso de este instituto:

Activación y proceso de educación al usuario del sistema de tickets de Tecnología.

- Después de su puesta en marcha, se ha totalizado la captura de las solicitudes de soporte técnico, atendiendo el 100% del total de 1862 tickets desde el 1ro de enero al 1ro diciembre



2021. Adicionalmente se ha incorporado al sistema de tickets las notificaciones continuas por correo electrónico que indican al usuario en todo momento quien tiene su solicitud y el estatus de esta, facilitando la comunicación entre usuario/técnico y haciendo el proceso más fluido.

Creación del Sistema de Compras y Mensajería Interna de Pro Consumidor.

- Este sistema digitaliza el proceso de solicitud de compra interna de Pro Consumidor, dando la posibilidad de llevar un control de los casos y estadísticas del número de solicitudes realizadas. Además, tendrá la capacidad de ayudar a la división de correspondencias, a digitalizar las correspondencias a entregar internamente y asignarle un código. Después de un replanteamiento del proceso de compras, se decidió adquirir con el apoyo de OGTIC firmas digitales, para poder ser usadas en el sistema, actualmente nos encontramos en un 60% del progreso.

Entre los cambios e implementaciones en la infraestructura de la institución en la sede y oficinas regionales:

Adquisición de Impresoras nuevas, Adquisición de nuevo servicio de contratación de impresoras lo que se traduce en un ahorro presupuestal anual de más de 2 millones de pesos y actualización de los equipos que se encontraban en mal estado o sin función. Proceso completado en un 100% y en funcionamiento.

Actualización de los equipos (Laptops, Tablets y Computadoras de escritorio) Adquisición de nuevos equipos de trabajo, para la mejora y sustitución de los equipos que se encuentren



desactualizados. Equipos recibidos por parte del proveedor y distribuidos a los distintos departamentos que requerían actualización de equipos, incluyendo las oficinas provinciales.

Formulado el proyecto de Cableado estructurado, Como parte de los avances y mejoras que tecnología espera implementar, se encuentra la sustitución de todo el cableado, antiguo y en mal estado y para esto estamos en proceso de cotización del cableado estructurado, que servirá para mejorar en un 100% la red interna de la institución. Se realizaron los levantamientos de lugar y se obtuvieron cotizaciones ejemplares para los fines para ejecutar el próximo año por temas presupuestarios.

Interconexión telefónica con las oficinas regionales, se adquirieron los periféricos necesarios para la interconexión con todas las regionales, actividad que permitirá la unificación de todas las sucursales de Pro Consumidor dentro de la Central Telefónica En proceso de instalación. Actividad en un 40%.

Certificaciones:

- **Nortic A3:** Relacionada al servicio de transparencia, expiró este año y fue solicitada su renovación el 29 del mes de junio de 2021, el 15 de septiembre del 2021 se recibieron modificaciones y sugerencias a ejecutar previo a la aprobación. El 8 de octubre de 2021 se enviaron las modificaciones solicitadas, recibiendo el 28 de octubre el acuse de recibo. El 11 de noviembre se envió un correo para recibir respuestas, aún estamos a la espera.
- **Nortic A2:** Correspondiente al portal institucional fue sometida para su evaluación final el día 27 de Julio 2021,



después de recibir las revisiones y solicitudes de modificación, iniciamos un largo proceso de reestructuración del portal institucional, para dar cumplimiento a todos los puntos señalados. Actualmente nos encontramos en un 95% de culminado.

- **Nortic E1:** Correspondiente a las redes sociales de la institución, fue sometida para su aprobación el 9 de julio de 2021, el 4 de octubre 2021 fue aprobada con éxito, estamos a espera de la certificación.
- **Nortic A4:** Actualmente activa.

Resultados obtenidos en el Índice de Uso de TIC e Implementación de Gobierno Electrónico (iTicge)

- Nos encontramos en números positivos con índice de uso TIC para el 2021 para Pro Consumidor que es actualmente 82.69, estamos a la espera de la certificación de la Nortic A3 que se encuentra en proceso de evaluación. Se estima que cerraremos el 2021 con una puntuación por encima de 85 para subir unos 10 escalones en el ranking de posiciones del SISTICGE.

4.1.5 Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional

Pro Consumidor cuenta con un sistema de Planificación y Desarrollo Institucional, acorde a la resolución no.14-2013 del MAP y MEPYD. Todas las áreas misionales se rigen por un Plan Operativo Anual vinculado al Plan Estratégico Vigente. El POA se monitorea semestralmente, teniendo un cumplimiento proyectado



para el primer semestre de más de 80%. De igual forma mensualmente se da seguimiento a los entregables realizados por cada área.

A continuación, se detallan algunas de las principales actividades realizadas por las áreas que componen el sistema:

a) Resultados de las Normas Básicas de Control Interno

Hasta la fecha, y según la Contraloría General de la República, este Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), no se encuentra dentro de las primeras 100 organismos del estado de los cuales se diera inicio las nuevas evaluaciones de dichas normas. No obstante, la institución cuenta con un sistema de documentación robusto, muestra de ello es que en el anterior sistema de NOBACI se tenía una puntuación de 94%; de igual forma se ha solicitado en reiteradas ocasiones que nos encontramos atentos y disponibles para comenzar las modificaciones, actualizaciones y correcciones de lugar.

b) Resultados de los Sistemas de Calidad

Se ha realizado el cumplimiento del plan de documentación vigente se elaboraron 6 nuevos procedimientos y se evaluaron o modificaron 29 procedimientos e instructivos, con esto se trabajaron un total de 35 documentos el área de Desarrollo Institucional y Calidad en la Gestión.



Capacitación masiva a nuevos colaboradores sobre todas las normas, procedimientos y leyes necesarias para el correcto cumplimiento de sus funciones. Un total de 25 capacitaciones.

Realización de auditoría interna realizada del 26 al 28 de abril a los departamentos de Inspección y Vigilancia, Recursos Humanos, Compras, y Tecnología de la información. Los meses siguientes realizamos el cierre efectivo de acciones correctivas derivadas de ésta.

Asimismo, se gestionó la aprobación de la autoevaluación CAF (acuerdo interinstitucional con el MAP) y plan de mejora con 15 acciones de mejora. Actualmente estamos en ejecución del plan de derivado de la autoevaluación CAF 2022.

Importante destacar también que el Organismo Dominicano de Acreditación ODAC realizó a Pro Consumidor la auditoría de seguimiento 02 con el objetivo de Evaluar la continuidad del sistema de gestión del OEC, Departamento de Inspección y Vigilancia del Pro Consumidor, expediente OI-003, en el cumplimiento de la norma NORDOM ISO/IEC 17020:2012, los criterios y las políticas emitidas por el ODAC.

Dentro de los aspectos verificados se pueden destacar:

- Compromiso demostrado por la Alta Dirección del Departamento de Inspección y Vigilancia de Pro Consumidor, OI-003, con el Sistema de Gestión implementado y su mejora continua.
- Compromiso demostrado por el personal del Departamento de Inspección y Vigilancia de Pro consumidor, OI-003, en la implementación del Sistema de Gestión.



- La Atención y colaboración del personal del Departamento de Inspección y Vigilancia de Pro Consumidor, OI-003, para lograr que se lleve a cabo esta Evaluación de seguimiento 2.

c) Acciones para el fortalecimiento institucional

- Creación de instructivo sobre estatus de reclamación, el cual mejora la comunicación con el usuario de forma que esté enterado del estatus de su reclamo y no comprometa la confidencialidad del proceso.
- Recepción por primera vez en la historia de la institución, de dos reconocimientos a nivel de sellos de plata, por postulación al premio de Buenas Prácticas Inclusivas “RD Incluye 2021”:
 - Sensibilización/Concientización: La institución promueve los cambios en las actitudes y mentalidades, mediante la toma de conciencia del concepto real de discapacidad y de los derechos de esta población.
 - Trabajo: La institución promueve el autoempleo, la inclusión laboral de las personas con discapacidad en un entorno laboral regido por un trato digno y sin discriminación, brindándoles la oportunidad de desempeñar una labor u ocupar un puesto que esté acorde con sus competencias, contar con espacios sin barreras, así como con herramientas de trabajo adaptadas y ser remunerados de acuerdo con la posición que ocupan.
- Implementación de mejoras en torno al clima organizacional, entre las cuales está, el reconocimiento a colaboradores de



alto desempeño y la creación del Comité de Cultura Organizacional.

- Formulación de los proyectos para la implementación de la ISO 9001-2015, ISO 37001-2016 e ISO 19600-2014.
- Desarrollo de un programa de ética gubernamental y transparencia para los colaboradores, de modo que se fomenten estos principios como pilares de esta gestión.
- Proyecto de aumento de la eficiencia administrativa, que incluye mejoras de los procesos de transportación, gestión de caja chica, gestión de viáticos y gestión de caja general.
- Sometimiento de Carta Compromiso al ciudadano, con el objetivo de cumplir con las mejores buenas prácticas de calidad y mejorar el servicio a los ciudadanos.
- Coordinación de una auditoria privada de los estados financieros del periodo 2018-2020.

d) Cooperación Internacional

En el marco de la gestión de las relaciones internacionales, destacamos:

- Participación en las reuniones mensuales de la Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA (RCSS), para tratar asuntos de mejora en el boletín y links de consultas de alertas de productos, donde también el director ejecutivo de Pro Consumidor indicó que la institución está comprometida ante el reto de velar por la comercialización de productos seguros y buscar cooperación a nivel regional para resguardar la salud de los consumidores.



- Ponencia por parte de la Dirección Ejecutiva en la Quinta Sesión del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Políticas de Protección al Consumidor, a Celebrada en Ginebra, Suiza los días 05-06 de Julio 2021, en la Sala XIX de las Naciones Unidas (UNCTAD). Sobre el tema “Informe de los grupos de trabajo sobre seguridad de los productos de Consumo: modalidades para la prevención de la distribución trasfronteriza de productos de consumo inseguros y sobre protección del consumidor en el comercio electrónico”.

En el mismo pleno de la sesión del grupo de trabajo de la UNCTAD acogió las propuestas que hizo la República Dominicana, respecto a que se orienten todos los esfuerzos de la mesa de trabajo a favor de legislar el comercio electrónico transnacionalmente, es decir entre los diferentes países.

- Participación en mesas de trabajo del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales del Consumidor (FIAGC), donde se trató el tema de Grupos Consumidores Vulnerables.
- Designación por parte del FIAGC cómo líder de la mesa de trabajo 2021-2022 de los grupos “Comercio Electrónico Transnacional” y “Publicidad Engañosa” con miembros de otros países de la región.

Bajo supervisión del Departamento de Planificación y Desarrollo, la División de Cooperación Internacional y Seguridad de Productos, continúa gestionando aportes, recursos técnicos, financieros y no financieros, no reembolsables, con la finalidad de apoyar los objetivos estratégicos de la institución, y dar seguimiento a los



proyectos de desarrollo aprobados por los organismos homólogos y de colaboración bilateral tanto nacionales e internacionales.

Teniendo en consideración que algunas de las acciones de cooperación internacional se han visto afectadas en su desarrollo, por las consecuencias nacionales e internacionales de la pandemia COVID-19.

Muchas de las actividades planeadas para la cooperación internacional, se han visto canceladas o pospuestas, sin embargo, muchas otras surgieron de manera virtual, como el acercamiento con instituciones homologas para enfrentar la realidad en la que nos introdujo la pandemia, y darle continuidad a los objetivos y planes trazados.

Otro resultado relevante para el país en el marco de la cooperación internacional gestada por Pro Consumidor, es que la República Dominicana fuera incluida en el Logo del Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana (CONCADECO), dado a conocer en la 7a Reunión Ordinaria de Titulares donde se presentaron propuestas del plan de Trabajo para el siguiente periodo, y tener un consenso sobre las prioridades de temas como monitoreo de precios de la canasta básica alimentaria y los precios de los medicamentos donde participan y se trataron los temas primordiales que más afectaban a los países iberoamericanos para la cooperación internacional.

Por último, cabe destacar que nuestra participación en la VIII Reunión Ordinaria Anual de la Red de Consumo Seguro y Salud-RCSS de la OEA y El Congreso Internacional de Seguridad de



Producto 2021, se planteó velar por la seguridad de los productos en un mercado digital globalizado y énfasis especial en cómo las jurisdicciones que aún están desarrollando marcos de seguridad de productos pueden tener éxito.

4.1.6 Desempeño del Área de Comunicaciones

Conforme a los lineamientos del Plan Operativo Anual (POA), durante todo el año, se han ejecutado las estrategias comunicacionales con relación al posicionamiento y relacionamiento institucional a través de la actualización constante y monitoreo de información en los medios tradicionales de comunicación tales como: radio, televisión y prensa escrita, colocación de contenido en el portal web institucional, boletines institucionales, aumento del impacto en redes sociales como: Facebook, Instagram y Twitter, así como el canal de YouTube.

Al respecto, cabe destacar que, durante el periodo citado, se han generado y divulgado un total de ciento setenta (170) contenidos en los que se incluyen (158) notas de prensa, y doce (12) artículos informativos.

De igual forma, como parte de las acciones de promoción y difusión de la información, componentes claves para la orientación de los consumidores y usuarios con relación a sus derechos y su efectivo ejercicio en las transacciones comerciales, hemos diseñado y fortalecido once (11) campañas digitales para la protección de los derechos y de los intereses económicos durante temporadas especiales donde se incrementan el flujo de las compras, a saber:



- Conquista a cupido ¡sin afectar tú bolsillo! Entérate y conoce tus derechos para San Valentín”.
- En Semana Santa: Cuidamos tus derechos y tu salud.
- Campaña de identificación y falsificación de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas.
- Campaña con motivo al Día de las Madres para evitar estafas con la publicidad engañosa.
- De viaje con tus derechos por motivo al inicio del verano.
- Prevención ante la tormenta ante la temporada ciclónica
- Campaña con motivo a regreso a clases: “De regreso a las aulas con protección”.
- Campaña con motivo al Día de los Padres: “Tu padre está cambiando tus derechos de consumo no”.
- Campaña con motivo al “Viernes Negro” para proteger los intereses económicos de los consumidores y usuarios de bienes y servicios.
- Campaña con motivo al doble sueldo.
- Campaña con motivo a las fiestas navideñas.

Al respecto, los contenidos informativos que remitimos a los medios externos fueron colocados estratégicamente en los medios tradicionales y digitales de amplia cobertura a nivel nacional, para alcanzar la mayor cantidad de personas y orientarlas acerca de sus derechos como consumidores de bienes y servicios.



Asimismo, y contamos con un espacio radial que tenemos en los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), plataforma que permite difundir mensajes de contenido educativo e informativo a la población relativas a sus derechos y deberes y que llega aproximadamente a 880 mil familias en todo el territorio nacional.

A nivel interno, mantenemos informados a nuestros colaboradores con las noticias y actividades que son de interés general, mediante la elaboración y divulgación de boletines internos, mayor participación del personal en las redes sociales compartiendo los contenidos informativos.

Es importante resaltar que, con relación a las redes sociales contamos con una presencia activa en sus distintas plataformas digitales en la cual hemos orientado a la ciudadanía, a través del Facebook, Twitter, Instagram y el canal de YouTube.

Para el periodo citado, hemos aumentado el impacto en redes en más de 15%, tenemos un total de (390,260) seguidores comprendidos en cuatro redes sociales: En Twitter contamos con (223,889) seguidores, Instagram (131,014) seguidores, Facebook (34,803) me gustas y en YouTube (554) suscriptores. Nuestras reproducciones de audiovisuales en el caso de YouTube tienen un total de (22,150).



V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional

5.1.1 Nivel de satisfacción con el servicio

Realizamos encuestas de satisfacción de los servicios brindados en los meses de mayo a agosto 2021 con un resultado promedio de 83.70% con los siguientes resultados.

A nivel general hay que resaltar que en la mayoría de las preguntas las respuestas positivas oscilan entre 77.88% a 87.36%. En cuanto a la amabilidad de los agentes de servicio al usuario, fueron calificados por un 86.22% de los consumidores como buena. Similar al nivel de profesionalidad y accesibilidad los cuales presentaron un porcentaje de 84.31% y 82.74% respectivamente, un 87.36% de los consumidores que visitaron nuestras instalaciones las considera cómodas e higiénicas y por último, para el 77.88% de los usuarios el tiempo en atender su solicitud es buena y/o excelente, este aspecto constituye un área de mejora relacionado con la alta demanda de servicios que tenemos, lo que produce que la capacidad institucional de respuesta se vea limitada.



5.1.2 Nivel de cumplimiento acceso a la información

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor Pro Consumidor, comprometido con los mandatos establecidos en la Ley General de Libre Acceso a la Información Pública No. 200-04 y su Reglamento de Aplicación creado mediante Decreto No.130-05, a través de la OAI garantiza el derecho fundamental de los ciudadanos en cuanto a las informaciones solicitadas por los ciudadanos, de forma completa, veraz y oportuna del que hacer de la institución, así como su publicidad dentro de los límites que establece la ley por medio de un servicio permanente, diligente y actualizado.

El derecho a la información pública está considerado como un derecho universal previsto en la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, así también queda contemplada manera clara y específica en la Constitución de la República Dominicana.

En este tenor, actuamos de forma tangible basado en un compromiso ético y transparente frente a la ciudadanía, haciendo énfasis al fiel cumplimiento de las normas de referencia, tomado siempre en cuenta la entrega de las informaciones que solicite el ciudadano tal como lo establece la ley, de forma veraz, completa, adecuada, oportuna y actualizada.

Durante este periodo reportado atendimos la cantidad de setenta (70) casos, en modo presencial, medio electrónico y telefónica, resueltas de manera oportuna en cumplimiento de los indicadores según lo plasmado en el plan operativo de la entidad y por mandato de las normativas, categorizado según la fuente de respuesta y demostración de entrega al solicitante en un cien por ciento (100%).



Desde el año 2018, contamos con un enlace al Sistema Único de Solicitudes de Acceso a la Información Pública, por sus siglas (SAIP), el cual fue creado precisamente para promover el fortalecimiento de la democracia representativa, esto es ofrecer una respuesta oportuna al ciudadano requirente.

Dicho sistema es monitoreado por el órgano rector en materia de ética, transparencia y combate a la corrupción administrativa, y de igual manera es evaluado el uso de este, por lo que, a la fecha hemos logrado un total de cien por ciento (15%/15%).

Pro Consumidor recibió el pasado 17 de diciembre un reconocimiento de la **Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG)**, por haber sido seleccionada en la categoría como el mejor mensaje combinado en el Concurso #DominicanaSinCorrupción#, en conmemoración del Día Internacional de la Lucha Contra la Corrupción, celebrado todos 9 de diciembre de cada año, con el objetivo de promover una cultura de integridad y participación de la ciudadanía en materia de prevención y lucha contra la corrupción.

5.1.3 Resultados sistema de quejas, reclamos y sugerencias

Según lo dispone el Decreto No. 694-09 de fecha 17/9/2009, la Línea 311 de Atención Ciudadana es una plataforma creada como medio de comunicación para la recepción y canalización de denuncias, quejas, reclamaciones o sugerencias por parte de la ciudadanía a la administración pública. Este decreto además dispone en su art. 4, que los encargados de las Oficinas de Libre Acceso a la



Información Pública (OAI) de cada institución, funge de enlace entre este programa y las instituciones a cargo de este.

En este sentido hemos atendido la cantidad de dieciocho casos (18) de quejas, de las que una (1) fue remitida a otra institución, siguiendo el mandato de la normativa.

Para una mejora continua a la fecha, nos aseguramos de mantener el seguimiento para obtener las respuestas en tiempo oportuno de ley, a los fines de seguir brindando un mejor servicio. Además, actualmente estamos desarrollando una mejora en la plataforma de informaciones públicas atendiendo a nuevas disposiciones normativas sobre la estandarización de los portales de transparencia.

5.1.4 Resultados mediciones del portal de transparencia

En este indicador, la institución mantiene actualizados los niveles de informatización de conformidad con las normas según aplica disponible al público. En este sentido, destacamos la valoración en el monitoreo de la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG) como órgano rector en la materia, cuyo valor otorgado es el siguiente: enero 99/100, febrero, 98/100, marzo 97/100 y abril 97/100, mayo 98/100, junio 99/100. En este contexto, los meses julio hasta la fecha están pendientes de emitir por parte del órgano rector, a raíz de la adaptación de los Portales Institucionales hacia el Portal Único de Transparencia.



Otro punto importante es el cumplimiento en el indicativo de Datos Abiertos, lo cual refleja una disponibilidad de informaciones en formatos abiertos para todo público, en respuesta a la alianza para gobierno abierto. El resultado también es evaluado con un puntaje de cinco, al efecto se verifica que hemos cumplido 5/5.

VI. Proyecciones al próximo año

- Mayor presencia en el territorio nacional mediante la apertura de nuevas oficinas provinciales
- Fortalecimiento de vigilancia de mercado a nivel nacional instaurando equipos de inspección en puntos estratégicos de la geografía nacional
- Incidencia en la mejora de los productos alimenticios ofrecidos a la población dominicana mediante la creación de un programa de buenas prácticas para colmados
- Vigilancia del comercio electrónico mediante el análisis de publicidad digital.
- Desarrollar un Plan Nacional de Educación al Consumidor orientado a sectores vulnerables
- Lanzamiento de la “Guía de Publicidad Responsable” y de las “Directrices De Pro Consumidor Para Influencers Digitales”



VII. Anexos

a. Matriz de principales indicadores de gestión por procesos

NO.	ÁREA	PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FRECUENCIA	LÍNEA BASE	META	ÚLTIMA MEDICIÓN	Resultado
1	Servicio al usuario	atención a reclamaciones	Reclamaciones recibidas respecto al semestre anterior	semestral	3,454	100%	3,054	88%
2	Servicio al usuario	atención a denuncias	Denuncias atendidas respecto al semestre anterior	semestral	875	100%	731	84%
3	Servicio al usuario	Satisfacción ciudadana	tasa de satisfacción de la ciudadanía con el servicio	cuatrimestral	88.2%	85%	83.70%	98%
4	Departamento Jurídico	Análisis de contrato de adhesión	Cantidad de contratos de adhesión analizados respecto al semestre anterior	semestral	114	100%	103	90%
5	Departamento Jurídico	Registro de contrato de adhesión	Cantidad de contratos de adhesión registrados respecto al semestre anterior	semestral	54	100%	73	135%
6	Departamento Jurídico	Análisis de rifas, concursos y sorteos	Cantidad de rifas y concursos analizados respecto al semestre anterior	semestral	312	100%	391	125%
7	Inspección y vigilancia	inspecciones por denuncia	Cantidad de inspecciones por denuncias respecto al semestre anterior	semestral	104	100%	92	88%
8	Inspección y vigilancia	inspecciones oficiosas	Cantidad de inspecciones oficiosas respecto al semestre anterior	semestral	1,541	100%	2,234	145%
9	Inspección y vigilancia	Decomiso de productos en mal estado	Cantidad de productos decomisados respecto al semestre anterior	semestral	148,531	100%	118,824	80%
10	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de charlas realizadas respecto al semestre anterior	semestral	90	100%	112	124%
11	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de participantes orientados respecto al semestre anterior	semestral	3,369	100%	3,433	102%
12	Departamento	Conciliación de	Cantidad de reclamaciones	semestral	1,933	100%	1,978	102%

NO.	ÁREA	PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FRECUENCIA	LÍNEA BASE	META	ÚLTIMA MEDICIÓN	Resultado
	de conciliación	reclamaciones	conciliadas satisfactoriamente respecto al semestre anterior					
13	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	Devolución económica a consumidores respecto al semestre anterior	semestral	235,848,914	100%	188,679,131	80%
14	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	tasa de satisfacción de la ciudadanía con el servicio	cuatrimestral	84.1%	85%	83.70%	98%
15	Departamento de Buenas Prácticas Comerciales	Charlas-Talleres a proveedores	Cantidad de charlas realizadas respecto al semestre anterior	semestral	2	100%	2	100%
16	Departamento de Buenas Prácticas Comerciales	Visitas de Buenas Prácticas Comerciales	Cantidad de visitas realizadas respecto al semestre anterior	semestral	1,996	100%	1,696	85%
17	Análisis de publicidad y precios	Verificación de ofertas de productos	Cantidad de verificaciones de ofertas de productos respecto al semestre anterior	semestral	3,485	100%	2,904	83%



b. Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP)

Desempeño de la Producción Institucional

PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE ENERO – MARZO		
		PROGRAMACIÓN FÍSICA	EJECUCIÓN FÍSICA	SUBINDICADOR DE EFICACIA
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	1,042.00	1,162.00	100%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	90%	46%	51%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	120	882	100%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE ABRIL – JUNIO		
		PROGRAMACIÓN FÍSICA	EJECUCIÓN FÍSICA	SUBINDICADOR DE EFICACIA
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	1,867.00	1,971.00	100%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	95%	66%	80%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	2,892	2,891	100%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE JULIO – SEPTIEMBRE		
		PROGRAMACIÓN FÍSICA	EJECUCIÓN FÍSICA	SUBINDICADOR DE EFICACIA
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados (Incluyendo Monitoreos de precios y verificaciones de pesos y medidas de laboratorio)	1,867.00	3,150	100%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	98%	81.24%	82.89%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	2,982	1,798	70.25%



C. Plan de compras

DATOS DE CABECERA PACC	
MONTO ESTIMADO TOTAL	RD\$ 59,077,201.99
CANTIDAD DE PROCESOS REGISTRADOS	112
CAPÍTULO	0999
SUB CAPÍTULO	02
UNIDAD EJECUTORA	5161
UNIDAD DE COMPRA	Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor
AÑO FISCAL	2021
FECHA APROBACIÓN	
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN OBJETO DE CONTRATACIÓN	
BIENES	RD\$ 48,435,851.99
OBRAS	RD\$ -
SERVICIOS	RD\$ 10,641,350.00
SERVICIOS: CONSULTORÍA	RD\$ -
SERVICIOS: CONSULTORÍA BASADA EN LA	RD\$ -



CALIDAD DE LOS SERVICIOS		
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN CLASIFICACIÓN MIPYME		
MIPYME	RD\$	-
MIPYME MUJER	RD\$	-
NO MIPYME	RD\$	59,077,201.99
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN TIPO DE PROCEDIMIENTO		
COMPRAS POR DEBAJO DEL UMBRAL	RD\$	14,776,051.99
COMPRA MENOR	RD\$	14,878,535.00
COMPARACIÓN DE PRECIOS	RD\$	18,522,615.00
LICITACIÓN PÚBLICA	RD\$	10,900,000.00
LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL	RD\$	-
LICITACIÓN RESTRINGIDA	RD\$	-
SORTEO DE OBRAS	RD\$	-
EXCEPCIÓN - BIENES O SERVICIOS CON EXCLUSIVIDAD	RD\$	-
EXCEPCIÓN - CONSTRUCCIÓN, INSTALACIÓN O ADQUISICIÓN DE OFICINAS PARA EL SERVICIO EXTERIOR	RD\$	-
EXCEPCIÓN - CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	RD\$	-



EXCEPCIÓN - OBRAS CIENTÍFICAS, TÉCNICAS, ARTÍSTICAS, O RESTAURACIÓN DE MONUMENTOS HISTÓRICOS	RDS	-
EXCEPCIÓN - PROVEEDOR ÚNICO	RDS	-
EXCEPCIÓN - RESCISIÓN DE CONTRATOS CUYA TERMINACIÓN NO EXCEDA EL 40% DEL MONTO TOTAL DEL PROYECTO, OBRA O SERVICIO	RDS	-
EXCEPCIÓN - RESOLUCIÓN 15-08 SOBRE COMPRA Y CONTRATACIÓN DE PASAJE AÉREO, COMBUSTIBLE Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR	RDS	-

Fuente: elaboración en base a los datos del departamento de compras y contrataciones.

