



REPÚBLICA DOMINICANA

# MEMORIA INSTITUCIONAL

---

AÑO 2023



GOBIERNO DE LA  
**REPÚBLICA DOMINICANA**

---



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

# MEMORIA INSTITUCIONAL

---

AÑO 2023



GOBIERNO DE LA  
**REPÚBLICA DOMINICANA**

---



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

# TABLA DE CONTENIDO

## Memoria Anual 2023

I.	Resumen Ejecutivo .....	5
1.1.1	Logros acumulados 2020-2023 .....	7
II.	Información Institucional .....	8
2.1.1	Marco filosófico institucional.....	8
2.1.2	a. Misión .....	8
2.1.3	b. Visión.....	9
2.1.4	c. Valores .....	9
2.1.5	Base Legal .....	9
2.1.6	Estructura organizativa .....	11
2.1.7	Planificación estratégica institucional .....	14
III.	Resultados Misionales .....	15
3.1.1	Atención a Reclamaciones de Consumo .....	15
3.1.2	Inspección y Vigilancia de Mercado .....	17
3.1.3	Laboratorio De Verificación De Pesos Y Medidas .....	19
3.1.4	Buenas Prácticas Comerciales (BPC).....	20
3.1.5	Educación en Materia de Consumo .....	22
3.1.6	Fomento De Asociaciones De Consumidores .....	23
3.1.7	Análisis de publicidad y precios .....	24
3.1.8	Seguridad de Productos .....	27
IV.	Resultados Áreas Transversales y de Apoyo.....	29
4.1.1	Desempeño Área Administrativa y Financiera.....	29
4.1.2	Desempeño de los recursos humanos .....	31
4.1.3	Desempeño de los procesos jurídicos .....	33
4.1.4	Desempeño de la tecnología .....	34
4.1.5	Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional .	38
4.1.6	Desempeño del Área de Comunicaciones .....	40

V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional .....	43
5.1.1 Nivel de satisfacción con el servicio .....	44
5.1.2 Nivel de cumplimiento acceso a la información .....	44
5.1.3 Resultados sistema de quejas, reclamos y sugerencias.....	45
5.1.4 Resultados mediciones del portal de transparencia .....	46
VI. Proyecciones .....	47
VII. Anexos .....	48
a. Matriz Logros Relevantes – Datos Cuantitativos. 2023.....	48
b. Matriz de principales indicadores de gestión por procesos.....	50
c. Matriz Índice de Gestión Presupuestaria Anual (IGP).....	52
7.1.1 d. Plan de compras.....	57



## I. Resumen Ejecutivo

El Informe de Memoria Institucional consolida las acciones y las iniciativas realizadas por la gestión institucional en el año 2023 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 **RD\$570,856,236.69**, monto equivalente al 173% 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 año, esto fue logrado a través del procedimiento de conciliación mediante **3,524 acuerdos** en todo del territorio nacional, evitando procesos judiciales en los tribunales, de manera rápida, fácil y gratuita.

Pro Consumidor supervisa el comportamiento del mercado a través de un Programa Nacional de Inspección y Vigilancia. En ese sentido, **3,554 establecimientos fueron inspeccionados**, en todas las provincias del país, lo cual representa la protección de aproximadamente **526,169 familias**, que tendrán de esta manera productos en condiciones adecuadas para el consumo, con una inversión de **RD \$8,345,562.86** 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 **503 verificaciones entre pesos y balanzas** con una inversión de RD\$1,661,938.74 protegiendo la economía de aproximadamente **96,576 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 **9,493 visitas de verificación por publicidad**. En adición a esto, se han examinado y verificado más de **871** piezas publicitarias exhibidas en medios de comunicación de circulación nacional, radio, televisión, catálogos, volantes, afiches y/o páginas web, redes sociales, prensa y también el comercio electrónico. Para esta verificación se ha destinado un total de RD \$11,307,759.43

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas, durante el año 2023 se han visitado **1,500 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\$4,161,983.12

Durante el año llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar en el año **18,239 personas** entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante más de **451 acciones formativas**.

#### 1.1.1 Logros acumulados 2020-2023

A lo largo de nuestro período de frente a la institución 2020-2023 hemos realizado operativos que suman un total de **3,505 inspecciones** contra la comercialización de **bebidas alcohólicas adulteradas** incautando más de **2,500 ejemplares**, logrando así reducir a cero las muertes por esta causa.

Iguales acciones se han tomado respecto a la venta de insumos que se utilizan para la fabricación del llamado “**ácido del diablo**”, con la realización de **805 inspecciones** con las que se ha controlado su comercialización y hemos logrado reducir a cero la cantidad de ataques a personas como consecuencia del “**ácido del diablo**”.

Se han inaugurado un total de 8 nuevas oficinas de pro consumidor entre: 4 nuevas oficinas provinciales, en zonas de alto volumen de comercio nacional y turístico y 3 puntos GOB, distribuidos en el Gran Santo Domingo y Santiago



Por su parte, se han procesado 25,824 reclamaciones procesadas a la fecha, de las cuales hemos logrado un retorno económico a favor de los consumidores de RD\$ 1,801,049,151.83equivalente al costo de su bien o servicio reclamado ante nuestra institución.

## II. Información Institucional

### 2.1.1 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.

#### 2.1.2 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.





### 2.1.3 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.

### 2.1.4 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.

### 2.1.5 Base Legal

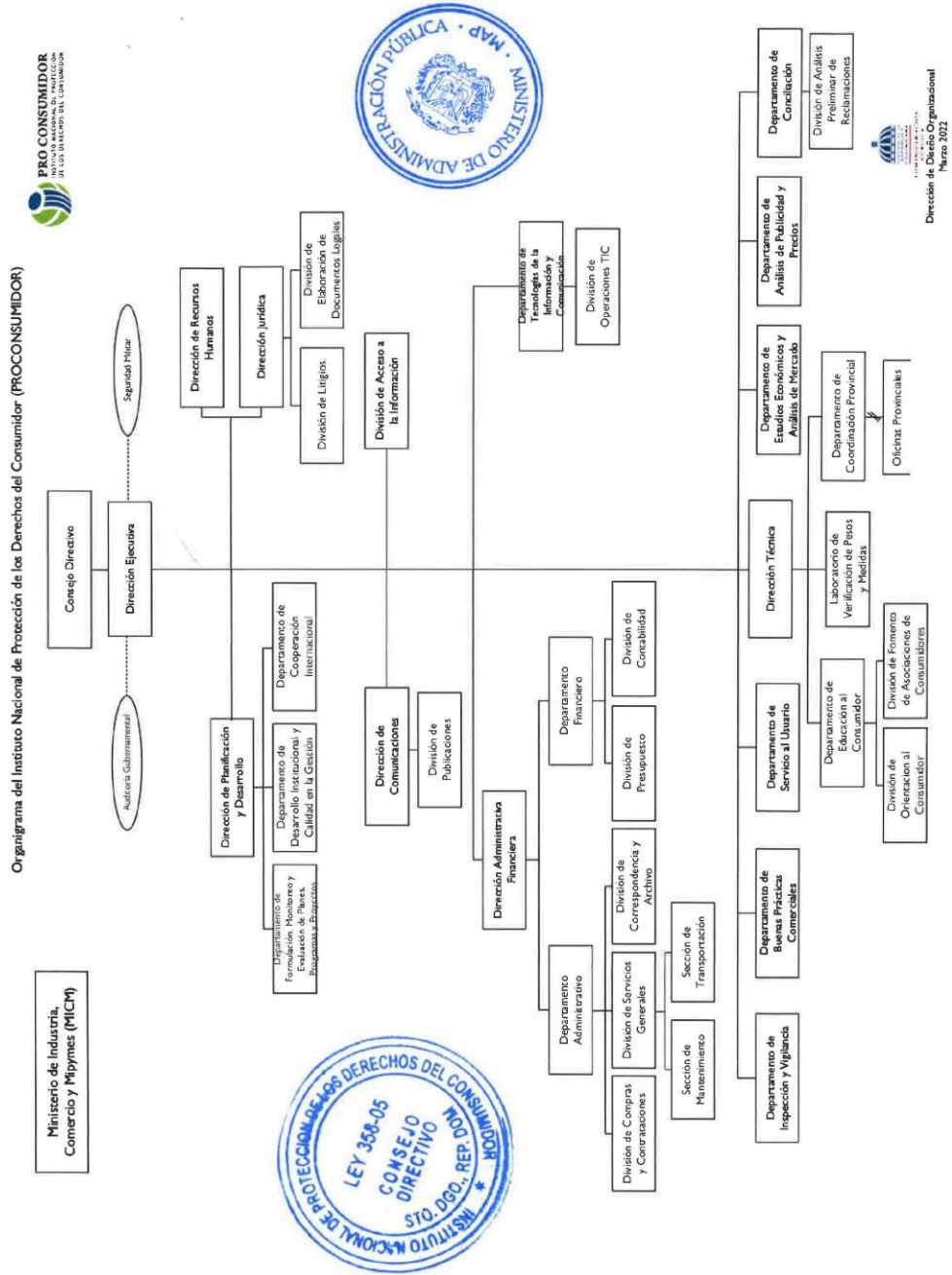
El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), es la entidad del Gobierno Dominicano que tiene como objetivo establecer políticas, normas y procedimientos necesarios para la protección efectiva de los derechos de los consumidores y garantizar la equidad en la relación 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.



## 2.1.6 Estructura organizativa



### Listado de servidores públicos de primer y segundo nivel:

1 - Eddy Antonio Alcántara Castillo - Director Ejecutivo



- 2 - Maritza Araujo - Directora - Dirección de Planificación y Desarrollo
- 3 - Olga Elizabeth Matos Rodríguez - Encargada - Departamento de Formulación, Monitoreo y Evaluación de Planes, Programas y Proyectos
- 4 - Anthony Kamil Chavéz Gomez - Enc. Interino - Departamento Desarrollo Institucional y Calidad en la Gestión
- 5 - Luz Milagros De La Cruz - Encargada - Departamento Cooperación Internacional
- 6 - Elsa Dolores Jiménez Peña De Santana - directora - Recursos Humanos
- 7 - Johanna Mariel Calderón Concepción - directora - Dirección Jurídica
- 8 - Carlos Rojas - Encargado - División de Litigios
- 9 - Roberto Rafael Brito Jerez - director - Dirección de Comunicaciones
- 10 - Wendy Berroa Hernández - Encargada - División de Publicaciones
- 11 - Carolina Montero - Enc. Interina - División de Publicaciones
- 12 - Lucia Cespedes García - Encargada - Oficina de Acceso a la Información (AOI)
- 13 - Altagracia Miguelina Matías Díaz - Encargada - Depto. Administrativo
- 14 - Mikyris Ramírez Jiménez - Encargada - División Compras y Contrataciones
- 15 - Javier Samboy - Encargado - División Servicios Generales
- 16 - Odesa Juscelina Acosta Pérez - Encargada - División Correspondencia y Archivo
- 17 - Katy Alexandra Tavaréz Fernández - Encargada - Departamento Financiero
- 18 - Pedro Jiménez Marte - Enc. Interino - División de Contabilidad
- 19 - Esleidin Yasser Matos Lara - Encargado - Departamento de Tecnología de Información y Comunicaciones
- 20 - Eusebio Peña Almengo - Encargado - Departamento de Inspección y Vigilancia
- 21 - Nancy Ubaldo Cruz De Velez - Encargada - Departamento de Buenas Prácticas Comerciales



- 22 - Rubén Alfredo Carela Valenzuela - Encargado - Departamento Servicio al Usuario
- 23 - Fidel del Rosario Vinicio - Encargado - Departamento de Estudios Económicos y Análisis de Mercado
- 24 - Yeshica Dayira Peguero De La Rosa - Encargada - Departamento de Análisis Publicidad y Precios
- 25 - Pamela Cecília Rivas - Enc. Interina - Departamento de Conciliación
- 26 - Carlos Alberto De La Cruz Divanna - Encargado - Departamento de Educación al Consumidor
- 27 - Glenys Margarita Taveras Moreno - Encargada - División de Orientación al Consumidor
- 28 - Johanny Esther Ramírez Beato - Encargada - Enc. Div. Fomento de Asociaciones
- 29 - Carlos Rafael Pérez Fría - Encargado - Departamento de Coordinación Provincial
- 30 - Niels Ureña - Encargado Administrativo - Oficina Provincial Santiago
- 31 - Jhoanny Modesto Marmolejos R. - Encargado Administrativo - Oficina Provincial Santiago
- 32 - Nuryn Yocasta Paulino De La Cruz - Encargada - Oficina Provincial Puerto Plata
- 33 - José Teodoro Rosso Bautista - Encargado - Oficina Provincial La Vega
- 34 - Francisco Javier Castillo Feliz - Encargado - Oficina Provincial Hato Mayor
- 35 - Nicolas Recio Del Orbe - Encargado - Oficina Mega Centro
- 36 - Rey Antonio Ovalles Rodríguez - Encargado - Oficina Provincial Moca
- 37 - Rafael Antonio Hernández Martínez - Encargado - Oficina Provincial San Francisco de Macorís
- 38 - Elixandro Melo Encarnación - Encargado - Oficina Provincial San Juan de la Maguana
- 39 - Yobany Manuel De León Pérez - Encargado - Oficina Provincial Barahona
- 40 - Yuly Alexander Mercedes Ventura - Enc. Interino - Oficina Zona Colonial



### 2.1.7 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**

##### 3.1.1 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, Atención Presencial, Página Web, ProcoAPP y Redes Sociales.

En el año 2023, se captaron por el Departamento de Servicio al Usuario, un total de 594 Denuncias y 4,854 Reclamaciones.

Luego de captadas las reclamaciones el departamento de conciliación 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, el cual después de un exhaustivo análisis del caso falla o deciden el curso a seguir de la denuncia o reclamación en cuestión, levantándose un acta que tiene el mismo carácter de una sentencia judicial, de forma confidencial y reservada.

Con este mecanismo legal Pro Consumidor pone a disposición de los ciudadanos la solución a controversias suscitadas entre consumidores y proveedores, lográndose así resultados a corto



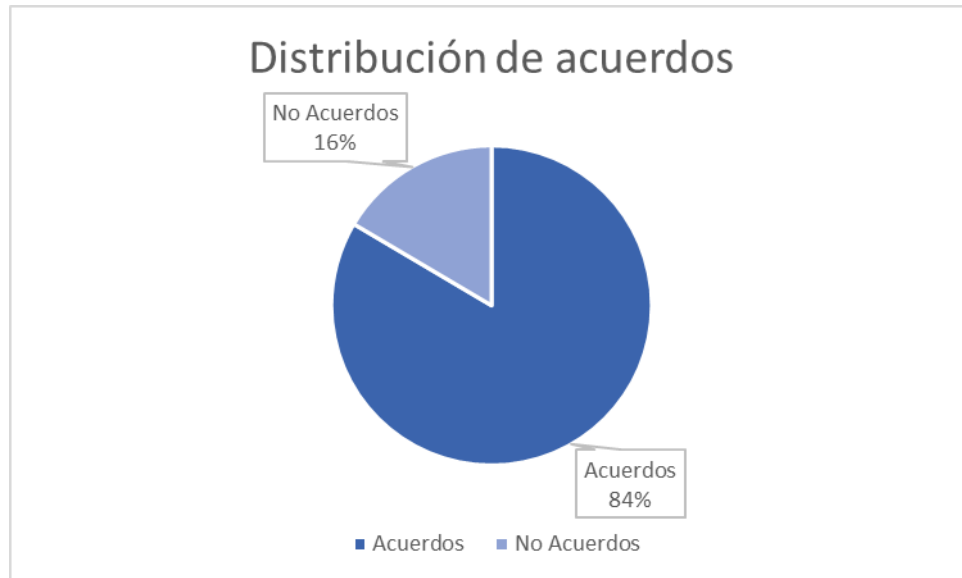
plazo, evitando procesos judiciales en los tribunales, de manera rápida, fácil y gratuita.

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), alcanzado una 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 en el año 2023 la devolución a favor de los consumidores la representante suma de **RD\$570,856,236.69**, monto equivalente al 173% 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. Esto se logró con un total de **3,524 acuerdos** en fase de conciliación en todo el territorio nacional. Impartiendo 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:







Fuente: Departamento conciliación

Pro Consumidor a través de su herramienta tecnológica Pro Concilia brinda asistencia técnica a los consumidores y proveedores teniendo estos la oportunidad de 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.

### 3.1.2 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 con especial atención a los que se dedican 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.

El departamento de Inspección y Vigilancia es el encargado de regular las Estaciones de expendio de combustibles como el GLP, la Gasolina y el Diesel, con el propósito de asegurarse de que los proveedores respeten los derechos del consumidor, estas inspecciones se realizan con equipos estandarizados y calibrados sistemáticamente.

En ese sentido, **3,554 establecimientos han sido inspeccionados**, lo cual representa la protección de **526,169 familias** de las cuales alrededor de 7 de cada 10 establecimientos inspecciones tuvieron alguna no conformidad con la normativa de protección al consumidor o las normativas evaluadas. El alcance de las inspecciones durante el año 2023 alrededor de todo el país, con una inversión de **RD \$8,345,562.86**.

En detalle, las inspecciones fueron según tipo, 3,018 por iniciativa de Pro Consumidor por su facultad de vigilancia de mercado, 210 por denuncias y 306 por reclamaciones, y por rubros de la siguiente manera:

<b>Rubros inspeccionados</b>	
<b>Agua, Alimentos y Bebidas</b>	1568
<b>Publicidad y Precios</b>	513
<b>Cobros indebidos</b>	45
<b>Bebidas alcohólicas</b>	530
<b>Electrodomésticos</b>	215
<b>Combustibles</b>	155



<b>Inmuebles</b>	48
<b>Seguridad de productos</b>	2
<b>Vehículos</b>	34
<b>Productos de Belleza e Higiene Personal / Juguetes</b>	57
<b>Servicios Turísticos</b>	39
<b>Libro de reclamaciones</b>	147
<b>Metrología legal de balanzas</b>	169
<b>Otros rubros</b>	32

Fuente: Departamento de inspección y vigilancia

A su vez, se decomisaron un total de **206,672** productos por ser considerados no aptos para el consumo humano en los que se encuentran una cantidad considerable vencidos, con presencia de plagas y en descomposición etc.

### 3.1.3 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 **503 verificaciones entre pesos y balanzas** con una inversión de **RD \$1,661,938.74** protegiendo la economía de **96,576 familias dominicanas** inhabilitando las balanzas que no cumplen con las medidas correctas.

Fueron realizadas 23 toma de muestras de agua de un residencial en compañía del departamento de inspección y vigilancia. Al igual que el análisis de 19 alimentos y jugos.

#### 3.1.4 Buenas Prácticas Comerciales (BPC)

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas de reconocimiento, 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 en los productos que se comercializan, utilizando como estándares lo establecido en las normativas y reglamentos existentes en el país.

Al respecto, **1,500 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\$4,161,983.12



## Intervención En Comités Técnicos De Normas

Vale la pena destacar, por su importancia, nuestra participación en Doscientos cincuenta y dos (252) 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, se encuentra 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, se impartieron diez (10) charlas en todo el territorio nacional.

## 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 en 33 Mesas de Trabajo Conjuntas.



### 3.1.5 Educación en Materia de Consumo

Durante año llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar en el 2023 un total de **18,239 personas** entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante la cantidad de **451 acciones formativas**.

Entre las alianzas interinstitucionales logradas, cabe destacar que realizamos jornadas educativas, en planteles escolares en las provincias de Barahona, San Pedro De Macorís, Espaillat, La Vega, Hato Mayor Del Rey, San Cristóbal, El Seibo, La Romana, Samaná. donde se impactaron jóvenes y maestros sobre sus derechos como consumidores.

Participación en el **8vo. Festival Gastronómico de la Yuca**, celebrado en el **Municipio de Higüey**, Provincia La Altagracia, donde se capacitaron a los asistentes sobre los derechos que les asisten como consumidores.

Pro Consumidor coordinó en colaboración con el **Colegio Dominicano de Periodistas (DCP)**, la capacitaron de los profesionales de la comunicación sobre la **Publicidad Engañosa**, según nuestra Ley 358-05 y su Art. 88.



### 3.1.6 Fomento De Asociaciones De Consumidores

Pro Consumidor ha propiciado la creación de asociaciones de consumidores estas son organizaciones de la sociedad civil que promueven los derechos de los consumidores y cooperan con las autoridades competentes en cuanto a la orientación sobre sus derechos en las diferentes comunidades del país.

Pro Consumidor en coordinación con estas organizaciones imparte charlas de los derechos de los consumidores, como parte de su estrategia para motivar su desarrollo y la formación de nuevas asociaciones de consumidores.

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.

A lo largo del año 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, estableciendo una constante cooperación interinstitucional, acompañamiento y capacitaciones. Hemos dado seguimiento y motivación a varias organizaciones en las que se encuentran:

- ADECONUSC
- ASACASCRI CONADECO
- ASOCONSUSADON
- ASOJUVESC
- FUNDACION FIDELINA ADAMES
- RENACO



### 3.1.7 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 lo relativo a la publicidad, buenas prácticas comerciales y vigilancia del mercado, nos hemos enfocado en lograr 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 y 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 **9,493** 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 **871** piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional, radio, televisión abierta, catálogos, volantes, redes sociales, prensa, afiches y/o páginas web, y también el comercio electrónico. Para esta verificación se ha destinado un total de RD \$11,307,759.43

Como resultado se hicieron **762** 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.

Como parte de nuestra política para erradicar los desajustes y/o malas prácticas comerciales en esa materia, se han ejecutado programas de prevención para las fechas en las que significativamente se incrementa la actividad comercial tales como San Valentín, Semana Santa, viernes negro, y compras de navidad estableciendo canales de conversación con los comerciantes y supervisando sus establecimientos.

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 en cualquier momento la información de precios de 773 productos distribuidos de la siguiente forma:

Rubros inspeccionados	
Producto	Cantidad
Medicamentos	606
Productos alimenticios de supermercados	2740
Productos alimenticios en colmados	1200
Productos Alimenticios Almacenes	1200
Productos Alimenticios Mercados	1920
Ferreteros	570
Higiene y cuidado corporal	276
Limpieza del hogar	552

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.



### 3.1.8 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, para que se tomen las precauciones necesarias y se disminuyan los accidentes de consumo.

En ese sentido, se han publicado **15 alertas de seguridad de productos** en los medios de comunicación 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 la totalidad de las celebradas por la Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA (RCSS), y elaboramos bimensualmente el boletín de noticias en coordinación con los países de 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 lo que va de año 2023, se ha elaborado un boletín informativo cada dos meses 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 humanas no sean lesionadas y lastimadas por su uso o consumo.

Esto 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

### 4.1.1 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 de este. 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-noviembre del año 2023

Ejecución de Gastos y Aplicaciones Financieras

en RD\$

<b>Detalle</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2 – Gastos</b>	
<b>2.1 - Remuneraciones Y Contribuciones</b>	252,278,062.69
<b>2.2 - Contratación De Servicios</b>	39,043,600.80
<b>2.3 - Materiales Y Suministros</b>	9,335,428.30
<b>2.4 - Transferencias Corrientes</b>	625,000.00
<b>2.6 - Bienes Muebles, Inmuebles E Intangibles</b>	1,732,937.04
<b>Total, En Gastos</b>	RD\$303,015,028.83

Fuente: Dpto Financiero.

Hemos ejecutado a nivel del devengado al 30/11/2023 en el objeto del gasto de Remuneraciones y contribuciones un total de RD\$252,278,062.69 (Doscientos cincuenta y dos millones doscientos setenta y ocho mil sesenta y dos pesos con 69/100). En el objeto del gasto de Contrataciones de Servicios se ha ejecutado a el total de RD\$39,043,600.80 (Treinta y nueve millones cuarenta y tres mil seiscientos pesos con 80/100). De igual manera en el objeto



de Materiales y Suministros el total de **RD\$9,335,428.30** (Nueve millones trescientos treinta y cinco mil cuatrocientos veintiocho pesos con 30/100), en el objeto de Transferencia corriente el total de **RD\$625,000.00** (Seiscientos veinticinco mil pesos con 00/100), y en el objeto de Bienes Muebles e Inmuebles la suma de **RD\$1,732,937.04** (Un millón setecientos treinta y dos mil novecientos treinta y siete pesos con 04/100).

Para un total devengado de **RD\$303,015,028.83** (Trescientos tres millones quince mil veintiocho pesos con 83/100) equivalente a un **85.72%** y obteniendo una puntuación de **90%** en el IGP2.

Las cuentas se han mantenido con balances por un valor de **RD\$29,600,601.34** (Veintinueve millones seiscientos mil seiscientos un pesos con 34/100) en fondo general, la cantidad de **RD\$3,707,369.90** (Tres millones setecientos siete mil trescientos sesenta y nueve pesos con 90/100) y un total de **RD\$28,296.41** (Veintiocho mil doscientos noventa y seis pesos con 41/100) 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
<b>RD\$29,600,601.34</b>	<b>RD\$3,707,369.90</b>	<b>RD\$28,296.41</b>

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\$3,956,566.72** (Tres millones novecientos cincuenta y seis mil quinientos sesenta y seis pesos con 72/100), 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		1,829,728.67	1,154,323.03	752,949.96	219,565.13	0.00

Fuente: Dpto. Financiero.

#### 4.1.2 Desempeño de los recursos humanos

##### Comportamiento de los subsistemas de RRHH

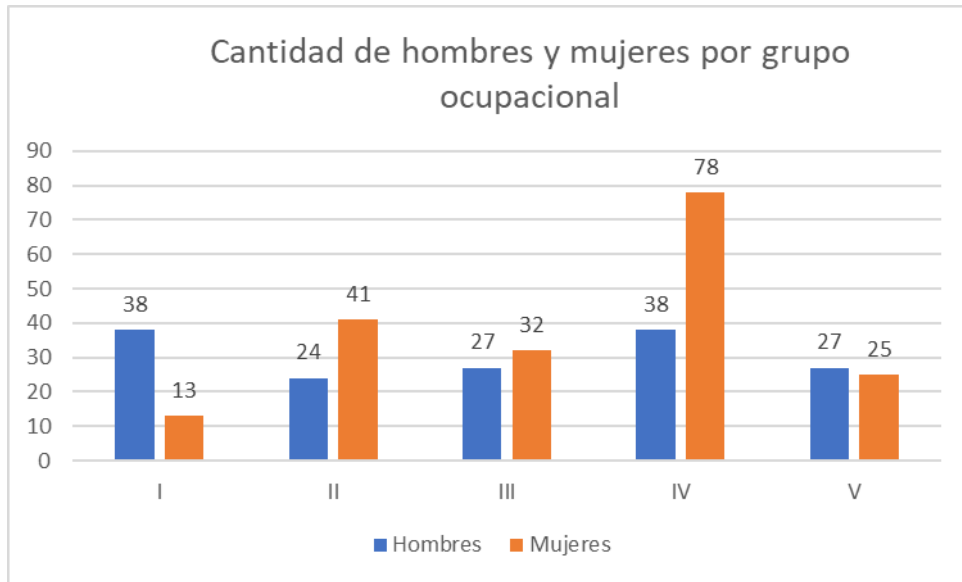
La misión de la Dirección de Recursos Humanos es planificar, dirigir y controlar todo lo relacionado con la implantación y desarrollo de los subsistemas de recursos humanos para la adecuada gestión de estos, así como la conducción de actividades para la implantación de los subsistemas de recursos humanos: reclutamiento y selección; evaluación del desempeño; registro, control e información; relaciones laborales, capacitación y carrera administrativa.

Aplicando la política retributiva para el personal de la institución y todo lo relacionado y ascenso para el desarrollo de la carrera, velando por la elaboración y ejecución de los programas de capacitación a fin de proveer los conocimientos y las competencias necesarias al personal que favorezcan un óptimo desempeño en los puestos de trabajo, coordinando la realización de estudios de clima organizacional, e implementando los planes de mejora que resulten de los mismos

Nuestra institución cuenta con una población de 285 colaboradores en la Sede, 55 en las regionales y 3 en proceso de



pensión, ascendiendo a un total de 343 empleados, de los cuales 189 son del sexo femenino y 154 del sexo masculino.



El bienestar y la satisfacción de los empleados han sido una prioridad. Se llevaron a cabo encuestas de clima laboral para evaluar la satisfacción de los colaboradores y se implementaron medidas para abordar las áreas de mejora identificadas. Esto ha contribuido a un ambiente laboral más positivo, promoviendo la colaboración y la productividad, logrando como resultado una satisfacción de un 87% en nuestra Encuesta de Clima Laboral.

### 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 84% de cumplimiento en el sistema de monitoreo y medición de la gestión pública, gestionado por el Ministerio de Administración pública. 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.

#### 4.1.3 Desempeño de los procesos jurídicos

La Dirección Ejecutiva en conjunto con la 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 Mil ciento sesenta y nueve **(1,169) 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.

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 Doscientos veinticinco **(225) Resoluciones de Registro de Contratos de Adhesión.**

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 período se han emitido Quinientos cincuenta y cuatro **(554) Registros de Rifas y Concursos.**

#### 4.1.4 Desempeño de la tecnología

Agilizar los procesos y facilitar los servicios internos y externos de la 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 más de **2,245 tickets** desde el 1ro de enero 2023, hasta el cierre de diciembre del mismo año. Se continúan enviando las notificaciones por correo electrónico que indican al usuario en todo momento el estatus de su solicitud, facilitando la comunicación entre usuario/técnico y haciendo el proceso más fluido.

### **Evaluación de calidad de servicio interno TIC**

Ha sido incorporado al sistema de tickets de atención al usuario el apartado para evaluación de servicio brindado, que permite a cada usuario calificar la atención recibida y enviar una retroalimentación sobre la misma. Esto permitirá tener datos objetivos del nivel de satisfacción de los clientes internos, de cara a mejorar continuamente la calidad del servicio.

### **Plataforma Ágil de Asistencia al Consumidor, PAC. (Reemplazo del SGTP)**

Representa el proyecto de mayor envergadura y con el nivel de impacto más alto a nivel operativo. A principios de años se inició la 2da fase del proyecto que implica la implementación del portal interno de mapeo de reclamaciones y denuncias. La implementación de este sistema supone un salto positivo en la automatización y disponibilidad de información tanto para usuarios internos de la institución como para los consumidores. Actividad en un 95%



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

Este sistema digitaliza el proceso de solicitud de compras internas 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 95% del progreso.

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

Adquisición de Impresoras nuevas, Se mantiene el servicio de renta de impresoras que ha representado un ahorro anual de más de RD\$2,000,000 dos millones de pesos y actualización de los equipos que se encontraban en mal estado o sin función.

Certificaciones:

Nortic A2: Fue obtenida la recertificación con éxito.

Nortic A3: Fue obtenida la recertificación con éxito.

Nortic A4: Fue obtenida la recertificación con éxito.

Nortic E1: Fue obtenida la certificación con éxito.

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



Nos encontramos en la posición 64 del Ranking de 188 instituciones, subiendo 14 posiciones con respecto al año anterior y luego de la implementación de los 5 nuevos pilares, con índice de uso TIC para el 2023 para Pro Consumidor que es actualmente 59.73%.

### **Creación de Sistema de Registro de Contratos de Adhesión.**

Este sistema digitaliza el proceso de Registro de Contratos de Adhesión de Pro Consumidor, dando la posibilidad de llevar un control de los registros y la documentación anexa a cada proceso y estadísticas del número de solicitudes realizadas. Además, tendrá la capacidad de ayudar a la división de registro, a digitalizar todo el proceso y mantener una fuente de información al alcance de sus manos. Este proyecto se encuentra en un 97% del proceso.

### **Creación de Sistema de Libro de Reclamaciones Digital.**

Este sistema digitaliza el servicio de Libro de Reclamaciones de Pro Consumidor, los establecimientos deberán tener este libro digital en forma de código QR en un lugar visible en sus establecimientos y el mismo puede ser escaneado por los consumidores en el lugar, lo cual abre un formulario con la información generada del proveedor, previamente registrado en Pro Consumidor y establecer una reclamación mediante este. Este proyecto se encuentra en un 100% del proceso de creación.



#### 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 de más de 93%. 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**

El Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (Pro Consumidor), se encuentra iniciando la evaluación por la contraloría General de la república con una calificación actual de 23.33%.

##### **b) Resultados de los Sistemas de Calidad**

El Organismo Dominicano de Acreditación ODAC realizó en el mes de junio la auditoría de reacreditación con el objetivo de Evaluar la continuidad del sistema de gestión del OEC (Organismo de Evaluación de la Conformidad), Departamento de Inspección y Vigilancia de 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 auditoría interna a los departamentos de Inspección y Vigilancia, Recursos Humanos, Compras y Contrataciones, y Tecnología de la información. Verificando el correcto cumplimiento de los procesos institucionales.

Dentro de los aspectos verificados se pueden destacar:

- Compromiso demostrado por la 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 reacreditación.

### **c) Cooperación Internacional**

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

- Pro Consumidor ha presidido las reuniones con el Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana, CONCADECO.
- Grupo de Trabajo sobre Publicidad Engañosa y Abusiva bajo el liderazgo de Perú y República Dominicana del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor, (FIAGC).



- Grupo de Trabajo sobre Comercio Electrónico bajo el liderazgo de Colombia y República Dominicana del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor, (FIAGC).
- Acuerdo de Coordinación y Cooperación regional con el Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana, CONCADECO.
- A principios de noviembre República Dominicana asume presidencia del Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), para el período 2023-2024, en un acto celebrado en esta capital, que contó con la asistencia de la vicepresidenta de la República, Raquel Peña, y otras importantes autoridades de una veintena de países que integran el organismo internacional.

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.

#### 4.1.6 Desempeño del Área de Comunicaciones





Durante el año 2023, ejecutamos 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, 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 año 2023, se han generado y divulgado un total de ciento veintidós **(122) contenidos**.

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 diez (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.

### **10 campañas digitales**

Enero:

1-Día de reyes

“Regala Diversión Segura”

Febrero:

2-Día de san valentín

“Que las mariposas queden en tu estómago no en tu cartera”



Marzo:

3-Semana santa

“En Ruta con tus Derechos para Semana Santa”

Mayo:

4-Día de las madres

“Defendiendo el Regalo de Mamá”

Julio:

5-Día de los padres

“Consejos de Compra para el Regalo de papá”

Agosto:

6-Regreso a clases

“Regreso a Clases con Pro Consumidor “

7-Temporada ciclónica

“Medidas a tomar ante paso de una tormenta”

Noviembre:

8-Viernes negro

“Tu Máxima Protección en Black Friday”

Diciembre:

9- Tips de doble sueldo

10- Tips navidad



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, en este año contamos también con el 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.

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 orientado a la ciudadanía, a través del Facebook, Twitter, Instagram y el canal de YouTube.

Para el periodo citado, tenemos un total de (424,346) seguidores comprendidos en cuatro redes sociales: En Twitter contamos con (235,413) seguidores, Instagram (145,198) seguidores, Facebook (43,114) me gustas y en YouTube (610) suscriptores.

## V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional

---



### 5.1.1 Nivel de satisfacción con el servicio

Realizamos encuestas de satisfacción de los servicios brindados al momento de recibir un servicio con un resultado promedio de 94.3% de satisfacción.

En cuanto a la fiabilidad de los agentes de servicio al usuario, fueron calificados por un 98.3% de los consumidores como excelente. Un 87% de los consumidores que visitaron nuestras instalaciones las considera cómodas e higiénicas, por último, para el 95% de los usuarios el tiempo en atender su solicitud es excelente.

### 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 sesenta y cinco (65) casos, en modo presencial, medio electrónico (SAIP) 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%)

### 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 veintiún casos (21) quejas, de las cuales se ha cumplido conforme el mandato de la normativa.

Nos aseguramos de mantener el seguimiento para obtener las respuestas en tiempo oportuno de ley, a los fines de seguir brindando un mejor servicio, 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 que realiza la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG) como órgano rector en la materia, el valor otorgado está posicionado en el ranking de 100% actualmente.

Otro punto importante en materia de transparencia es el compromiso que hemos asumido como institución frente al cumplimiento del V Plan de Acción para la Alianza de Gobierno Abierto, en el que nuestra institución está vinculada en el primer grupo piloto concerniente al denominado “Primer Plan de Apertura de Datos 2023-2024”.

Este compromiso se trata de liberar conjuntos de informaciones en formatos abiertos (open data CSV, XLSX, ODS Y JSON), disponibles en el Portal de Datos <https://datos.gob.do/> bajo el monitoreo de la DIGEIG. El resultado es evaluado con un puntaje de cinco5/5, cumplido al 100%.



La institución logró en el presente año, cumplir con éxito el proceso para la conformación de la Comisión de Integridad de acuerdo con lo establecido en el Decreto No.791-2023 y Resolución No. DIGEIG-01/2023.

## VI. Proyecciones

---

- Fortalecimiento de vigilancia de mercado a nivel nacional implementando el proyecto “Plan Nacional de Vigilancia para el Cumplimiento de la Norma Dominicana (NORDOM 53) sobre Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (Preenvasados)”
- Vigilancia del comercio electrónico mediante el análisis de publicidad digital.



## VII. Anexos

### a. Matriz Logros Relevantes – Datos Cuantitativos. 2023

Producto / servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Retorno económico a consumidores a razón de reclamaciones.	RD\$ 34,971,010.03	RD\$ 37,270,271.00	RD\$ 43,982,670.39	RD\$ 41,911,777.39	RD\$ 28,292,098.96	RD\$ 26,514,894.53
Inversión	RD\$ 825,478.38	RD\$ 872,203.57	RD\$ 1,378,393.14	RD \$911,141.23	RD\$ 1,078,573.16	RD\$ 1,016,272.91
Establecimientos inspeccionados	273	303	391	262	414	202
Inversión para inspeccionar establecimientos	RD \$594,043.39	RD \$659,322.89	RD \$850,809.40	RD\$ 570,107.58	RD\$ 900,857.01	RD\$ 439,548.59
Verificación de pesos y balanzas	23	120	42	18	24	12
Inversión para verificación de balanzas	RD \$ 89,478.13	RD \$ 466,842.40	RD \$ 163,394.84	RD \$ 70,026.36	RD \$ 93,368.48	RD \$ 46,684.24
Visitas de verificación de publicidad	828	604	655	771	1,088	817
Inversión para visitas de verificación de publicidad	RD\$ 1,363,854.00	RD\$ 994,888.66	RD \$ 1,078,894.16	RD\$ 1,269,965.50	RD\$ 1,792,117.33	RD\$ 1,345,735.16





<b>Producto / servicio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Total</b>
<b>Retorno económico a consumidores a razón de reclamaciones.</b>	RD \$ 58,036,615.31	RD \$ 81,694,391.07	RD \$ 95,487,665.61	RD \$ 186,674,625.19	RD \$ 53,820,233.40	RD \$ 95,142,706.12	RD \$ 570,856,236.69
<b>Inversión</b>	RD \$ 694,817.90	RD \$ 978,050.24	RD \$ 1,143,184.16	RD \$ 2,234,880.01	RD \$ 644,339.12	RD \$ 1,139,054.29	RD \$ 12,916,388.09
<b>Establecimientos inspeccionados</b>	262	202	300	275	264	376	3524
<b>Inversión para inspeccionar establecimientos</b>	RD \$ 675,812.38	RD \$ 521,046.19	RD \$ 773,830.97	RD \$ 709,345.06	RD \$ 680,971.25	RD \$ 969,868.15	RD \$ 8,345,562.86
<b>Verificación de pesos y balanzas</b>	26	132	46	19	26	15	503
<b>Inversión para verificación de balanzas</b>	RD \$ 70,457.40	RD \$ 367,603.83	RD \$ 128,661.34	RD \$ 55,140.57	RD \$ 73,520.77	RD \$ 36,760.38	RD \$ 1,661,938.74
<b>Visitas de verificación de publicidad</b>	822	599	650	766	1080	813	9,493
<b>Inversión para visitas de verificación de publicidad</b>	RD \$ 601,887.09	RD \$ 439,057.73	RD \$ 476,130.49	RD \$ 560,452.84	RD \$ 790,885.46	RD \$ 593,891.01	RD \$ 11,307,759.43



b. 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 año pasado	Anual	7043	100%	4854	69%
2	Servicio al usuario	atención a denuncias	Denuncias atendidas respecto al año pasado	Anual	1,039	100%	594	57%
4	Departamento Jurídico	Análisis de rifas, concursos y sorteos	Cantidad de rifas y concursos analizados respecto al año pasado	Anual	834	100%	554	66%
5	Inspección y vigilancia	inspecciones por denuncia	Cantidad de inspecciones por denuncias respecto al año pasado	Anual	291	84%	210	72%
6	Inspección y vigilancia	inspecciones oficiosas	Cantidad de inspecciones oficiosas respecto al año pasado	Anual	3697	100%	3,018	82%
7	Inspección y vigilancia	Decomiso de productos en mal estado	Cantidad de productos decomisados respecto al año pasado	Anual	229,665	100%	206,672	90%
8	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de charlas realizadas respecto al año pasado	Anual	640	100%	451	70%
9	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de participantes orientados respecto al año pasado	Anual	15,615	100%	18,239	117%



<b>NO.</b>	<b>ÁREA</b>	<b>PROCESO</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>LÍNEA BASE</b>	<b>META</b>	<b>ÚLTIMA MEDICIÓN</b>	<b>Resultado</b>
10	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	Cantidad de reclamaciones conciliadas satisfactoriamente respecto al año pasado	Anual	3,783	105%	3,525	93%
11	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	Devolución económica a consumidores respecto al año pasado	Anual	RD\$ 597,347,550.44	100%	RD\$570,856,236.69	96%
12	Departamento de BPC	Charlas-Talleres a proveedores	Cantidad de charlas realizadas respecto al año pasado	Anual	98	100%	146	149%



c. 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	3,259.71	2,890	88.66%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	84%	137%	163.10%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	3,000	4,632.00	154.40%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE ABRIL – JUNIO		
		PROGRAMACIÓN	EJECUCIÓN	SUBINDICADOR DE EFICACIA
		FÍSICA	FÍSICA	
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	3,018.25	2,982.00	98.80%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	105%	98%	93.34%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	3,750.00	5,805.00	154.80%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE ABRIL – JUNIO		
		PROGRAMACIÓN	EJECUCIÓN	SUBINDICADOR DE EFICACIA
		FÍSICA	FÍSICA	
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	3,018.25	2,982.00	98.80%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	105%	98%	93.34%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	3,750.00	5,805.00	154.80%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE JULIO – SEPTIEMBRE		
		PROGRAMACIÓN	EJECUCIÓN	SUBINDICADOR DE EFICACIA
		FÍSICA	FÍSICA	
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	2,414.60	4,329.00	179.29%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	105%	80%	76.20%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	4,500.00	4,937.00	131.66%



PRODUCTO	INDICADOR	TRIMESTRE OCT- DIC		
		PROGRAMACIÓN FÍSICA	EJECUCIÓN FÍSICA	SUBINDICADOR DE EFICACIA
Establecimientos nacionales inspeccionados bajo las normativas nacionales	Cantidad de establecimientos inspeccionados	3,380.14	3,380.14	100%
Consumidores reciben asistencia por reclamaciones de consumo	Porcentaje de reclamaciones de protección al consumidor trabajadas	126%	98%	78.00%
Ciudadanos y proveedores reciben acciones formativas en protección de derechos al consumidor y buenas prácticas comerciales	Cantidad de participantes	4,500.00	4,962.00	110.00





7.1.1 d. Plan de compras

<b>DATOS DE CABECERA PACC</b>	
<b>MONTO ESTIMADO TOTAL</b>	RD\$35,633,705.66
<b>CANTIDAD DE PROCESOS REGISTRADOS</b>	70
<b>CAPÍTULO</b>	5161
<b>SUB CAPÍTULO</b>	01
<b>UNIDAD EJECUTORA</b>	0001
<b>UNIDAD DE COMPRA</b>	Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor
<b>AÑO FISCAL</b>	2023
<b>FECHA APROBACIÓN</b>	
<b>MONTOS ESTIMADOS SEGÚN OBJETO DE CONTRATACIÓN</b>	
<b>BIENES</b>	RD\$24,051,015.82
<b>OBRAS</b>	RD\$-
<b>SERVICIOS</b>	RD\$11,582,689.84
<b>SERVICIOS: CONSULTORÍA</b>	RD\$-
<b>SERVICIOS: CONSULTORÍA BASADA EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS</b>	RD\$-



<b>MONTOS ESTIMADOS SEGÚN CLASIFICACIÓN MIPYME</b>	
MIPYME	RD\$7,017,174.92
MIPYME MUJER	RD\$3,211,781.34
NO MIPYME	RD\$25,404,749.40
<b>MONTOS ESTIMADOS SEGÚN TIPO DE PROCEDIMIENTO</b>	
COMPRAS POR DEBAJO DEL UMBRAL	RD\$3,555,231.00
COMPRA MENOR	RD\$19,514,874.66
COMPARACIÓN DE PRECIOS	RD\$12,563,600.00
LICITACIÓN PÚBLICA	RD\$-
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\$-



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

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

