



REPÚBLICA DOMINICANA

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2025



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

MEMORIA INSTITUCIONAL

AÑO 2025



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA



PRO CONSUMIDOR
INSTITUTO NACIONAL DE PROTECCIÓN
DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

TABLA DE CONTENIDO

Memoria Institucional 2025

I.	Resumen Ejecutivo	5
II.	Información Institucional	7
2.1	Marco filosófico institucional	7
2.2	Base legal	9
2.3	Estructura organizativa	10
2.4	Listado de autoridades	11
2.5	Planificación Estratégica Institucional.....	14
III.	Resultados Misionales	15
3.1	Información cuantitativa, cualitativa e indicadores de los procesos Misionales	15
3.2	Atención a Reclamaciones de Consumo	15
3.3	Inspección y Vigilancia de Mercado.....	17
3.4	Buenas Prácticas Comerciales (BPC)	21
3.5	Educación en Materia de Consumo	22
3.6	Fomento De Asociaciones De Consumidores.....	23
3.7	Análisis de publicidad y precios	24
3.8	Seguridad de Productos.....	26
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	32
4.1.3	Desempeño de los procesos jurídicos	35
4.1.4	Desempeño de la tecnología	37
4.1.5	Desempeño del Sistema de Planificación y Desarrollo Institucional	40
4.1.6	Desempeño del Área de Comunicaciones.....	45
V.	Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional	48
5.1.1	Nivel de satisfacción con el servicio.....	48
5.1.2	Nivel de cumplimiento acceso a la información.....	48
5.1.3	Resultados sistema de quejas, reclamos y sugerencias	49
5.1.4	Resultados mediciones del portal de transparencia	50

VI. Proyecciones al año 2026	51
VII. Anexos	52
a. Matriz Logros Relevantes	52
b. Matriz de Ejecución Presupuestaria 2025	55
c. Matriz de principales indicadores POA	56
d. Plan de compras	58



I. Resumen Ejecutivo

Memoria Institucional 2025

La memoria Institucional consolida las acciones y las iniciativas realizadas por la gestión institucional en el año 2025 (Dos mil veinticinco) que fueron planificadas en el Plan Operativo Anual y que hacen cumplir la misión definida en el Plan Estratégico 2025-2028.

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\$ 404,698,296.29, monto equivalente al 118% 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 2,621 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, 3,192 establecimientos fueron inspeccionados, en todas las provincias del país, lo cual representa la protección de aproximadamente 431,147 familias, que tendrán de esta manera productos con condiciones adecuadas para el consumo, tales como alimentos inocuos, cantidad ofertada, peso adecuado, envasado de funcionamiento correcto, con una inversión de RD\$ 10,551,718.44. 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 6,825 visitas de verificación por publicidad. En adición a esto, se han examinado y verificado más de 497 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\$ 22,677,713.04.

Las Buenas Prácticas Comerciales se trabajan desde un enfoque preventivo a través de programas educativos a proveedores y visitas preventivas, durante el 2025 se han visitado 2,188 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 \$2,128,727.89

Llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar 24,223 personas entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades



castrenses, estudiantes y otros mediante más de 468 acciones formativas.

II. Información Institucional

Memoria Institucional 2025

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 2025-2028, 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

Consolidarse como una institución innovadora, cercana y proactiva, líder en la protección integral de los derechos de los consumidores en todos los territorios y canales de consumo, promoviendo relaciones de consumo éticas, sostenibles y digitalmente seguras.

c. Valores

- **Integridad pública:** Actuamos con honestidad, ética y responsabilidad, garantizando transparencia en cada decisión y acción, al servicio del interés colectivo.
- **Equidad:** Promovemos la igualdad de trato y oportunidades, asegurando una protección efectiva para todos los consumidores, sin distinción de territorio, condición o canal de consumo.
- **Innovación institucional:** Impulsamos soluciones tecnológicas, procesos inteligentes y nuevas formas de atención para adaptarnos a las necesidades cambiantes de los consumidores.
- **Cercanía ciudadana:** Nos mantenemos accesibles y receptivos, escuchando activamente a los ciudadanos y llevando nuestros servicios a cada rincón del país.
- **Excelencia en el servicio:** Trabajamos con profesionalismo, eficiencia y orientación a resultados, buscando superar las expectativas de quienes acuden a nosotros.



- Compromiso con la legalidad y los derechos: Defendemos el cumplimiento de la ley y los principios constitucionales con firmeza y rigor técnico, garantizando la seguridad jurídica en las relaciones de consumo.
- Empatía y vocación de servicio: Ponemos al ciudadano en el centro de nuestras decisiones, comprendiendo sus situaciones y respondiendo con sensibilidad, justicia y oportunidad.

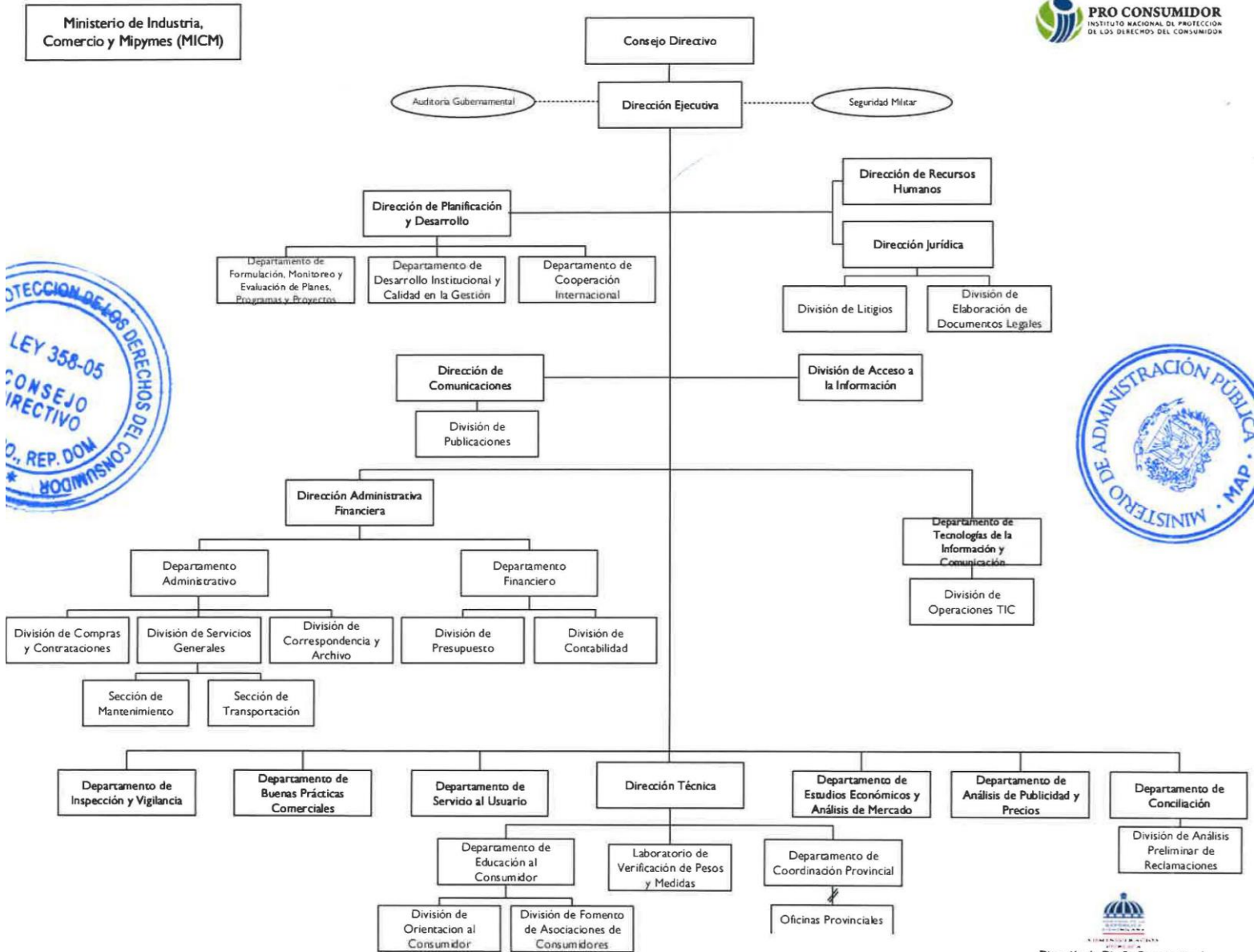
2.2 Base legal

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

Organigrama del Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (PROCONSUMIDOR)



Dirección de Diseño Organizacional
Marzo 2022

2.4 Listado de autoridades

- 1 - Eddy Antonio Alcántara Castillo – Director Ejecutivo - Dirección Ejecutiva
- 2 - Víctor Manuel Lora Pimentel – Director Técnico - Dirección Técnica
- 3 – Maritza Araujo - Directora - Dirección de Recursos Humanos
- 4 - Olga Elizabeth Matos Pimentel - Encargada - Departamento de Formulación, Monitoreo y Evaluación de Planes, Programas y Proyectos
- 5 - Anthony Kamil Chávez Gómez – Director- Dirección de Planificación y Desarrollo.
- 6 - Luz Milagros De La Cruz - Encargada - Departamento Cooperación Internacional
- 7 - Elsa Dolores Jiménez Peña De Santana - Encarga – Departamento de Servicio al Usuario.
- 8 – Víctor Manuel Lora Pimental - Director - Dirección Jurídica
- 9 – Frederick Leomel Ferreras Gonzalez- Encargado - División de Litigios
- 10 - Roberto Rafael Brito Jerez - Director - Dirección de Comunicaciones
- 11 – Carolina Montero - Enc Interina - División de Publicaciones
- 12 – Lucia Cespedes García - Encargada - Oficina de Acceso a la Información (AOI)



- 13 - Altagracia Miguelina Matias Díaz - Encargada - Depto. Administrativo
- 14 – Mikyris Ramírez Jiménez - Encargada - División Compras y Contrataciones
- 15 –Juan Ysidro Carmona Carrion - Encargado - División Servicios Generales
- 16 - Katy Alexandra Tavaréz Fernández - Encargada - Departamento Financiero
- 17 – Pedro Jiménez Marte - Enc. Interino - División de Contabilidad
- 18 - Esleidin Yasser Matos Lara - Encargado - Departamento de Tecnología de Información y Comunicaciones
- 19 – Eusebio Peña Almengo - Encargado - Departamento de Inspección y Vigilancia
- 20 – Nancy Ubaldo De Velez - Directora – Directora Técnica.
- 21 – Fidel Del Rosario Vinicio - Encargado - Departamento de Estudios Económicos y Análisis de Mercado
- 22 - Carlos Alberto De La Cruz Divanna - Encargado - Departamento de Educación al Consumidor
- 23 - Johanny Esther Ramírez Beato - Encargada - Enc. Div. Fomento de Asociaciones
- 24 - Carlos Rafael Pérez Fría - Encargado – Departamento de Buenas Prácticas Comerciales
- 25 – Rubén Alfredo Carela Valenzuela - Encargado - Departamento de Coordinación Provincial



- 26 - Carlos Rojas - Encargado - Oficina Provincial Santiago
- 27 - Niel Ureña - Encargada Administrativo - Oficina Provincial Santiago
- 28 - Nuryn Yocasta Paulino De La Cruz - Encargada - Oficina Provincial Puerto Plata
- 29 - José Teodoro Rosso Bautista - Encargado - Oficina Provincial La Vega
- 30 - Francisco Javier Castillo Feliz - Encargado - Oficina Provincial Hato Mayor
- 31 - Rafael Antonio Hernandez Martinez - Encargada - Oficina Provincial San Pedro
- 32 – Nicolas Recio Del Orbe - Encargado - Oficina Sambil
- 33 – Rey Ovalle - Encargado - Oficina Provincial Moca
- 34 - Rafael Antonio Hernández Martínez - Encargado - Oficina Provincial San Francisco de Macorís
- 35 - Elixandro Melo Encarnación - Encargado - Oficina Provincial San Juan de la Maguana
- 36 - Yobany Manuel De León Pérez - Encargado - Oficina Provincial Barahona
- 37 - Yuly Alexander Mercedes Ventura - Enc. Interino - Oficina Zona Colonial
- 38 - Joan Ysalguez Mercedes - Encargado - Oficina Provincial Punta Cana,



39-Katty Dolores Rodríguez García- Encargado - Oficina Provincial
Punta Cana,

2.5 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. Protección y solución efectiva de los derechos del consumidor
- II. Empoderamiento del consumidor y cultura de consumo responsable
- III. Supervisión efectiva del mercado y de la conducta comercial
- IV. Gestión institucional eficiente, transparente e innovadora



III. Resultados Misionales

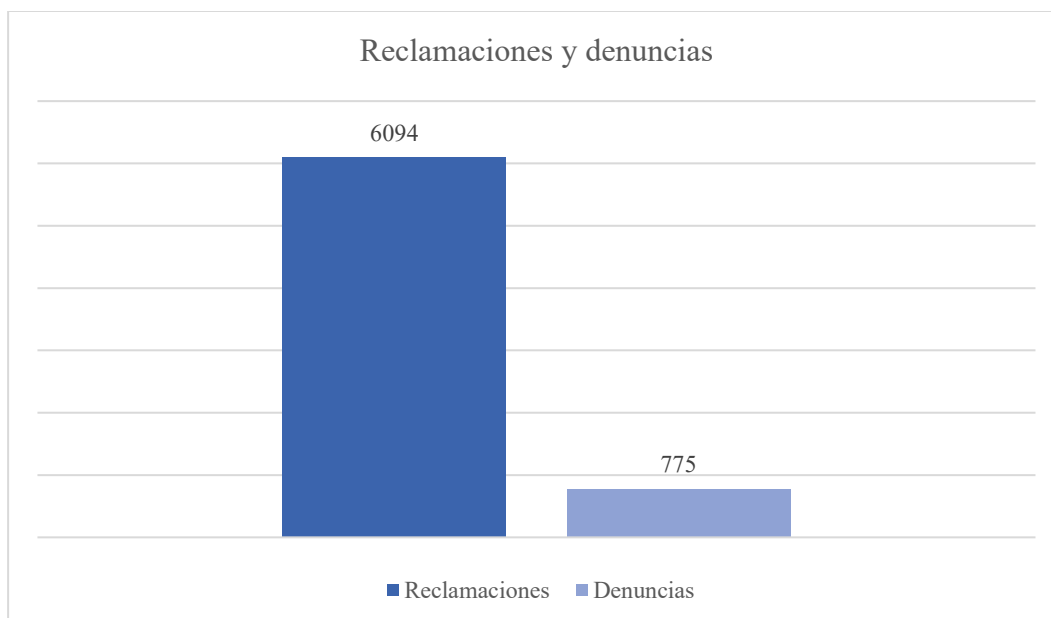
Memoria Institucional 2025

3.1 Información cuantitativa, cualitativa e indicadores de los procesos Misionales

3.2 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 2025, se captaron por el Departamento de Servicio al Usuario, en el un total de 775 Denuncias y 6,094 Reclamaciones.



Fuente: Departamento conciliación



Luego de captadas las reclamaciones el departamento de conciliación 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 después de un exhaustivo análisis del caso fallan 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.

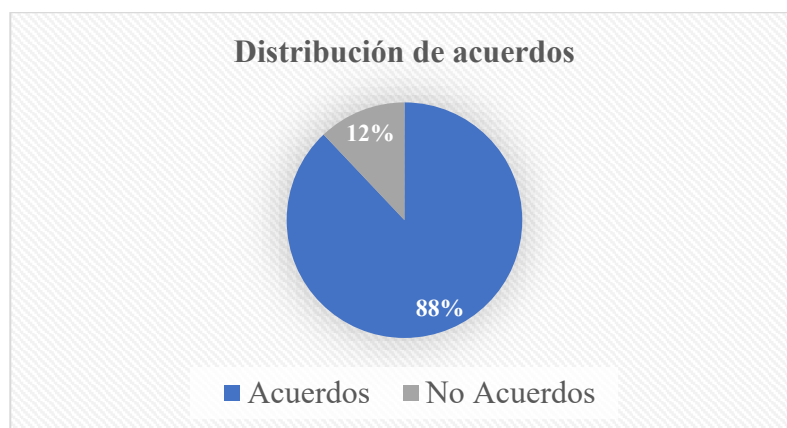
Con este mecanismo legal Pro Consumidor pone a disposición de los ciudadanos la solución a controversias suscitadas entre consumidores y proveedores, lográndose así resultados a corto plazo, evitando procesos judiciales en los tribunales, de manera rápida, fácil y gratuita.

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 2025 la devolución a favor de los consumidores la representante suma de RD\$ 404,698,296.29, monto equivalente al 118% 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 2,621 acuerdos 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.

3.3 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, con el propósito de observar que los proveedores respeten los derechos del consumidor, estas inspecciones se realizan con equipos estandarizados y calibrados sistemáticamente.

En ese sentido, **3,192** establecimientos han sido inspeccionados, lo cual representa la protección de **431,147 familias** de las cuales alrededor de 8 de cada 10 establecimientos inspecciones tuvieron alguna no conformidad con la normativa de protección al consumidor. La Cobertura en el alcance de las inspecciones durante el año 2025 alrededor de todo el país, con una inversión de **RD\$ 10,551,718.44**.

En detalle, las inspecciones fueron según tipo, 2762 por iniciativa de Pro Consumidor por su facultad de vigilancia de mercado, 122 por denuncias y 299 por reclamaciones, y por rubros de la siguiente manera:



Rubros inspeccionados	
Alimentos y Bebidas	1,715
Bebidas alcohólicas	437
Cobros indebidos	39
Productos de Belleza e Higiene Personal / Juguetes	59
Libro de reclamaciones	69
Metrología legal de balanzas	21
Combustibles	37
Servicios Turísticos / Servicios Transporte	40
Agua e Hielo	28
Otros	747

Fuente: Departamento de inspección y vigilancia



Resultados de decomisos comercio ilícito

Como resultado de los operativos realizados, se obtuvieron los siguientes decomisos por productos al detalle:

Mes	Botellas de alcohol ilícito	Total de productos ilícitos decomisados (incluye alcohol adulterado, cigarrillos de contrabando, estimulantes sexuales y otros productos)
Enero	24	14,262
Febrero	2,658	26,727
Marzo	3,336	69,750
Abril	1,050	7,449
Mayo	3,801	44,670
Junio	2,154	89,331
Julio	3,132	26,133
Agosto	2,880	28,272
Septiembre	30	5,742
Octubre	0	1,092
Noviembre	2,259	61,803
Diciembre	1,939	34,111
Total	23,263	409,342



3.4 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 **2,188 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 \$2,128,727.89

Intervención En Comités Técnicos De Normas

Vale la pena destacar, por su importancia, nuestra participación en ciento noventa y un (191) 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, durante el año se impartieron Treinta y Ocho (38) charlas en todo el territorio nacional.

3.5 Educación en Materia de Consumo

Durante el año llevamos a cabo actividades educativas impartiendo charlas y talleres educativos enfocados a consumidores, logrando impactar durante el año un total de 24,223 personas entre líderes comunitarios de sectores vulnerables, adultos mayores, servidores públicos, personal docente, entidades castrenses, estudiantes y otros mediante más de 468 acciones formativas.

Entre las alianzas interinstitucionales logradas, cabe destacar que realizamos jornadas educativas, en planteles escolares en las provincias de La Altagracia, San Pedro de Macorís, Puerto Plata, San Juan de la Maguana, Baní, Higüey Espaillat, La Vega, Hato Mayor Del Rey, La Romana, donde se impactaron jóvenes y maestros sobre sus derechos como consumidores.



3.6 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. De las cuales están en proceso de formación tres (3). También se realizó taller sobre la creación y finalidad de las organizaciones de consumidores dirigido a dieciséis (16) enlaces de juntas de vecinos del Ayuntamiento de Santo Domingo Norte, como parte de su plan de formación.

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.

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 para su crecimiento y fortalecimiento.



3.7 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 **6,825** 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 **497** 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\$ 22,677,713.04.

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 y Día de las Madres, Regreso a Clases, Black Friday, Fiestas navideñas, 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.



3.8 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 negativo en la vida de las personas, afectando directamente en aspectos de salud, económico y social de las personas. La globalización, libre circulación de mercancías y comercio transfronterizo, agudizan los posibles problemas o riesgos que pueden surgir, por lo que, desde nuestra institución tenemos el compromiso de seguir trabajando de la mano 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 8 alertas de seguridad de productos en los medios de comunicación de circulación nacional y redes sociales institucionales, otras tantas descartadas por no aplicar para nuestro mercado nacional, siempre trabajando de la mano con la Red de Consumo Seguro y Salud y el Sistema de Alertas Rápidas de la OEA, a fin de informar, educar y crear conciencia, para minimizar el efecto negativo que pudieran generar de manera directa los productos inseguros en la salud de los usuarios o consumidores.

Siendo Miembro de los países que conforman la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la Organización de Estados Americanos (OEA), tenemos el deber de velar por el bienestar de los



consumidores y mantenerlos debidamente informados, ofreciendo orientación y educación a la población a través de página web, medios impresos, medios televisivos, radiales y redes sociales, sobre la existencia de riesgos o inseguridad en productos y/o servicios comercializados en el mercado local, así como también el posible ingreso al territorio dominicano desde mercados de diferentes países y el efecto que causa en los consumidores.

Participamos en Talleres, webinars y reuniones celebradas mensualmente, elaboramos bimensualmente el boletín de noticias en coordinación con los países Miembros que conforman el Grupo de Comunicaciones de la Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA (RCSS) y la Secretaría Técnica, implementando cambios significativos en el Boletín, mejorando su formato y contenido, presentación de portada más actualizada y llamativa para su lectura.

Durante el año 2025, se han elaborado varios boletines informativos con datos compartidos y difundidos por los miembros de la RCSS, con el objetivo de informar de las actividades que los homólogos estén realizando en sus jurisdicciones y países correspondientes, para tomar como iniciativas o ejemplo, su aplicación a fin de mejorar los procesos, las prácticas en la materia de los diferentes países de la región, según sus regulaciones y alcance que la Ley permita.

Se ha creado un Formulario en Google con link de enlace agilizar la recopilación de informaciones entre los diferentes países miembros de la red y facilitar su emisión.

Actualmente se está trabajando con la actualización e implantación de datos, procedimientos y documentos para facilitar la integración de otros países, generando interés para las autoridades a fin de ampliar la cobertura de protección, legislación en materia de



consumo, protocolos de actuación, adoptar convenios y acuerdos para aplicar, tanto en el mercado local para que abarcar el comercio transfronterizo, según ha ido en tendencia a incrementar por vías digitales, intercambios internacionales y otros medios de comercialización.

Recibir e intercambiamos información con Productores, representantes de marcas y otros actores sobre productos que presuman o se detecten que en cualquier país y que podrían generar riesgos, dando oportunidad a tomar acciones oportunas a fin de que vidas humanas no sean afectadas por su uso o consumo.



IV. Resultados Áreas Transversales y de Apoyo

Memoria Institucional 2025

4.1.1 Desempeño Área Administrativa y Financiera

Esta institución se ha desempeñado financieramente dentro del marco normativo existente ejecutando cada gasto con la calidad necesaria para satisfacer la demanda institucional, la transparencia y eficiencia del mismo. Nos hemos manejado dando cumplimiento a todas las exigencias de los Órganos Rectores (DIGEPRES, DIGECOG, Contraloría General de la República, MAP y DGCP).

Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor

Enero-diciembre del año 2025

Ejecución de Gastos y Aplicaciones Financieras

en RD\$

Detalle	TOTAL
2 – Gastos	379,253,474.90
2.1 - Remuneraciones Y Contribuciones	306,532,113.69
2.2 - Contratación De Servicios	61,443,328.82
2.3 - Materiales Y Suministros	7,813,375.71
2.4 - Transferencias Corrientes	1,161,403.28
2.6 - Bienes Muebles, Inmuebles E Intangibles	2,303,253.40
Total, En Gastos	379,253,474.90

Fuente: Dpto. Financiero.

Hemos ejecutado a nivel del devengado al 31/12/2025 en el objeto del gasto de Remuneraciones y contribuciones un total de **RD\$306,532,113.69** (Trescientos seis millones quinientos treinta y dos mil ciento trece con 69/100), En el objeto del gasto de Contrataciones de Servicios se ha ejecutado a el total de **RD61,443,328.82** (Sesenta y un millones cuatrocientos cuarenta y tres mil trescientos veintiocho con 82/100). De igual manera en el



objeto de Materiales y Suministros el total de **RD\$7,813,375.71** (Siete millones ochocientos trece mil trescientos setenta y cinco con 71/100), en el objeto de Transferencia corriente el total de **RD\$1,161,403.28** (Un millón ciento sesenta y un mil cuatrocientos tres con 28/100), y en el objeto de Bienes Muebles e Inmuebles la suma de **RD\$2,303,253.40** (Dos millones trescientos tres mil doscientos cincuenta y tres con 40/100).

Para un total devengado de **RD\$379,253,474.90** (Trescientos setenta y nueve millones doscientos cincuenta y tres mil cuatrocientos setenta y cuatro con 90/100) equivalente a un 96.59%.

Las cuentas se han mantenido con balances por un valor de **(RD\$8,753,132.29)** (ocho millones setecientos cincuenta y tres mil ciento treinta y dos 29/100) en fondo general, la cantidad de **(RD\$9,825,306.28)** (nueve millones ocho ciento veinticinco mil reciento cero seis con 28 /100) y un total de **RD\$91,750,94** noventa y un mil setecientos cincuenta mil con 94/100) 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
(RD\$-9,825,306.28)	RD\$980,423.05	RD\$91,750.94

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\$5,402,904.20** (cinco millones cuatrocientos cero dos mil novecientos cuatro mil pesos con 20/100), 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	1,838,420.12	1,535,205.96	1,018,875.61	1,010,402.51	

Fuente: Dpto. Financiero.

Evaluación del Índice de la Gestión Presupuestaria (IGP)

Durante el año 2025, la institución ha sido objeto de evaluación trimestral en el marco del Índice de la Gestión Presupuestaria (IGP), conforme a los lineamientos establecidos por la Dirección General de Presupuesto (DIGEPRES). A la fecha de elaboración de la presente memoria, se cuenta con los resultados correspondientes a los tres primeros trimestres del año (enero–marzo, abril–junio y julio–septiembre), mientras que la evaluación del cuarto trimestre (octubre–diciembre) aún no ha sido realizada.

En el primer trimestre (enero–marzo 2025), la institución obtuvo un **resultado global del IGP de 92%**, reflejando un alto nivel de cumplimiento tanto en la ejecución física como financiera de los productos programados. No obstante, el informe señaló oportunidades de mejora relacionadas principalmente con la fundamentación de las causas de desvíos y la consistencia entre los datos reportados y la evidencia presentada, así como la alineación de los informes con los formatos establecidos en los sistemas oficiales

Para el segundo trimestre (abril–junio 2025), el **resultado del IGP fue de 85%**, evidenciándose una disminución respecto al trimestre anterior. Las observaciones se concentraron, entre otros aspectos, en debilidades vinculadas a la evidencia del cumplimiento de metas físicas, la adecuada justificación de las causas de desvío y la necesidad de fortalecer la



calidad y coherencia de los informes presentados. Asimismo, se reiteró la recomendación de ajustar la programación de metas, especialmente considerando el comportamiento histórico de la ejecución institucional

En el tercer trimestre (julio–septiembre 2025), la institución alcanzó un **resultado global del IGP de 91%**, mostrando una recuperación en el desempeño presupuestario. No obstante, el informe de evaluación volvió a señalar observaciones recurrentes relacionadas con la presentación de evidencias de capacitación, la fundamentación de los desvíos financieros y la necesidad de detallar con mayor precisión las acciones ejecutadas que impactaron en el cumplimiento de las metas físicas programadas

En sentido general, los resultados de los tres primeros trimestres reflejan un desempeño favorable en la gestión presupuestaria, con niveles de cumplimiento superiores al 85%. Al mismo tiempo, las evaluaciones han permitido identificar áreas de mejora orientadas a fortalecer la planificación, la reprogramación oportuna de metas, la consistencia de la información reportada y la calidad de los medios de verificación, aspectos que servirán de base para la mejora continua de la gestión institucional. La evaluación correspondiente al cuarto trimestre del año 2025 se encuentra pendiente de realización, por lo que sus resultados serán incorporados una vez sean oficialmente emitidos.

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 los



mismos, 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 356 colaboradores en la Sede, 55 en las regionales y 3 en proceso de pensión, ascendiendo a un total de 411 empleados, de los cuales 209 son del sexo femenino y 202 del sexo masculino.

A finales del año 2025, se realizaron las evaluaciones del desempeño a los colaboradores, arrojando resultados satisfactorios en cada uno de ellos.

Análisis de los resultados del SISMAP

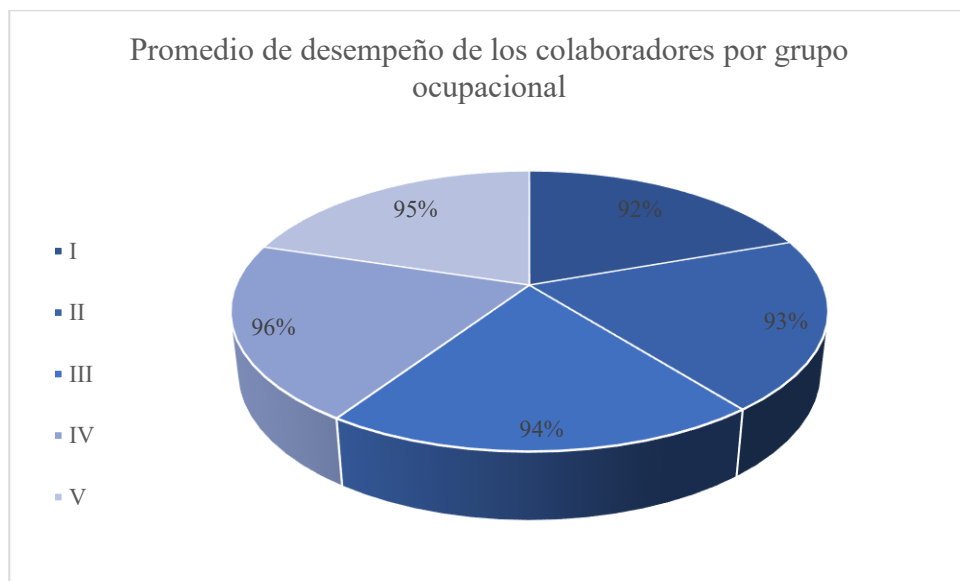
El SISMAP es un sistema de monitoreo para medir los niveles de desarrollo de la gestión pública, y el mismo está integrado por nueve (9) Indicadores Básicos de Organización y Gestión y veintiocho (28) Sub-Indicadores, cuyo cumplimiento es medido en una escala de colores similar al semáforo, con rangos de valores que van desde 0 hasta 100.



En la actualidad la institución cuenta con un 81.35% 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.

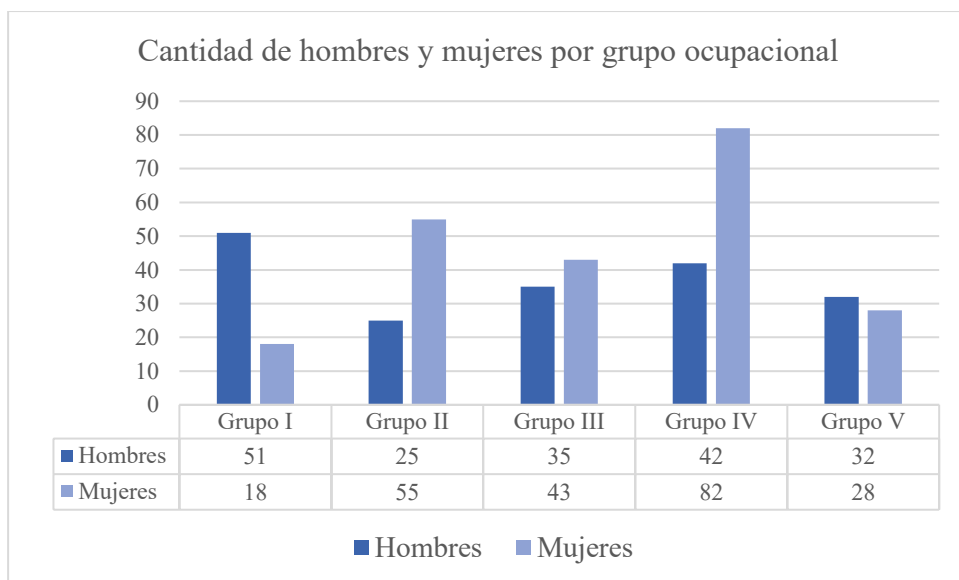
Desempeño de los colaboradores por grupo ocupacional

A continuación, presentamos 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 2024, las evaluaciones del presente año se estarán realizando cuando corresponda.



Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH





Fuente: Elaboración propia con datos de RRHH

4.1.3 Desempeño de los procesos jurídicos

La Dirección Ejecutiva conjuntamente 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.

El 2025, la Dirección Ejecutiva emitió Mil ciento dos (1,102) resoluciones dirimientes en respuesta a las reclamaciones interpuestas por consumidores que sus derechos han sido vulnerados.

Hemos emitidos (86), las resoluciones correspondientes a los Recursos de Reconsideración interpuestos.



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 (309), Reinicio de Comercialización (218), y Cartas de Advertencias (271), según corresponda, un total de (798), y cantidad de multas pagadas un total de (RD \$9,978,000.00). la verificación y reporte enviando por el Departamento de Buenas Prácticas Comerciales. cumpliendo con el 100% del indicativo, de acuerdo a los requerimientos de la Dirección Ejecutiva.

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 ciento cuarenta y dos (142) 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 cuatrocientos dieciocho (418) registros de rifas y concursos.

De igual manera se elaboran las resoluciones del Consejo Directivo de acuerdo al cumplimiento de las disposiciones se cumple con el 100% del indicativo, fueron tramitadas (22) donde se sostienen tres sesiones, una por cada mes como lo establece la Ley 358-05.

Con el objetivo de garantizar los Derechos que le asisten a los Consumidores y Usuarios de Bienes y Servicios, La Dirección Ejecutiva y Dirección Jurídica trabajan en conjunto, a fin de que se pueda dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes.



4.1.4 Desempeño de la tecnología

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

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

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

Después de su puesta en marcha, se ha totalizado la captura de las solicitudes de soporte técnico, atendiendo el 100% del aproximado total de 1267 tickets desde el 1ro enero 2025 y proyectado al 31 de diciembre del mismo año. Se continúa 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.



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

Formulado el proyecto de Cableado estructurado, Como parte de los avances y mejoras que tecnología espera implementar, se encuentra la sustitución de todo el cableado, antiguo y en mal estado y para esto estamos en proceso de cotización del cableado estructurado, que servirá para mejorar en un 100% la red interna de la institución. Este proyecto esta pautado para el 2025 por temas presupuestarios y se encuentra en espera de apropiación económica para inicio de implementación, luego de haber realizado los levantamientos y cotizaciones necesarios.

Interconexión telefónica con las oficinas regionales, se adquirieron los periféricos necesarios para la interconexión con todas las oficinas regionales de Pro Consumidor, actividad que permitirá la unificación de todas estas dentro de la Central Telefónica en proceso de instalación. Actividad en un 60%. Este proyecto tiene dependencia del Cableado Estructurado mencionado en punto anterior.

Renovación e implementación de nuevo servicio de correo por el cual estaremos recibiendo 20 licencias premium adicionales por el mismo precio.

Certificaciones:

- **Nortic A3:** Fue obtenida la recertificación con éxito.



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

- En cuanto al índice de uso TIC para el 2025 para Pro Consumidor es actualmente de 72.81% después del cambio de las métricas y método de cálculo. Se siguen implementando cambios en la estructura y las documentaciones para continuar el incremento de estos números, proyectamos un incremento de un 20% después de la implementación del cableado estructurado.

Implementación del Libro de Reclamaciones Digital de Pro Consumidor.

Pro Consumidor se encuentra en la fase de implementación del nuevo formato de libros de reclamación que utiliza un cartel con un código QR, el cual contiene la información del proveedor que previamente adquirió el libro, para que estos coloquen en sus negocios este libro, de manera que los consumidores ahora pueden simplemente escanear el código con sus celulares e interponer una reclamación directa a este proveedor, la cual llegara directamente al Sistema de Reclamaciones de Pro Consumidor. Esto representa un avance tecnológico importante y un aporte de gran magnitud al medio ambiente.

Virtualización de todos los servidores de Pro Consumidor

Se han eliminado en un 100% la cantidad de los servidores físicos de Pro Consumidor, representando un ahorro energético y mayor seguridad para la institución, colocando todos estos servidores en la nube y manteniendo los backup correspondientes actualizados.



Con este logro, OGTIC creara de forma gratuita un nuevo sistema de reclamaciones para Pro Consumidor, que reemplazara el actual, representando un ahorro estimado de 2.5 millones de pesos anuales, para Pro Consumidor. Este sistema tiene previsto ser puesto en marcha a principios del 2025.

Instalación y habilitación del cableado, impresoras y equipos tecnológicos

Como parte de los procesos internos del departamento de Tecnología, el año 2025 fue especialmente activo, ya que se nos presentó el reto de preparar las nuevas oficinas de Pro Consumidor con los equipos tecnológicos correspondientes. Al mismo tiempo, hacíamos el cambio de todas las impresoras institucionales que representara un ahorro económico anual enorme. Como parte de la renovación tecnológica institucional, efectuamos una renovación de los equipos de cómputos más antiguos, para agilizar los procesos de los departamentos y oficinas regionales más necesitadas.

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 trimestralmente, teniendo un cumplimiento 95%. 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 en 86.17%, levantando este indicador desde cero en este año, resultando en un gran avance en este ámbito.

b) Resultados de los Sistemas de Calidad

El Organismo Dominicano de Acreditación ODAC realizó en el mes de junio la auditoría de seguimiento 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:

1. Apoyo visible de la Alta dirección en el mantenimiento de la acreditación y la asignación de recursos necesarios.



2. Como fortalezas cabe destacar la competencia del personal entrevistado como inspector líder e inspectores.
3. Mantenimiento y control a la calibración y mantenimiento de equipos de medición empleados, además con la compra de nuevos equipos para reemplazo o respaldo.
4. Mejoras en la gestión de acciones, documentación, y mantenimiento del Sistema de Gestión.
5. Planificación de las actividades de inspección y el control y seguimiento a su cumplimiento.

c) Marco Común de Evaluación (CAF)

Durante el período evaluado, Pro Consumidor fortaleció su gestión institucional mediante la aplicación oportuna y efectiva del Marco Común de Evaluación (CAF), cumpliendo con todas las etapas de autoevaluación, implementación y seguimiento de los planes de mejora, lo que permitió alcanzar la calificación máxima en este indicador dentro del Sistema de Monitoreo de la Administración Pública (SISMAP). Este proceso facilitó la identificación de áreas de mejora y la ejecución de acciones estratégicas alineadas con los objetivos institucionales, destacándose como fortalezas la acreditación del sistema de gestión bajo la Norma ISO 17020, la modernización de los servicios de atención al consumidor y la ampliación del alcance institucional, reflejadas en altos niveles de satisfacción ciudadana. Asimismo, el ejercicio de autoevaluación permitió identificar lecciones aprendidas orientadas al fortalecimiento de la medición del impacto institucional, la integración de tecnologías en los procesos y el involucramiento



activo del personal en todas las fases de la gestión, consolidando una cultura de mejora continua y excelencia en la administración pública.

d) Avances en la Implementación de las Políticas Transversales

Durante el año en curso, Pro Consumidor desarrolló diversas acciones orientadas a la implementación y fortalecimiento de políticas transversales, en coherencia con los lineamientos de la administración pública y los compromisos institucionales en materia de inclusión, equidad y responsabilidad social. En el ámbito de la política de igualdad de género, la institución diseñó y adoptó una política con enfoque de género, alineada con los compromisos institucionales vigentes, orientada a promover de manera progresiva la igualdad de derechos y oportunidades. Esta iniciativa fue acompañada de acciones de sensibilización y capacitación dirigidas al personal, con el objetivo de fortalecer una cultura organizacional basada en la equidad y el respeto.

En materia de inclusión de personas con discapacidad, Pro Consumidor realizó capacitaciones orientadas a la sensibilización sobre el trato digno, el uso de terminología correcta, la accesibilidad universal y la inclusión laboral, fortaleciendo las capacidades institucionales para ofrecer servicios y entornos más inclusivos, tanto a nivel interno como en la atención a la ciudadanía.

Asimismo, como parte de su responsabilidad social institucional, la entidad desarrolló una jornada de limpieza de playa en la playa Las Tortugas, en el Malecón de Santo Domingo, promoviendo la participación del personal y reafirmando su compromiso con la protección del medio ambiente, la conciencia ambiental y el desarrollo sostenible.



e) Cooperación Internacional

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

Consolidación del liderazgo internacional de la República Dominicana en materia de protección al consumidor, al asumir la presidencia de la Red Internacional de Aplicación de la Ley de Protección al Consumidor (ICPEN), organismo que articula a autoridades de más de 70 países y promueve la cooperación global para la defensa de los derechos de los consumidores.

Fortalecimiento de la proyección internacional de la República Dominicana mediante la organización y celebración de una conferencia de alto nivel en territorio nacional, con la participación de representantes de más de 80 países miembros de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN), consolidando al país como un referente regional y global en políticas de protección al consumidor, así como en la promoción de mecanismos de cooperación y solución de conflictos internacionales en materia de consumo, eje estratégico que será priorizado durante la gestión 2025-2026.

La Institución como miembro del Consejo de Protección al Consumidor de Centroamérica y República Dominicana, CONCADECO, tuvo a su cargo el Boletín de Protección al Consumidor Turista, de Centroamérica y República Dominicana, se propuso que República Dominicana sea sede del Primer Foro de Protección al Consumidor Turista Iberoamericano.



Bajo supervisión de la Dirección 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

Conforme a los lineamientos del Plan Operativo Anual (POA), en el año 2025, 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, cápsulas informativas de precios, 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 citado, se han generado y divulgado un total de **ochocientos noventa y tres (893)** contenidos en redes sociales en los que se incluyen **setenta y tres (73)** notas de prensa, para un total de **novecientos sesenta y seis (966)** publicaciones.

Asimismo, hemos diseñado y fortalecido **(12) campañas digitales** sobre recomendaciones para la protección de los derechos y de los intereses económicos durante temporadas especiales donde se incrementa el flujo de las compras, tales como:

- Campaña del Día de Reyes (Juguetes Seguros RD).



- Producto del mes (Promover el consumo de productos saludables).
- En amor, Pero con tus derechos en San Valentín.
- Día Mundial de los Derechos del Consumidor (Nos sumamos a la campaña internacional de Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor y República Dominicana (CONCADECO)).
- Campaña en Semana Santa (¿Olvidaste algo?).
- Campaña con motivo al Día de las Madres (Protegiendo cada estilo de Mamá).
- Regreso a Clases (De Regresos a Clases 2025).
- Alerta Takata (Nos sumamos a la campaña “Tu Vida Corre Peligro”).
- Black Friday.
- Doble Sueldo (No dejes ir el doble sueldo).
- Protege tu salud (Botellones de agua expuestos al sol).
- Navidad (Tips de Navidad para compra confiables y seguras).

Los resultados generados por las campañas de educación que hemos difundido en los diferentes 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.

De igual forma, seguimos fortaleciendo el espacio radial que tenemos en los Centros Tecnológicos Comunitarios (CTC), plataforma que permite difundir mensajes de contenido educativo e informativo a la población relativa a sus derechos y deberes y que llega aproximadamente a **968 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 doce **(12) boletines internos**, actualización del mural institucional y la interacción constante con los servidores públicos para una 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 año 2025, tenemos un total de 429,570 seguidores comprendidos en cuatro redes sociales: En X contamos con 225,010, Instagram 153,000 Facebook 43,000 y en YouTube 721 suscriptores.



V. Servicio al Ciudadano y Transparencia Institucional

Memoria Institucional 2025

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 89.51% de satisfacción.

En cuanto a la fiabilidad de los agentes de servicio al usuario, fueron calificados por un 95.71% de los consumidores como excelente. Un 89.59% de los consumidores que visitaron nuestras instalaciones las considera cómodas e higiénicas, por último, para el 92.09% 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 cincuenta y cuatro (54) 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 veintidós (22) casos, quejas y reclamos, 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 en el monitoreo de la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG) como órgano rector en la materia, cuyo valor otorgado en el periodo reportado es 100%.

En este apartado destacamos el compromiso asumido en cuanto a la implementación del “Segundo Plan Nacional de Apertura de Datos 2024-2025” por la Dirección General de Ética e Integridad Gubernamental (DIGEIG), lo cual se refleja en la disponibilidad de informaciones en formatos abiertos para todo público, en colaboración a la Alianza para Gobierno Abierto; y como institución comprometida contamos con un conjunto de datos priorizados “precios de la canastas básica” y de acuerdo a la Matriz de asignación de responsabilidades para la ejecución del Plan de referencia. El resultado es evaluado con un puntaje cinco de cinco (5/5), significa cumplido con el 100%.



Adicionalmente, participamos en la semana del Derecho a Saber en todas las actividades ejecutadas por el órgano rector en materia de ética y transparencia gubernamental.

VI. Proyecciones al año 2026

Memoria Institucional 2025

- Aumentar la accesibilidad a los consumidores del país mediante la apertura de nuevas oficinas en diferentes regiones.
- Fortalecimiento institucional en la movilidad de los empleados mediante transporte desde y hacia sus hogares.
- Incrementar la capacidad de respuesta mediante la instauración de un Call Center para atención de reclamaciones y denuncias.
- Fortalecimiento de los canales de atención digital, asegurando una experiencia más cercana, ágil y eficiente.



VII. Anexos

Memoria Institucional 2025

a. Matriz Logros Relevantes

Producto / servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Retorno económico a consumidores a razón de reclamaciones.	RD\$ 17,500,868.20	RD\$ 16,528,687.50	RD\$ 49,555,903.13	RD\$ 20,555,988.34	RD\$ 43,314,532.84	RD\$ 41,247,311.84
Inversión	RD\$ 697,876.67	RD\$ 659,109.33	RD\$ 1,976,125.33	RD\$ 935,302.46	RD\$ 1,970,821.77	RD\$ 1,876,762.71
Establecimientos inspeccionados	339	350	274	236	243	250
Inversión para inspeccionar establecimientos	RD\$ 957,217.19	RD\$ 988,277.33	RD\$ 773,679.97	RD\$ 947,974.65	RD\$ 976,092.54	RD\$ 1,004,210.44
Visitas de verificación de publicidad	469	778	483	469	567	457



Inversión para visitas de verificación de publicidad	RD\$ 1,324,291.62	RD\$ 2,196,799.33	RD\$ 1,363,822.72	RD\$ 1,883,898.78	RD\$ 2,277,549.27	RD\$ 1,835,696.68
Visitas de capacitación en buenas prácticas comerciales	173	141	192	141	136	308
Inversión para visitas de Buenas Prácticas Comerciales	RD\$ 128,841.64	RD\$ 105,009.66	RD\$ 142,991.87	RD\$ 119,588.98	RD\$ 115,348.23	RD\$ 261,229.83
Producto / servicio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Retorno económico a consumidores a razón de reclamaciones.	RD\$28,283,911.3 9	RD\$101,894,921. 81	RD\$13,218,161. 91	RD\$18,357,815 .02	RD\$20,515,33 6.29	RD\$33,724,858 .02
Inversión	RD\$728,860.78	RD\$2,625,775.86	RD\$340,624.73	RD\$1,683,313. 25	RD\$1,881,146. 38	RD\$3,092,388. 73
Establecimientos inspeccionados	268	267	183	223	290	263
Inversión para inspeccionar establecimientos	RD\$722,512.24	RD\$719,816.30	RD\$493,357.24	RD\$853,084.36	RD\$1,109,392. 21	RD\$1,006,103. 97



Visitas de verificación de publicidad	769	483	455	489	777	474
Inversión para visitas de verificación de publicidad	RD\$2,073,178.78	RD\$1,302,139.60	RD\$1,226,653.24	RD\$2,021,672.99	RD\$3,212,351.56	RD\$1,959,658.48
Visitas de capacitación en buenas prácticas comerciales	262	170	154	121	208	182
Inversión para visitas de Buenas Prácticas Comerciales	RD\$221,872.24	RD\$143,962.91	RD\$130,413.46	RD\$179,835.15	RD\$309,138.10	RD\$270,495.84



b. Matriz de Ejecución Presupuestaria 2025

Código Programa / Subprograma	Nombre del Programa	Asignación presupuestaria (RD\$)	Ejecución (RD\$)	Cantidad de Productos Generados por Programa	Índice de Ejecución %	Participación ejecución por programa (%)
11	Defensa y Protección a los derechos del consumidor	373,577,597.26	359,803,055.09	3	96.31%	95.66%
98	Administración de contribuciones especiales	2,550,790.98	2,303,253.40	0	90.30 %	0.61%
Totales		376,128,388.24	362,106,308.49			



c. Matriz de principales indicadores POA

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 anterior	Anual	6,030	100%	6,094	100%
2	Servicio al usuario	Atención a denuncias	Denuncias atendidas respecto al año anterior	Anual	790	100%	775	100%
4	Departamento Jurídico	Análisis de rifas, concursos y sorteos	Cantidad de rifas y concursos analizados respecto al año anterior	Anual	908	100%	996	100%
5	Inspección y vigilancia	Inspecciones por denuncia	Cantidad de inspecciones por denuncias respecto al año anterior	Anual	184	100%	122	77%
6	Inspección y vigilancia	Inspecciones oficiosas	Cantidad de inspecciones oficiosas respecto al año anterior	Anual	2,596	100%	2,772	100%
7	Inspección y vigilancia	Decomiso de productos en mal estado	Cantidad de productos decomisados respecto al año anterior	Anual	133,598	100%	312,222	100%



NO.	ÁREA	PROCESO	NOMBRE DEL INDICADOR	FRECUENCIA	LÍNEA BASE	META	ÚLTIMA MEDICIÓN	Resultado
8	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de charlas realizadas respecto al año anterior	Anual	468	100%	465	100%
9	Educación al consumidor	Charlas de educación a consumidores	Cantidad de participantes orientados respecto al año anterior	Anual	19,743	100%	21,730	100%
10	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	Cantidad de reclamaciones conciliadas satisfactoriamente respecto al año anterior	Anual	5459	100%	5,630	100%
11	Departamento de conciliación	Conciliación de reclamaciones	Devolución económica a consumidores respecto al año anterior	Anual	466,999,709.78	100%	404,698,296.29	100%
12	Departamento de BPC	Charlas-Talleres a proveedores	Cantidad de charlas realizadas respecto al año anterior	Anual	217	100%	52	29%



d. Plan de compras

DATOS DE CABECERA PACC	
MONTO ESTIMADO TOTAL	RD\$39,193,530.38
CANTIDAD DE PROCESOS REGISTRADOS	68
CAPÍTULO	5161
SUB CAPÍTULO	01
UNIDAD EJECUTORA	0001
UNIDAD DE COMPRA	Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor



AÑO FISCAL	2025
FECHA APROBACIÓN	
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN OBJETO DE CONTRATACIÓN	
BIENES	RD\$25,499,035.46
OBRAS	RD\$-
SERVICIOS	RD\$13,694,494.92
SERVICIOS: CONSULTORÍA	RD\$-
SERVICIOS: CONSULTORÍA BASADA EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS	RD\$-
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN CLASIFICACIÓN MIPYME	
MIPYME	RD\$10,256,446.26



MIPYME MUJER	RD\$775,781.34
NO MIPYME	RD\$28,161,302.78
MONTOS ESTIMADOS SEGÚN TIPO DE PROCEDIMIENTO	
COMPRAS POR DEBAJO DEL UMBRAL	RD\$2,700,991.00
COMPRA MENOR	RD\$22,508,839.38
COMPARACIÓN DE PRECIOS	RD\$13,983,700.00
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\$-
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

