



REPÚBLICA DOMINICANA

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2022



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2022



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

TABLA DE CONTENIDO

Memoria Anual 2022

| | | |
|------|--|----|
| I. | Resumen Ejecutivo | 5 |
| II. | Información Institucional | 8 |
| | 2.1 Marco filosófico institucional | 8 |
| | a. Misión | 8 |
| | b. Visión | 8 |
| | c. Valores | 8 |
| | 2.2 Base Legal..... | 9 |
| | 2.3 Estructura organizativa | 10 |
| | 2.4 Planificación estratégica institucional..... | 13 |
| III. | Resultados Misionales | 14 |
| | 3.1.1 Atención a Reclamaciones y Denuncias de Consumo..... | 14 |
| | 3.1.2 Inspección y Vigilancia de Mercado | 17 |
| | 3.1.3 Acción institucional en contra del comercio de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas | 19 |
| | 3.1.4 Acción institucional en contra el aumento de los precios de las viviendas | 20 |
| | 3.1.5 Laboratorio de verificación de pesos y medidas | 21 |
| | 3.1.6 Buenas Prácticas Comerciales (BPC)..... | 21 |
| | 3.1.7 Educación en Materia de Consumo | 25 |
| | 3.1.8 Fomento de Asociaciones de Consumidores | 27 |
| | 3.1.9 Análisis de publicidad y precios | 29 |
| | 3.1.10 Seguridad de Productos..... | 33 |
| IV. | Resultados Áreas Transversales y de Apoyo..... | 35 |
| | 4.1.1 Desempeño Área Administrativa y Financiera..... | 35 |
| | 4.1.2 Desempeño de los recursos humanos | 37 |
| | 4.1.3 Desempeño de los procesos jurídicos | 40 |



| | | |
|-------|---|----|
| 4.1.4 | Desempeño de la tecnología | 42 |
| 4.1.5 | Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional . | 46 |
| 4.1.6 | Desempeño del Área de Comunicaciones | 52 |
| V. | Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional | 55 |
| 5.1.1 | Nivel de satisfacción con el servicio | 55 |
| 5.1.2 | Nivel de cumplimiento acceso a la información | 55 |
| 5.1.3 | Resultados sistema de quejas, reclamos y sugerencias..... | 57 |
| 5.1.4 | Resultados mediciones del portal de transparencia | 58 |
| VI. | Proyecciones al próximo año..... | 59 |
| VII. | Anexos | 61 |
| a. | Matriz de principales indicadores de gestión por procesos..... | 61 |
| b. | Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP)..... | 64 |
| C. | Plan de compras | 65 |



I. Resumen Ejecutivo

El Informe de Memoria Institucional consolida las acciones y las iniciativas realizadas por la gestión institucional en el año 2022 que fueron planificadas en el Plan Operativo Anual y que hacen cumplir la misión definida en el Plan Estratégico 2021-2024.

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor mediante la atención y tratamiento de reclamaciones de bienes y servicios consiguió la devolución a favor de los consumidores la representativa suma de **DOP 597,347,550.44**, monto equivalente al **176.70%** del presupuesto asignado para el año, convirtiéndose de esta manera en una institución que le devuelve a la población un monto superior a lo asignado para el presente año, esto fue logrado a través del procedimiento de conciliación mediante acuerdos entre el 81% de los proveedores y consumidores que han acudido a nuestra institución a lo largo del territorio nacional, evitando procesos judiciales en los tribunales, sin necesidad de abogados y de manera breve, rápida, fácil y gratuita.

Pro Consumidor supervisa el comportamiento del mercado a través de un Programa Nacional de Inspección y Vigilancia. En ese sentido, **4,262** establecimientos fueron inspeccionados, en 18 provincias del territorio nacional, lo cual representa la protección de aproximadamente **630,990 familias**, que tendrán de esta manera productos con condiciones adecuadas para el consumo (Alimentos inocuos, cantidad ofertada, peso adecuado, envasado de funcionamiento correcto), con una inversión de **RD\$14,131,389.01**. siendo esto un monto menor a lo proyectado demostrando de esta manera la efectividad del trabajo realizado.



El Laboratorio de Verificación de Pesas y Medidas de Pro Consumidor, es el encargado de realizar la verificación de balanzas comprobando si los establecimientos cobran lo justo a la hora de vender un producto que debe ser pesado. Resaltando lo anterior, se han realizado **103 verificaciones entre pesos y balanzas** con una inversión de RD\$181,529.70 protegiendo la economía de aproximadamente **19,77 familias dominicanas** inhabilitando las balanzas que no cumplen con las medidas correctas. En cumplimiento de las disposiciones oficiales en materia de calidad y seguridad alimentaria, implementamos muestreos en los diferentes productos de consumo de la canasta básica familiar, con la finalidad de evaluar la calidad e inocuidad de estos.

En materia de protección relativa a la publicidad y prácticas comerciales, Pro Consumidor tiene la facultad de realizar encuestas, análisis de precios, estudios de oferta y demanda de los bienes, servicios por su incidencia en el gasto y verificar el cumplimiento de las disposiciones legales y vigentes. Fruto de esta vigilancia del mercado de forma constante, se destaca la realización de **1,358** visitas de verificación por publicidad. En adición a esto, se han examinado y verificado más de **2,013** piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional, radio, televisión, catálogos, volantes, afiches y/o páginas web, y también el comercio electrónico. Para esta verificación se ha destinado un total de RD\$13,991,750.77.

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas, durante este año se han visitado **2,047 establecimientos** comerciales de consumo masivo en el Gran Santo



Domingo, la Región Sur, Norte – Cibao y la Región Este del país, brindándoles asesoría sanitaria y de inocuidad. Entre estos comercios se encuentran: Colmados, Bares, Restaurantes, cafeterías, pica pollos, comedores, Panaderías y Supermercados con una inversión total de RD \$3,830,757.61.

Durante el año llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar 15,615 personas entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante más de 640 acciones formativas.

Pro consumidor como parte de nuestra función de educación al consumidor está impartiendo el diplomado de Derecho del Consumidor en la Universidad Acción Pro Educación y Cultura (UNAPEC) a través del Centro de Educación Continuada de la Facultad de Humanidades. Tenemos programados el mismo diplomado en la Universidad Eugenio María de Hostos (UNIREMHOS) y en el Instituto Politécnico Loyola San Cristóbal.

A continuación, le detallamos una reseña de los logros institucionales alcanzados

- Pro Consumidor y Embajada de los Estados Unidos relanzan campaña de inocuidad de los alimentos.
- Pro Consumidor y homólogo de Italia firmarán acuerdo para enfrentar la publicidad engañosa.
- ADESS, PRO-CONSUMIDOR e INDOCAL inician supervisión conjunta a comercios de la Red de Abastecimiento Social.



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, estrechamente vinculada con la protección de los ciudadanos y garantizarles su derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, en aras de resguardar su vida, su salud, su seguridad física y mejorar su bienestar económico, puntos en los que coincide el ejercicio del Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor y tomando como referencia principal, las atribuciones y funciones estipuladas en el marco legal vigente.

a. Misión

Proteger los derechos de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, garantizando la equidad, imparcialidad y la seguridad jurídica en relaciones de consumo mediante el cumplimiento de la normativa vigente con los más altos niveles de profesionalidad, eficiencia y eficacia.

b. Visión

Ser un referente nacional e internacional por su efectividad en la protección de los derechos de consumidores y usuarios, contribuyendo al consumo sostenible e inteligente.

c. Valores

Integridad: Actuamos con entereza moral, rectitud y honradez en la conducta y en el comportamiento.



Respeto: Reconocemos el derecho ajeno, no juzgamos actitudes, conductas o pensamiento, aunque no la aprobemos ni compartamos.

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

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

Empatía: Comprendemos las circunstancias de los usuarios de los servicios intentando experimentar de forma objetiva y racional ponernos en su lugar.

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

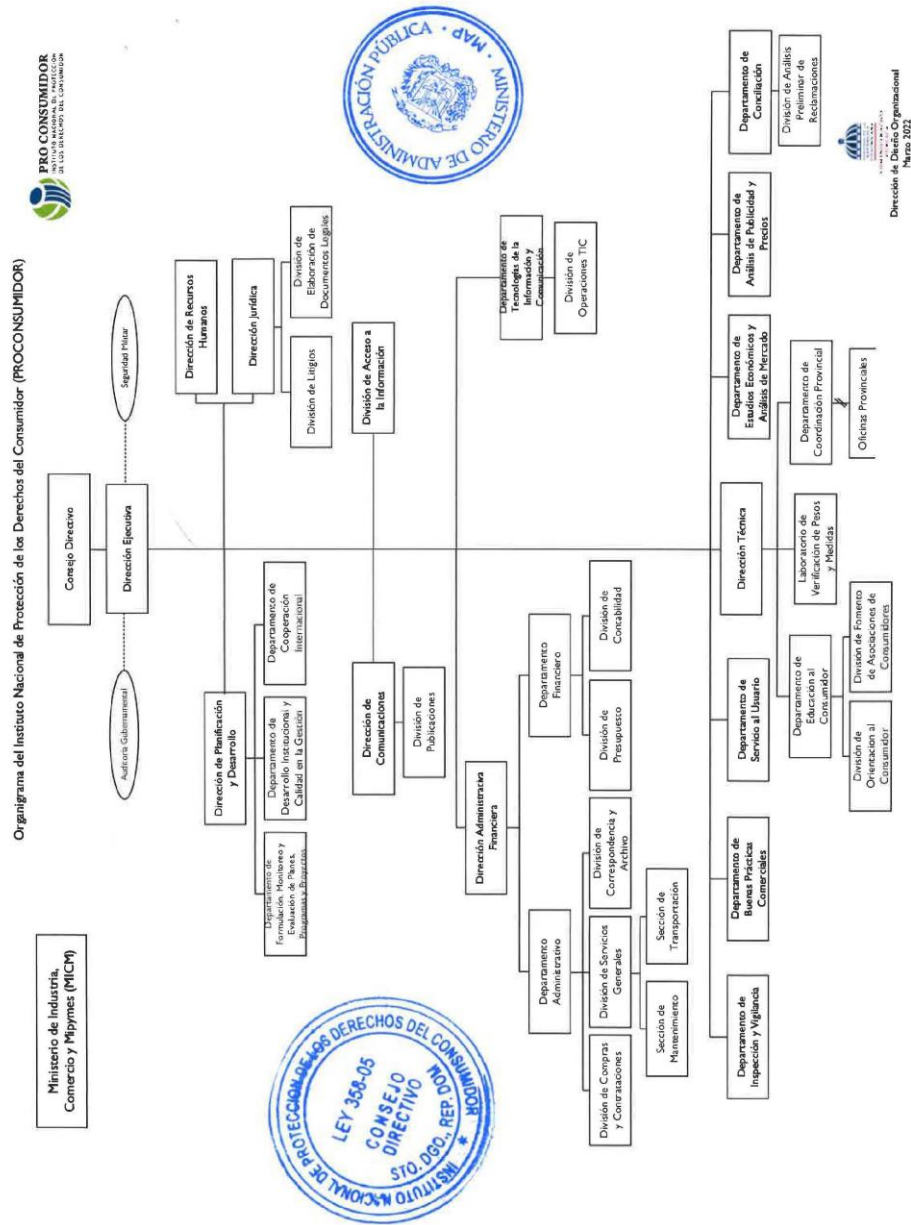


Ilustración 1 Organigrama aprobado por el MAP



Principales funcionarios de primer y segundo grado

1. Eddy Antonio Alcantara Castillo - Director Ejecutivo
2. Lucia Cespedes García - Encargada Oficina de Acceso a la Información (OAI)
3. Elsa Dolores Jiménez Peña De Santana - Directora de Recursos Humanos
4. Maritza Araujo - Directora de Planificación y Desarrollo
5. Olga Elizabeth Matos Rodríguez - Enc. Interina División de Formulación, Monitoreo y Evaluación de Planes, Programas y Proyectos
6. Anthony Kamil Chavéz Gómez - Enc. Interino División Desarrollo Institucional y Calidad en la Gestión
7. Luz Milagros De La Cruz - Enc. Interina División Cooperación Internacional
8. Roberto Rafael Brito Jerez - Director de Comunicaciones
9. Johanna Mariel Calderon Concepción - Directora Jurídica
10. María Teresa Paulino Santana - Directora Administrativa Financiera
11. Altigracia Miguelina Matías Díaz - Encargada Depto. Administrativo
12. Mikyris Ramírez Jiménez - Encargada División Compras y Contrataciones
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. Julio Cesar Marte - Encargado Departamento de Tecnología de Información y Comunicaciones



18. Eusebio Peña Almengo - Encargado Departamento de Inspección y Vigilancia
19. Carlos Rafael Pérez Fría - Encargado Departamento de Buenas Prácticas Comerciales
20. Odesa Juscelina Acosta Pérez - Encargada Departamento Coordinación Provincial
21. Nuryn Yocasta Paulino De La Cruz - Encargada Oficina Provincial Puerto Plata
22. José Teodoro Rosso Bautista - Encargado Oficina Provincial La Vega
23. Ezequiel Antonio Williams De La Cruz - Encargado Oficina Provincial San Pedro de Macoris
24. Yessica María Rodríguez Arias - Encargada Oficina Provincial San Cristobal
25. Francisco Javier Castillo Feliz - Encargado Oficina Provincial Hato Mayor
26. Nicolas Recio Del Orbe - Encargado Oficina Mega Centro
27. Miguel Angel Díaz Alejo - Encargado Oficina Provincial San Francisco de Macoris
28. Ezequiel Antonio Williams De La Cruz - Encargado Oficina Provincial San Pedro de Macoris
29. Elixandro Melo Encarnación - Encargado Oficina Provincial San Juan de la Maguana
30. Yuly Alexander Mercedes Ventura - Enc. Interino Oficina Zona Colonial
31. Rey Antonio Ovalles Rodriguez - Encargado Oficina Provincial Moca
32. Yocayra Ernestina Peña - Encargada Oficina Provincial Punta Cana
33. Ruben Alfredo Carela Valenzuela - Enc. Interino Departamento Servicio al Usuario
34. Manuel María Camejo - Encargado Depto. Educación



35. Glenys Margarita Taveras Moreno - Encargada División de Orientación al Consumidor.

36. Fidel del Rosario Vinicio - Encargado Encagado de Laboratorio Pesos y Medidas

37. Johanny Esther Ramírez Beato - Encargada Enc. Div. Fomento de Asociaciones

38. Yeshica Dayira Peguero De La Rosa - Encargada Departamento de Analisis Publicidad y Precios

39. Carlos Alberto De La Cruz Divanna - Encargado 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 marea 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

a. Atención a Reclamaciones y Denuncias 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 y ProcoAPP.

Desde enero hasta diciembre 2022, se captaron por el Departamento de Servicio al Usuario, un total de 1,039 Denuncias y 6,315 Reclamaciones de las cuales fueron cerradas 385 por no depositar Documentos en el plazo requerido y las demás fueron enviado a la división de Análisis Preliminar de Reclamaciones con el fin de evaluar si los casos pueden ser trabajados por Pro Consumidor.

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.

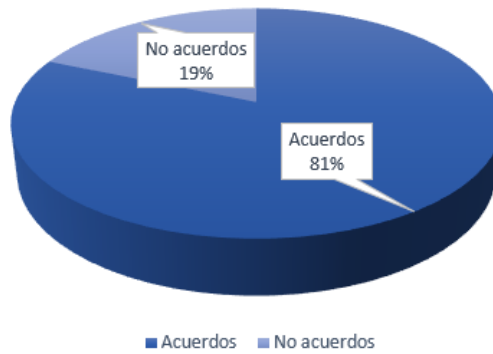
Con este mecanismo legal que Pro Consumidor pone a disposición de los ciudadanos se promueve la solución a controversias suscitadas entre consumidores y proveedores, lográndose así resultados a corto plazo a favor de los consumidores, evitando procesos judiciales en los tribunales, sin necesidad de abogados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

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 con 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 a lo largo de todo el año 2022 la devolución a favor de los consumidores la representante suma de **DOP 597,347,550.44**, monto equivalente al **176.70%** del presupuesto asignado para el año, convirtiéndola en una institución que le devuelve a la población un excedente de lo que se le asigna monetariamente. Representando justicia para la población dominicana mediante el arreglo, reemplazo o devolución del monto gastado en su producto o servicio que no cumplió con las expectativas ofrecidas en un principio. A continuación, presentamos la efectividad de este mecanismo mediante un gráfico:



Acuerdos



Fuente: Departamento conciliación

Pro Consumidor cuenta con una herramienta llamada Pro Concilia una plataforma web donde los consumidores y proveedores tienen la oportunidad solucionar, con la intervención de un agente conciliador, las controversias suscitadas en la relación de consumo, desde cualquier lugar de forma online, agilizando el proceso.



b. Inspección y Vigilancia de Mercado

Con el objetivo de garantizar que los bienes y servicios que se ofrecen 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 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.

En ese sentido, **4,262** establecimientos han sido inspeccionados, lo cual representa la protección de 630,990 familias de las cuales alrededor de 8 de cada 10 establecimientos inspeccionados tuvieron alguna no conformidad con la normativa de protección al consumidor. La Cobertura en el alcance de las inspecciones durante el año 2022 fue de 18 provincias, esto representa el 56.25% del territorio nacional con una inversión de **RD\$14,131,389.01**.



En detalle, las inspecciones fueron según tipo, 3,667 por iniciativa de Pro Consumidor por su facultad de vigilancia de mercado, 291 por denuncias y 305 por reclamaciones, y por rubros de la siguiente manera:

| Rubros inspeccionados | |
|---|-------|
| Agua, Alimentos y Bebidas | 2,677 |
| Publicidad y precios | 488 |
| Cobros indebidos | 377 |
| Bebidas alcohólicas | 201 |
| Electrodomésticos | 179 |
| Combustibles | 93 |
| Inmuebles | 74 |
| Vehículos | 45 |
| Libro de reclamaciones | 33 |
| Seguridad de productos | 28 |
| Productos de Belleza e Higiene Personal / Juguetes | 24 |
| Metrología legal de balanzas | 21 |
| Servicios Turísticos | 15 |

Fuente: Departamento de inspección y vigilancia

A su vez, se decomisaron un total de **229,665** productos por ser considerados productos no aptos para consumo humano e incinerándose **196,284** productos. La diferencia radica en que los productos falsificados de alcohol y cigarrillos deben destruirse en presencia del CECCOM por lo que actualmente tenemos en almacén una parte de este tipo de productos a espera de esta acción continua.



c. 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.

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.

Se realizaron 7 operativos conjuntamente con CECCOM, uno de los comercios cerrados por hallazgo de bebidas alcohólicas adulteradas teniendo como hallazgos:

- 9,515 cigarrillos de contrabando.
- 415 botellas de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas y falsificadas.
- 106 botellas de bebidas alcohólicas envasadas en PVC.
- 7 botellas de bebidas alcohólicas presuntamente adulteradas y falsificadas.



d. Acción institucional en contra el aumento de los precios de las viviendas

Pro Consumidor y ACOPROVI procuran consensuar reclamaciones por aumentos precios de viviendas. El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor) y la Asociación Dominicana de Constructores y Promotores de Viviendas (ACOPROVI) coincidieron en la necesidad de conciliar la mayoría de las reclamaciones inmobiliarias respecto a los aumentos de precios de las viviendas cuando son compradas en planos. Hemos tratado la conveniencia de la conciliación entre los adquirientes de viviendas y las empresas constructoras cuando surgen problemas o diferencias por la variación en los precios de los apartamentos.

La prioridad fundamental de esta gestión es defender los intereses económicos de los consumidores, con el entendido de que también se debe preservar los sectores productivos de la República Dominicana, como es el caso de ACOPROVI, “para que haya una armonía en el mercado de bienes y servicios como lo establece la Ley 358-05”.

Tanto Pro Consumidor como esta asociación que agrupa a los constructores de viviendas, crearemos una mesa de discusión con el objetivo de conciliar con los consumidores estos casos y buscar mecanismos fundamentados en las buenas prácticas comerciales y así mitigar esta problemática”



e. Laboratorio de verificación de pesos y medidas

El Laboratorio de Verificación de Pesas y Medidas de Pro Consumidor, es el encargado de realizar investigaciones sobre la calidad de productos de consumo generalizado y de impacto en la nutrición, seguridad y economía. Al igual que la verificación de balanzas comprobando si los establecimientos cobran lo justo a la hora de vender un producto que debe ser pesado.

En cumplimiento de las disposiciones oficiales en materia de calidad y seguridad alimentaria, implementamos 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 103 verificaciones entre pesos y balanzas con una inversión de RD\$181,529.70 protegiendo la economía de 19,776 familias dominicanas inhabilitando las balanzas que no cumplen con las medidas correctas.

Fueron realizadas 28 toma de muestras de agua en compañía del departamento de inspección y vigilancia

f. Buenas Prácticas Comerciales (BPC)

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas, que permiten identificar las oportunidades de mejora en los establecimientos comerciales, a fin de garantizar que los productos comercializados no presenten riesgos ni nocividad para la salud de los consumidores, 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.

Al respecto, **2,047 establecimientos** comerciales de consumo masivo en el Gran Santo Domingo, la Región Sur, Norte – Cibao y la Región Este del país, han recibido visitas de nuestros oficiales de buenas prácticas comerciales brindándoles asesoría sanitaria y de inocuidad. Entre estos comercios se encuentran: Colmados, Bares, Restaurantes, cafeterías, pica pollos, comedores, Panaderías y Supermercados con una inversión total de RD \$3,830,757.61.

Intervención en comités técnicos de normas

Vale la pena destacar, por su importancia, nuestra participación en sesenta y nueve (192) reuniones de Normas y Reglamentos Técnicos, con el propósito de participar en la elaboración y revisión de dichas normativas, a los fines de garantizar en las mismas, 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 durante el año se impartieron catorce (14) charlas y Tres (3) Talleres definidos a continuación:



| Capacitaciones | |
|--|---|
| Temática | Público |
| Higiene y manipulación de los alimentos | Dueños de restaurantes y negocios de comidas de la zona de Juan Dolio, Guayacanes en San Pedro de Macorís |
| Higiene y Manipulación De Los Alimentos | Junta de vecinos del sector Ensueño |
| Responsabilidad y Obligaciones de los Proveedores | Dirigida a los colaboradores de Samsung |
| Responsabilidad y Obligaciones de los Proveedores | Colaboradores de CECOMSA |
| Fomento de las Buenas Prácticas | Directivos de Federaciones de Consumidores |
| Responsabilidades y Obligaciones de los Proveedores | Colaboradores de IKEA |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Proveedores de varios sectores del Distrito Nacional |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Proveedores de Verón (Punta Cana) |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Proveedores de Bávaro (Punta Cana) |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Proveedores de la Provincia La Vega |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Proveedores de la Provincia Barahona |
| Higiene y Manipulación de los Alimentos | Empleados del Restaurante Made In China |
| Buenas Prácticas Comercial en el procesamiento de agua | Miembros de ASODOPROAGUA (SDE) |
| Normativas Relativas a la calidad del agua y tipos de no conformidades | Miembros de AIRPARC (Santiago) |
| Buenas Prácticas Comerciales | Representantes de establecimientos de expendio de alimentos Santo Domingo |

Fuente: Base de datos del Departamento de Buenas Prácticas Comerciales



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, participamos activamente y tuvimos intervención en Mesas de Trabajo Conjuntas, detalladas a continuación:

| Mesas de Trabajo | |
|--|--|
| Temática | Objetivo |
| 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. |
| 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. |
| Creación de mesa de trabajo con Federaciones y Asociaciones de Comerciantes. | Tratar temas sobre los precios de la canasta básica. |
| Creación de mesa de trabajo con Asociación de envasadoras de agua potable | Trabajar en conjunto para eliminar del mercado las plantas de tratamiento de agua clandestinas que operan sin ningún tipo de normas en todo el territorio nacional. |
| Mesa de trabajo (ADOPROLAD – PROCONSUMIDOR) | Trabajar en conjunto para tratar el tema de los sucedáneos de la leche en la preparación de los quesos que se comercializa en el país. |

Fuente: Base de datos del Departamento de Buenas Prácticas Comerciales

Revisión de Etiquetado

Fueron verificadas en Supermercados, las etiquetas de dos mil novecientos cincuenta y seis 2,956 productos, cumpliendo con lo que establece la Nordom 53. Etiquetado General de los alimentos pre-ensados. Esta actividad se realizó en Zonas Geográficas del Gran Santo Domingo, la Región Sur, Norte – Cibao y la Región Este del País.



Este rubro no fue verificado en el tercero y cuarto trimestre del año por motivo a la emisión por la Dirección Ejecutiva de la resolución 1579-22, que versa sobre la regulación de la Nordom 53 sobre Etiquetado General de Los Alimentos Preenvasados (Envasados) en la República Dominicana, la que tiene un plazo fijado para la ejecución de la misma.

Acompañamiento a establecimientos cerrados

A fin de fortalecer y fomentar las buenas prácticas comerciales, ofrecimos recomendaciones presenciales, seguimiento vía teléfono y por WhatsApp a ciento dos (293) establecimientos comerciales que se encuentran cerrados, porque se le detectaron no conformidades que ponen en riesgo la salud de los consumidores.

g. Educación en Materia de Consumo

Durante el año llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar un total de 15,615 personas entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante más de 640 acciones formativas.

Entre las alianzas interinstitucionales logradas en este año cabe destacar que realizamos 08 talleres: “Derechos del Consumidor, Publicidad Engañosa, Manipulación e Inocuidad de Alimentos, Liderazgo y Motivación y Construye tu Salud Financiera, dirigido a servidores públicos del Ministerio de Educación (MINERD), Ministerio de la Juventud, Ministerio de Deporte y el Instituto



Nacional De Regularización de Precios (INESPRE) para dar a conocer a los servidores dichos temas.

Llevamos a cabo el 1er Conversatorio Universitario, en la Provincia de Azua de Compostela en conjunto con la Universidad Tecnológica del Sur “UTESUR”, donde los participantes recibieron un taller con los temas sobre la Ley 358-05, Asociaciones de Consumidores e Inocuidad de los Alimentos.

De igual forma, participamos en la octava versión de la Semana Económica y Financiera 2022, 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 200 personas.

Se realizaron ocho (08) jornadas de concientización y promoción de los derechos del consumidor de Educación en diferentes provincias y municipios logrando impactar miles de ciudadanos.

Asimismo, se produjeron ocho (08) Contenidos Educativos de Orientación Ciudadana, siendo utilizados por el Depto. De Comunicaciones para ser publicados en el Boletín Mensual Institucional.

Pro consumidor como parte de nuestra función de educación al consumidor está impartiendo el diplomado de Derecho del Consumidor en la Universidad Acción Pro Educación y Cultura (UNAPEC) a través del Centro de Educación Continuada de la Facultad de Humanidades. Tenemos programados el mismo diplomado en la Universidad Eugenio María de Hostos (UNIREMHOS) y en el Instituto Politécnico Loyola San Cristóbal.



h. Fomento de Asociaciones de Consumidores

Pro Consumidor trabaja propiciando la creación de asociaciones de consumidores organizaciones de la sociedad civil que promueven los derechos de los consumidores y ayudan a las autoridades en cuanto a la educación de los consumidores en las diferentes comunidades del país.

Por ello, dentro del plan operativo institucional se establecieron metas y acciones para fortalecer el movimiento consumista a nivel nacional, medios creados para lograr el crecimiento y la profesionalización de esas asociaciones. Dando Cumplimiento a dicho plan en los meses de abril y mayo, se dio continuidad a la Consultoría con el Experto internacional, Antonino Serra Cambaceres, quien, en conjunto con las áreas de Fomento de Asociaciones y Planificación y Desarrollo, llevaron a cabo la segunda fase de la consultoría de fortalecimiento institucional de las organizaciones de consumidores, en la que se realizaron varias actividades, entre ellas talleres de:

- Desarrollo de misión, visión y valores estratégicos de trabajo
- Planificación estratégica y gestión
- Elaboración y desarrollo de proyectos – Búsqueda de financiamiento
- Investigación de mercado, análisis comparativos de productos y servicios.

Los talleres se desarrollaron en la ciudad de Santo Domingo y Santiago de los Caballeros. Otra de las actividades llevados a cabo



fueron la de concientización para presidentas y presidentes de juntas de vecinos de la provincia de San Cristóbal, actividad muy enriquecedora porque permitió un real y auténtico intercambio con los participantes, a los que se les transmitieron temas generales de derechos de los consumidores y la manera en que éstos pueden ser incluidos en los trabajos que realizan en sus organizaciones.

Durante este año 2022 desde la división de Fomento de Asociaciones de Consumidores se han realizado varias reuniones con las Organizaciones de Consumidores para compartir sobre sus proyectos, necesidades y de cómo la institución les puede colaborar, en la organización, acompañamiento y capacitaciones. Uno de los proyectos creados para el seguimiento y organización de los trabajos con las Asociaciones de Consumidores y afines, es el desarrollo de una herramienta tecnológica para la sistematización sus expedientes, con el que se busca alcanzar un mejor control de las informaciones eficientizando el trabajo realizado y dar respuestas a los requerimientos de manera eficiente y oportuna ampliación del alcance provincial.

En el mes de junio se realizó la primera reunión de hermanamiento entre Asociaciones de Consumidores de la República Dominicana y homólogos de América Latina, a través de la plataforma Zoom. Participaron el evento las siguientes asociaciones de consumidores: ADELCO (Argentina), Tec Check (México), junto con las siguientes organizaciones de consumidores de República Dominicana: Observatorio Nacional para la Protección del Consumidor (ONPECO), Asociación de Consumidores y Usuarios del Municipio Sto. Dgo Norte (ASOCONSUSADON), Asociación de Consumidores del Cibao (ADECONCI), FUNDACION RED NACIONAL



ASOCIACIONES CONSUMIDORES (RENACO), Consejo Nacional de Defensa al Consumidor, INC (CONADECO), Asociación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de San Cristóbal (ADECONUSC), Fundación Fidelina Adames (FUNDA) y el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (ProConsumidor).

i. 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.

Verificación de publicidad

En materia de protección relativa a la publicidad y prácticas comerciales, en cuanto a la vigilancia del mercado, nos hemos enfocado en perseguir, 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 **1,358 visitas de verificación** por publicidad incluyendo por oficio, denuncias y reclamación a tiendas por departamentos. En adición a esto, se han examinado y verificado más de **2,013 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. Para esta verificación se ha destinado un total de RD\$13,991,750.77.

Como resultado se hicieron **895 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. Protegiendo a los consumidores de caer en un posible engaño por una confusión de la publicidad.

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, Regreso a Clases, Viernes Negro y Compras de Diciembre entre otros.

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.

Sistema dominicano de información de precios (SIDIP)

Mediante esta herramienta digital la población dominicana puede verificar información actualizada diariamente en cualquier momento la información de precios de 773 productos distribuidos de la siguiente forma:

| Rubros inspeccionados | |
|---|----------|
| Producto | Cantidad |
| Medicamentos | 339 |
| Productos alimenticios de supermercados | 110 |
| Ferreteros | 95 |
| Higiene y cuidado corporal | 92 |
| Mercados | 89 |
| Limpieza del hogar | 48 |

Fuente: Departamento de Publicidad y Precios

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. Para confirmar la veracidad de las informaciones enviadas por los comercios durante el año se han realizado **301** monitoreos de precios de productos alimenticios (supermercados,



mercados, almacenes y colmados), **12** monitoreos de precios materiales de construcción, **8** monitoreos de precios de medicamentos genéricos y marca comercial, **2** monitoreo de precio de artículos de temporada, **2** monitoreo de precio de electrodomésticos y **10** monitoreos de precios de productos de la higiene.

Actualmente se verifican los precios en las provincias de Santo Domingo, San Pedro de Macorís, Santiago, San Juan y Barahona. A raíz de esta comparativa se han detectado desviaciones de precio en los puntos de ventas que afectan directamente la economía de los consumidores en los cual la Dirección Ejecutiva ha propiciado una serie de encuentros con los fabricantes de estos productos teniendo como resultado la estabilización del precio, el compromiso de parte de los fabricantes de mantener precios de forma estacional, colocar ofertas en los puntos de ventas y dinamizar el comercio ofertando los productos bajo un margen de ganancia fijado.

Observatorio de Comparación de Precios de los Mercados Internacionales

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. El objetivo principal recae en favorecer, 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.

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, México, Honduras, El Salvador, Guatemala entre otros; 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.

j. 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.

En ese sentido, se han publicado 18 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 educar y crear conciencia del efecto negativo directo que generan los productos inseguros en lo económico, social y la salud de las personas.

Siendo Miembro de los países que conforman la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la Organización de Estados Americanos



(OEA), tiene el deber de velar por el bienestar de los consumidores y mantenerlos informados a través de página web, medios impresos, medios televisivos, radiales y redes sociales, ofreciendo 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.

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 Colombia, Chile y la Secretaría Técnica, implementando cambios en el Boletín de la Red de Consumo, mejorando el formato y presentación de la portada, creando un Formulario en Google con link de enlace para facilitar y agilizar la recopilación de informaciones entre los diferentes países miembros de la red.

En el año 2022, se han elaborado Dos (6) boletines informativos con datos compartidos por los miembros de la RCSS, y difundidos con el objetivo de mantener al tanto de las actividades que los homólogos estén realizando en sus jurisdicciones y que puedan tomarse como iniciativas o ejemplo para su aplicación de mejorar los procesos de los diferentes países miembros de la región.

Trabajamos de la mano para recibir e intercambiar información sobre productos que en cualquier país se detecten y que podrían generar un riesgo, a fin de que vidas no sean lesionadas y lastimadas por su uso o consumo.



De esta manera permite a las autoridades de protección del consumidor de las Américas intercambiar información sobre las mejores prácticas en la materia y compartir información sobre productos de consumo peligrosos en los mercados de la región.

IV. Resultados Áreas Transversales y de Apoyo

4.1 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, DIGECOG, Contraloría General de la República, MAP y DGCP). -

Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor

Enero-Diciembre del año 2022

Ejecución de Gastos y Aplicaciones Financieras

en RD\$

| Detalle | TOTAL |
|--|----------------|
| 2 – Gastos | 297,336,295.39 |
| 2.1 - Remuneraciones Y Contribuciones | 238,209,847.32 |
| 2.2 - Contratación De Servicios | 32,962,258.07 |
| 2.3 - Materiales Y Suministros | 11,127,432.48 |
| 2.4 - Transferencias Corrientes | 410,000.00 |
| 2.6 - Bienes Muebles, Inmuebles E Intangibles | 14,626,757.52 |
| Total En Gastos | 297,336,295.39 |

Fuente: Dpto Financiero.

Hemos ejecutado a nivel del devengado al 15/12/2022 en el objeto del gasto de remuneraciones y contribuciones un total de RD\$238,209,847.32 (Doscientos treinta y ocho millones doscientos nueve mil ochocientos cuarenta y siete con 32/100). En el objeto del



gasto de Contrataciones de Servicios se ha ejecutado el total de RD\$32,962,258.07 (Treinta y dos millones novecientos sesenta y dos mil doscientos cincuenta y ocho con 46/100). De igual manera en el objeto de Materiales y Suministros el total de RD\$11,127,432.48 (Once millones ciento veintisiete mil cuatrocientos treinta y dos con 48/100), en el objeto de Transferencia corriente el total de RD\$410,000.00 (Cuatrocientos diez mil con 00/100), y en el objeto de Bienes Muebles e Inmuebles la suma de RD\$14,626,757.52 (Catorce millones seiscientos veintiséis mil setecientos cincuenta y siete con 52/100).

Para un total devengado de RD\$297,336,295.39 (Doscientos noventa y siete millones trescientos treinta y seis mil doscientos noventa y cinco con 39/100) equivalente a un 88.15% y obteniendo una puntuación de 81.1% 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\$34,545,574.98 (Treinta y cuatro millones quinientos cuarenta y cinco mil quinientos setenta y cuatro con 09/100) en fondo general, la cantidad de RD\$26,241,351.28 (Veintiséis millones doscientos cuarenta y un mil trescientos cincuenta y uno 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 |
|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 34,545,574.98 | 26,241,351.28 | 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\$8,606,660.32 (Ocho millones seiscientos seis mil seiscientos sesenta pesos con 32/100), según detalle de antigüedad:

| Detalle | Antigüedad | | | | | |
|--------------------------|------------|--------------|----------|--------------|---------|-----------|
| | DIAS | 1 al 15 | 16 al 30 | 31 al 60 | 61 a 90 | Más de 90 |
| CUENTAS POR PAGAR | | 4,836,998.13 | 1,283.29 | 3,768,378.90 | 0.00 | 0.00 |

Fuente: Dpto Financiero.

4.2 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.

Para desarrollar y mantener un sistema de RRHH que asegura un capital humano competente, motivado, estable y en un buen ambiente laboral, hemos priorizado nuestro programa de capacitación a todos los niveles de la institución.

Asimismo, se realizaron cambios en la estructura organizacional, mejoramos nuestro organigrama y se realizaron adecuaciones al manual de cargos y se reajusto el salario en algunas de las áreas que así lo ameritaban.



Coordinamos jornadas de salud y visual como parte de nuestro programa de salud ocupacional, así como tipificación y donación voluntaria de sangre a través del Hemo Centro Nacional, así como pruebas PCR bajo el acompañamiento del Ministerio de Salud Pública.

Obtuvimos la juramentación de nuestro comité de integridad gubernamental y cumplimiento normativo 2022-2025.

Dentro estos subsistemas se encuentra la Evaluación del Desempeño, la cual realizamos satisfactoriamente y estamos dando seguimiento a los acuerdos de desempeño.

Realizamos la Encuesta de Clima Laboral, obteniendo un resultado general de un 83% de satisfacción.

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.

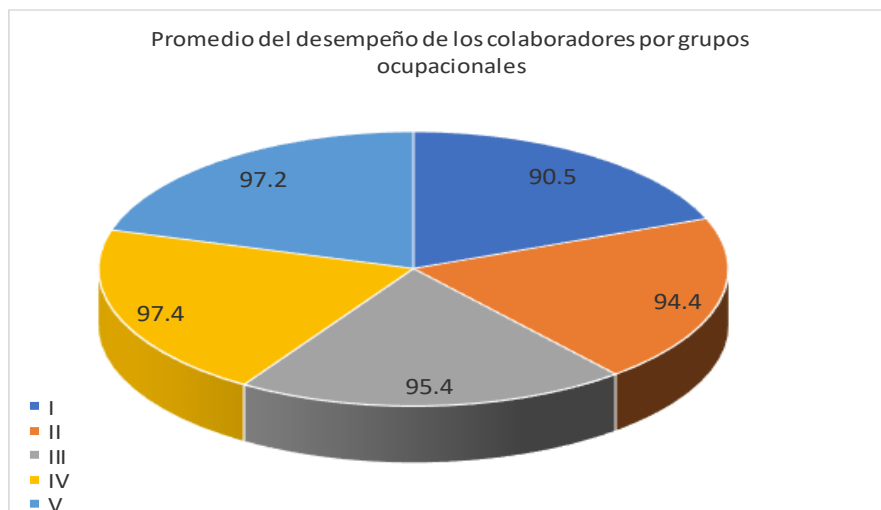
En la actualidad la institución cuenta con un 80.4% de cumplimiento en el sistema de monitoreo y medición de la gestión pública, gestionado por el Ministerio de la Presidencia. Todo lo anterior evidencia que este instituto trabaja con orientación a



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.

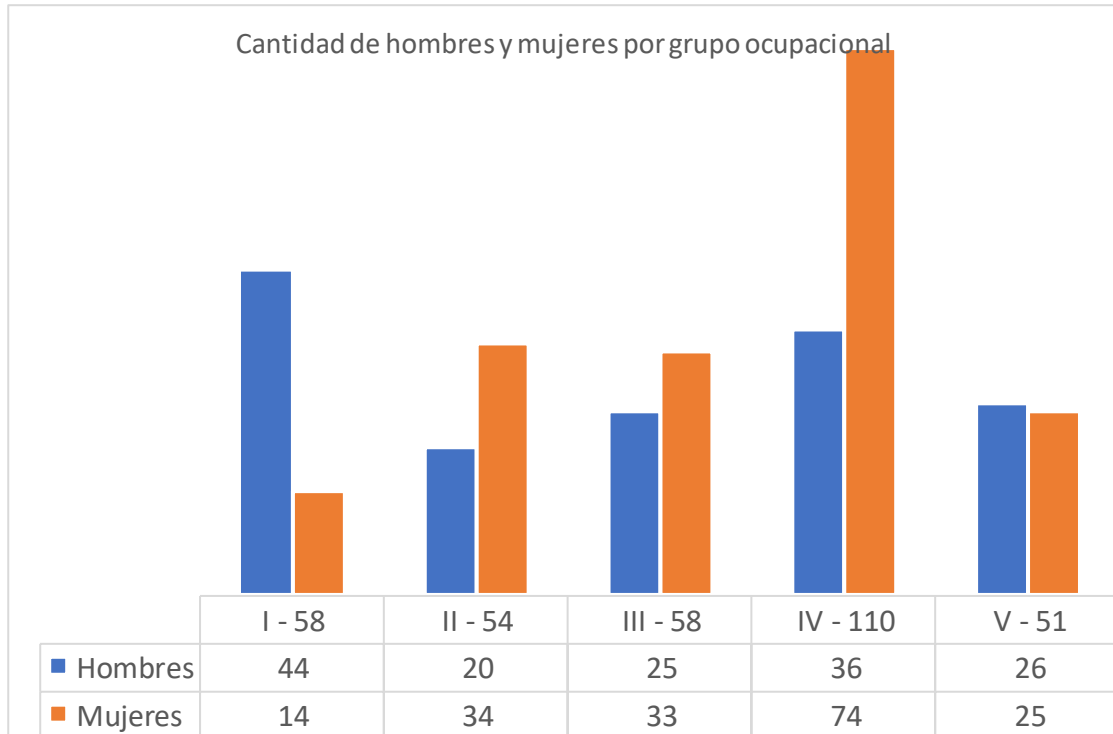
Desempeño de los colaboradores por grupo ocupacional

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 2021, las evaluaciones del presente año se estarán realizando cuando corresponda.



Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH





Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH

4.3 Desempeño de los procesos jurídicos

La Dirección Ejecutiva conjuntamente con el Dirección Jurídica 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 novecientos setenta y siete (977)** resoluciones dirimentes 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-Diciembre, se han emitido **quinientas veintitrés (523)** 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 **doscientas ochenta y tres (283)** 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 **doscientas una (201)** 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 **ochenta y tres (83)** Resoluciones de Registro de Contratos de Adhesión. En tanto que, la Dirección Ejecutiva, emitiendo un total de **dos mil sesenta y una (2,061) Resoluciones.**



Por otro lado, a solicitud de los proveedores, el Dirección Jurídica 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 periodo se han emitido **setecientas cincuenta y tres (753) 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 **seis millones trecientos cincuenta y dos mil quinientos treinta y cuatro pesos con 00/00 (RD\$6, 352,534.00)**.

4.4 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:

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 2,543 tickets desde el 1ro de enero al 1ro diciembre 2022. 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 Asociaciones de Consumidores.

Este sistema digitaliza el proceso de gestión y almacenamiento de la data central de todas las asociaciones de consumidores, registradas en Pro Consumidor, dando la posibilidad de llevar un control de las asociaciones registradas, su documentación y el estatus de las mismas.

Adquisición e implementación de las Firmas Digitales.

Se completo el proceso de adquisición de las firmas digitales a través de la OGTIC y estamos en proceso de creación de las firmas a las personas autorizadas en la lista inicial, lo cual facilitara muchos de los procesos internos, aportara significativamente en el ahorro de tinta e impactara significativamente en el cuidado al medio ambiente, eliminando la necesidad de imprimir documentos en muchas situaciones.

Renovación de NORTIC A4

Actualmente nos encontramos en proceso y en estado avanzado de la renovación de la NORTIC A4, para lograr esto, se ha creado el sistema PROCOINDOCAL, el cual permite al INDOCAL y PRO CONSUMIDOR, recibir reclamos y denuncias compartidos mediante REST API, concernientes al expendio de combustible.



Adquisición e implementación de nuevo Sistema de Gestión de Reclamos y Denuncias

Se adquirió un nuevo sistema de Gestión de Reclamos y Denuncias, reemplazando el sistema actual que se ha venido usando desde el año 2011. Este nuevo sistema permitirá la agilización y automatización de los procesos, permitiendo a los usuarios introducir sus reclamos y denuncias directamente, desde un portal personalizado con su propio usuario, dar seguimiento en vivo al estatus de sus reclamos y denuncias y ver el histórico de sus reclamos anteriores.

Pro Consumidor recibirá los reclamos directamente en el sistema, eliminando el proceso de creación de los reclamos por parte de nuestros agentes y a la vez permitiendo una comunicación directa con los consumidores y proveedores, en todo momento.

Adquisición de nuevo sistema de Central Telefónica.

Se eliminó el contrato que teníamos activo, adquiriendo un nuevo sistema para la Central Telefónica, haciendo un pago único con licencia perpetua, logrando con esto eliminar el pago del servicio contratado, lo que se traduce en un ahorro de 1,258,234 pesos del presupuesto anual.



Cambios en Infraestructura

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

Actualización de los equipos y piezas (Laptops, Tablets y Computadoras de escritorio, Discos SSD) 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. Sustitución de Discos HD por Discos SSD, para mejora de rendimiento de los equipos informáticos.

Virtualización de los servidores, Como parte de los avances y mejoras que tecnología está implementando, se encuentra la virtualización de todos y cada uno de los servidores físicos de nuestro Data Center, centralizando esto en un solo servidor y eliminando el 80% de los equipos físicos que teníamos en el Data Center, lo que se traduce en un ahorro eléctrico, ahorro de espacio, manejo virtual de los equipos y mayor facilidad y control de seguridad y backup de los servidores.

Creación de nuevo dominio, Como parte de la mejora de la seguridad interna, se procedió a migrar a todo el personal de Pro Consumidor a un nuevo dominio, configurado en un servidor virtualizado, cumpliendo con todas las normas de seguridad y brindando un mayor manejo y agilidad de soporte al equipo de tecnología.



Organización de cableado y eliminación de equipos innecesarios,
Se realizó un levantamiento de la estructura actual y procedimos a limpiar todo el cableado innecesario y a eliminar y enviar a bienes nacionales, todos los equipos que estaban guardados en almacén sin usar, con esto logramos una mayor organización y control del inventario actual de tecnología y con esto tenemos una mayor visión de las necesidades y oportunidades de mejora del departamento.

4.5 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 durante el año 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), se encuentra en fase de evaluación aun sin calificación asignada, actualmente hemos sostenido varias reuniones con la contraloría General de la



república para incluirnos en la reforma de medición estructurada por la misma.

b) Resultados de los Sistemas de Calidad

Se ha realizado el cumplimiento del plan de documentación vigente se elaboraron 2 nuevos procedimientos y se evaluaron o modificaron 6 procedimientos e instructivos, con esto se trabajaron un total de 8 documentos el área de Desarrollo Institucional y Calidad en la Gestión.

El Organismo Dominicano de Acreditación ODAC realizó en febrero a Pro Consumidor la auditoría de seguimiento 03 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. Manteniendo la acreditación del organismo de inspección de Pro Consumidor

De igual forma fue realizada en mayo la otra auditoría interna a los departamentos de Inspección y Vigilancia, Recursos Humanos, Compras, y Tecnología de la información. Verificando en correcto cumplimiento de los procesos institucionales.

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 3.

c) Acciones para el fortalecimiento institucional

- Actualmente tenemos fecha para la iniciar la capacitación de que nos llevarán a la implementación de la las normas ISO 9001-2015, ISO 37001-2016 e ISO 37301:2021.
- 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.
- Nos encontramos en fase de asistencia para inclusión de Carta Compromiso al ciudadano, con el objetivo de cumplir con las mejores buenas prácticas de calidad y mejorar el servicio a los ciudadanos.

d) Cooperación Internacional

El departamento de Cooperación Internacional, durante el año 2022, cumplió con el objetivo de proyectar la institución, manteniendo las relaciones con los homólogos y participando en un rol preponderante, en los diferentes escenarios internacionales con aportes importantes en la defensa de los derechos de los Consumidores.



Durante el mes de marzo, con motivo del **Día Mundial del Consumidor**, estuvimos presente como exponte en el evento organizado por **Consumers Internacional**, en el Foro de Finanzas Digitales Justas 2022, (**El boom de las fintech en América Latina**), donde se busca incorporar la protección al consumidor en la regulación de las finanzas digitales, fomentar la educación y la concientización del consumidor.

En la participación de la Dirección Ejecutiva en la Sexta Sesión del Grupo Intergubernamental de Expertos en Derecho y Políticas de Protección al Consumidor, a Celebrarse en Ginebra, Suiza los días 18 y 19 de Julio 2022, en la Sala XIX de las Naciones Unidas (UNCTAD), abogo por la creación de mecanismo que ayuden a evitar la practicas abusivas en el comercio electrónico para garantizar la protección de los usuarios ante el crecimiento de la publicidad engañosa, estafa y robos y otros delitos a través del Internet. Cabe destacar que la Presidencia de la Mesa de Trabajo de la Asamblea de la UNCTAD, reconoció y valoro las propuestas de Pro Consumidor.

En el marco de los intercambios con los homólogos se inició el acercamiento con Italia, donde ambos funcionarios coincidieron en la importancia de establecer un convenio para la defensa de los consumidores de ambas naciones en el tema del comercio electrónico y la publicidad engañosa.

Cabe destacar el acuerdo firmado por el Instituto Nacional de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor) y la Defensoría del Consumidor del Gobierno de El Salvador, que incluye intercambios de políticas institucionales, mecanismo de resolución de conflictos,



observancias y procedimientos para la aplicación de la ley de protección de los derechos de los consumidores.

Se realizaron diferentes mesas dentro de las Temáticas sobre Consumo para compartir experiencias entre la Defensoría del Consumidor (DC) y el Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), El Manual de Buenas Prácticas para la protección de los intereses de la personas consumidores en su relación con los proveedores, Programa sello de garantía en plataformas electrónicas de proveedores de bienes y servicios, el observatorio de publicidad engañosa, entre otras.

Entre las actividades que se realizaron dentro del Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana, está el monitoreo y la elaboración de un boletín regional de precios de alimentos, combustibles y medicamentos, en visualizar el impacto generado por la inflación mundial.

En el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales del Consumidor 2022, fuimos líderes del Grupo de Trabajo sobre el Comercio electrónico, donde se propuso el Observatorios Internacional Electrónico de Agencias Gubernamentales de la protección al Consumidor y Co-líderes junto a Perú del Publicidad Engañosa y Abusiva.

Se participo en el **Simposio Internacional Fiscalización de Promociones con Descuentos Engañosos**, con el objetivo principal de dar a conocer la experiencia y los principales resultados alcanzado por los integrantes por los países del FIAGC, realizado el 15 de julio 2022.



Así mismo mencionar que en el XV Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC) año 2022, República Dominicana tuvo el honor de liderar el grupo de trabajo con el tema “Comercio Electrónico Transnacional”, en conjunto con otros países de la región y Co-liderar con el grupo de trabajo de “Publicidad Engañosa” con Perú como líder de esta parte.

Presidencia CONCADECO 2022-2023

La institución asume el 12 de septiembre, la Presidencia Pro Tempore 2022 – 2023 del Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana (CONCADECO), organismo que pertenece al Sistema de integración Centroamericana (SICA). En el discurso de toma de posesión la máxima autoridad de Pro consumidor anuncio que en su gestión intensificara las relaciones entre las agencias gubernamentales de protección del consumidor de la región, por medio de acuerdos, cooperación y ayuda mutua. Resalto que la agenda a desarrollar durante su mandato se hará de manera conjunta con los homólogos que integran CONCADECO.

Participación en la Reunión de la Comisión de secretarías de la Integración Centroamericana (SICA) el 27 de julio 2022, en el contexto de la Presidencia Pro Tempore del SICA de la República Dominicana, celebrado el Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX)

Presidencia FIAGC 2022-2023

El 6 de noviembre del año en curso, la Dirección Ejecutiva estuvo presente en el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales



de Protección al Consumidor (FIAGC), en la XVI Asamblea donde fue elegido a unanimidad como presidente Pro Tempore 2023 que se celebró en Buenos Aires, Argentina.

4.6 Desempeño del Área de Comunicaciones

Conforme a los lineamientos del Plan Operativo Anual (POA), en el año 2022, 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 (126) contenidos en los que se incluyen (114) 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 (10) campañas digitales para la protección de los derechos y de los intereses económicos durante temporadas especiales donde se incrementan el flujo de las compras.



- Flecha tus derechos en San Valentín
- En Semana Santa: Cuidamos tus derechos y tu salud. (Enfatizada a los neumáticos).
- Campaña con motivo al Día de las Madres Regalos de las madres con garantía, Pro Consumidor te lo asegura.
- Qué saber para elegir campamento.
- Leche materna.
- De regreso a clases compra con inteligencia.
- Mes de la lucha contra el cáncer.
- Vigilamos el Black Friday.
- No te vayas en rojo con tu doble sueldo.
- Campaña con motivo a las fiestas navideñas.

Asimismo, los resultados generados por las campañas de educación que hemos difundido en los diversos medios de comunicación, han tenido un impacto significativo en los grupos de interés tanto interno como externo, debido al aumento de reclamos por el empoderamiento y la orientación a los consumidores acerca de sus derechos.

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 conforme al 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 embajadas digitales en la cual hemos orientando a la ciudadanía, a través del Facebook, Twitter, Instagram y el canal de YouTube.

Para el periodo citado, tenemos un total de (436,423) seguidores comprendidos en cuatro redes sociales: En Twitter contamos con (234,100) seguidores, Instagram (141,800) seguidores, Facebook (35,809) me gustas y en YouTube (590) suscriptores. Nuestras reproducciones de audiovisuales en el caso de YouTube tienen un total de (24,124).



V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional

5.1 Nivel de satisfacción con el servicio

Realizamos encuestas de satisfacción de los servicios brindados en los meses de mayo a agosto 2022 con un resultado promedio de 92.6% con los siguientes resultados.

A nivel general hay que resaltar que en la mayoría de las preguntas las respuestas positivas oscilan entre 76% a 100%. En cuanto a la amabilidad de los agentes de servicio al usuario, fueron calificados por un 83.2% de los consumidores como buena. Similar al nivel de profesionalidad los cuales presentaron un porcentaje de 98.3%, un 87% de los consumidores que visitaron nuestras instalaciones las considera cómodas e higiénicas y por último, para el 95% 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.

5.2 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 ciento cinco (105) 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 satisfactoria 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 (100%).

En cumplimiento del Decreto No. 791-21 que declara de alta prioridad el proceso de implementación y elección de las Comisiones de Integridad Gubernamental y Cumplimiento Normativo (CIGCN), se conformó la Comisión de Integridad de Pro Consumidor según el cronograma establecido por el órgano rector Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG),

5.3 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 veintidós casos (22) de quejas, cumplidas en un 100% en el plazo correspondiente de acuerdo a 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.

5.4 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: veintidós casos (22) de quejas, cumplidas en un 100% en el plazo correspondiente de acuerdo a

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.

Se proyecta el cierre de diciembre del presente año 2022, un porcentaje de cumplimiento de 99%100 en el portal de transparencia, el sistema de administración de quejas (Línea 311 un 100%) y en el Sistema Único de Solicitudes de acceso a la Información Pública (SAIP un valor de 13/13 igual a un 100%),



VI. Proyecciones al próximo año

Fortalecimiento institucional

- 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

Proyectos

Libro de reclamaciones digital: consiste en reemplazar los libros de reclamaciones actuales por códigos QR en todos los establecimientos comerciales exceptuando los colmados y almacenes. Haciendo más fácil de esta forma la reclamación o denuncia de los consumidores ante Pro Consumidor de manera instantánea.

Plan Nacional de Vigilancia para el Cumplimiento de la Norma Dominicana (NORDOM 53) sobre Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (Preenvasados): Pro-



Consumidor como autoridad vigilante de mercado presenta la siguiente propuesta “Plan Nacional de Vigilancia para el Cumplimiento de la NORDOM 53, sobre Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados”, con el fin de proteger de forma efectiva y enfocada los derechos, que implica la protección de la salud y la seguridad, así como lo intereses económicos de los y las consumidoras, con énfasis además en el consumo sostenido y sustentable, y a su vez, propiciará la competencia leal en el mercado en beneficio de todos los actores.

El presente proyecto, será ejecutado para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de etiquetado, conforme a los procedimientos ya establecidos, y será dirigido por Inspectores de la Institución acreditados bajo ISO-17020, lo cual garantiza el correcto y fiel cumplimiento desde la perspectiva de conocimientos técnicos para llevar a cabo esta función respecto al debido proceso administrativo.



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 | 3,509 | 100% | 3,534 | 100% |
| 2 | Servicio al usuario | atención a denuncias | Denuncias atendidas respecto al semestre anterior | semestral | 365 | 100% | 511 | 100% |
| 3 | Servicio al usuario | Satisfacción ciudadana | tasa de satisfacción de la ciudadanía con el servicio | cuatrimestral | 83.70% | 85% | 92.60% | 100% |
| 4 | Departamento Jurídico | Análisis de contrato de adhesión | Cantidad de contratos de adhesión analizados respecto al semestre anterior | semestral | 45 | 100% | 178 | 100% |
| 5 | Departamento Jurídico | Registro de contrato de adhesión | Cantidad de contratos de adhesión registrados respecto al semestre anterior | semestral | 46 | 100% | 152 | 100% |
| 6 | Departamento Jurídico | Análisis de rifas, concursos y sorteos | Cantidad de rifas y concursos analizados respecto al semestre anterior | semestral | 391 | 100% | 392 | 100% |
| 7 | Inspección y vigilancia | inspecciones por denuncia | Cantidad de inspecciones por denuncias respecto al semestre anterior | semestral | 110 | 100% | 167 | 100% |
| 8 | Inspección y vigilancia | inspecciones oficiosas | Cantidad de inspecciones oficiosas respecto al semestre anterior | semestral | 1,814 | 100% | 1924 | 100% |
| 9 | Inspección y | Decomiso de productos en | Cantidad de productos | semestral | 117,689 | 100% | 122,742 | 100% |

| NO. | ÁREA | PROCESO | NOMBRE DEL INDICADOR | FRECUENCIA | LÍNEA BASE | META | ÚLTIMA MEDICIÓN | RESULTADO |
|-----|--|-------------------------------------|--|---------------|-------------|------|-----------------|-----------|
| | vigilancia | mal estado | decomisados respecto al semestre anterior | | | | | |
| 10 | Educación al consumidor | Charlas de educación a consumidores | Cantidad de charlas realizadas respecto al semestre anterior | semestral | 308 | 100% | 332 | 100% |
| 11 | Educación al consumidor | Charlas de educación a consumidores | Cantidad de participantes orientados respecto al semestre anterior | semestral | 3,433 | 100% | 8,207 | 100% |
| 12 | Departamento de conciliación | Conciliación de reclamaciones | Cantidad de reclamaciones conciliadas satisfactoriamente respecto al semestre anterior | semestral | 1,270 | 100% | 1,303 | 100% |
| 13 | Departamento de conciliación | Conciliación de reclamaciones | Devolución económica a consumidores respecto al semestre anterior | semestral | 138,429,958 | 100% | 218,344,516 | 100% |
| 14 | Departamento de conciliación | Conciliación de reclamaciones | tasa de satisfacción de la ciudadanía con el servicio | cuatrimestral | 83.70% | 85% | 95.80% | 100% |
| 15 | Departamento de Buenas Prácticas Comerciales | Charlas-Talleres a proveedores | Cantidad de charlas realizadas respecto al semestre anterior | semestral | 49 | 100% | 68 | 100% |
| 16 | Departamento de | Visitas de | Cantidad de visitas | semestral | 977 | 100% | 1,250 | 100% |



| NO. | ÁREA | PROCESO | NOMBRE DEL INDICADOR | FRECUENCIA | LÍNEA BASE | META | ÚLTIMA MEDICIÓN | RESULTADO |
|-----|--------------------------------------|--------------------------------------|--|------------|------------|------|-----------------|-----------|
| | ento de Buenas Prácticas Comerciales | Buenas Prácticas Comerciales | realizadas respecto al semestre anterior | | | | | |
| 17 | Análisis de publicidad y precios | Verificación de ofertas de productos | Cantidad de verificaciones de ofertas de productos respecto al semestre anterior | semestral | 470 | 100% | 761 | 100% |



b. Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP)

| Código Programa / Subprograma | Nombre del Programa | Asignación presupuestaria 2022 (RD\$) | Ejecución 2022 (RD\$) | Cantidad de Productos Generados por Programa | Índice de Ejecución % | Participación ejecución por programa |
|-------------------------------|--|---------------------------------------|-----------------------|--|-----------------------|--------------------------------------|
| 11 | Defensa y protección a los derechos del consumidor | RD\$ 337,049,925.93 | RD\$ 285,976,437.00 | 4 | 84.85% | 99.86% |
| 98 | Administración de contribuciones especiales | RD\$ 1,000.000.00 | RD\$ 390,000.00 | 0 | 39% | 0.14% |
| | | RD\$ 338,049,925.93 | RD\$ 286.366,437.00 | 4 | | |



C. Plan de compras

| DATOS DE CABECERA PACC | |
|---|---|
| MONTO ESTIMADO TOTAL | RD\$51,773,687.26 |
| CANTIDAD DE PROCESOS REGISTRADOS | 71 |
| CAPÍTULO | 0999 |
| SUB CAPÍTULO | 02 |
| UNIDAD EJECUTORA | 5161 |
| UNIDAD DE COMPRA | Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor |
| AÑO FISCAL | 2022 |
| FECHA APROBACIÓN | |
| MONTOS ESTIMADOS SEGÚN OBJETO DE CONTRATACIÓN | |
| BIENES | RD\$ 37,425,997.42 |
| OBRAS | RD\$ - |
| SERVICIOS | RD\$ 14,347,689.84 |
| SERVICIOS: CONSULTORÍA | RD\$ - |
| SERVICIOS: CONSULTORÍA BASADA EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS | RD\$ - |



| MONTOS ESTIMADOS SEGÚN CLASIFICACIÓN MIPYME | | |
|--|------|---------------|
| MIPYME | RD\$ | 6,953,174.92 |
| MIPYME MUJER | RD\$ | 2,711,781.34 |
| NO MIPYME | RD\$ | 42,044,731.00 |
| MONTOS ESTIMADOS SEGÚN TIPO DE PROCEDIMIENTO | | |
| COMPRAS POR DEBAJO DEL UMBRAL | RD\$ | 2,780,231.00 |
| COMPRA MENOR | RD\$ | 23,529,856.26 |
| COMPARACIÓN DE PRECIOS | RD\$ | 14,063,600.00 |
| LICITACIÓN PÚBLICA | RD\$ | 11,400,000.00 |
| 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\$ | - |



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

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

