

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 - 2019

2. EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

Esta perspectiva responde a la necesidad de enfocar las actividades de la institución en aquellos procesos considerados “críticos”, a manera de identificar y articular aquellos procesos que son estratégicos para la Defensoría del Consumidor.



PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Períod.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.1. Fomentar la mejora continua y la búsqueda de la excelencia en todo nuestro quehacer institucional.	2.1.1 Procesos de la Defensoría certificados en Sistemas de Gestión de Calidad (SGC)	Número de procesos certificados con el Sistema de Gestión de la Calidad	Cantidad	Quinquenal	+	1	1	1	3	3	Normalizar y adecuar los procesos institucionales certificables a un Sistema de Gestión de Calidad	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Ciudadanía y Consumo Tribunal Sancionador
											Implementar y auditar internamente los procesos institucionales que requieren certificación	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Ciudadanía y Consumo Tribunal Sancionador
											Alcanzar y mantener la certificación de los procesos priorizados	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Ciudadanía y Consumo Tribunal Sancionador
	2.1.2 Procesos de la Defensoría acreditados en Sistemas de Gestión de Calidad (SGC)	Número de procesos acreditados con Sistema de Gestión	Cantidad	Quinquenal	+	1	1	1	2	2	Normalizar y adecuar los procesos institucionales acreditables a un Sistema de Gestión de Calidad	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización
Implementar y auditar internamente los procesos institucionales que requieren acreditación											Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización	

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.1. Fomentar la mejora continua y la búsqueda de la excelencia en todo nuestro quehacer institucional.	2.1.2 Procesos de la Defensoría acreditados en Sistemas de Gestión de Calidad (SGC)	Número de procesos acreditados con Sistema de Gestión	Cantidad	Quinquenal	+	1	1	1	2	2	Alcanzar y mantener la acreditación de los procesos priorizados	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Administración Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización
	2.1.3 Funcionamiento de las Oficinas Regionales	Evaluación según lista de chequeo	Calificación	Trimestral	+	7.3	7.5	7.75	8	9	Estandarizar el funcionamiento de las Oficinas Regionales y Oficinas Descentralizadas con las Direcciones Nacionales	Dirección de Descentralización Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias • Dirección de Vigilancia de Mercado • Dirección de Ciudadanía y Consumo
2.2. Implementar un Sistema de información y estudios sectoriales en temas priorizados de consumo.	2.2.1 Cantidad de Informes del Sistema de Información Institucional actualizado y analizado oportunamente	Números de informes del sistema de información institucional	Cantidad	Anual	+	5	22	27	22	27	Generar de forma oportuna los informes mensuales y anuales de gestión	Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Planificación y Calidad Unidad Financiera Institucional Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección Jurídica Tribunal Sancionador Unidad de Comunicaciones
											Publicar y divulgar los informes anuales de gestión y financieros en forma física y digital	Unidad de Comunicaciones
											Gestionar la documentación y archivos institucionales	Dirección de Administración

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.2. Implementar un Sistema de información y estudios sectoriales en temas priorizados de consumo.	2.2.2 Estudios de consumo/ sectoriales en temas priorizados de consumo	Número de estudios realizados en temas priorizados	Cantidad	Anual	+	4	4	5	5	6	Identificar y realizar estudios sobre consumo en temas priorizados, incluyendo investigaciones conjuntas con otras instancias públicas. Temas priorizados: Comercio electrónico, Patrones de consumo, Consumo seguro y salud, Cultura de consumo y buen vivir, Endeudamiento, Telecomunicaciones, Productos y servicios financieros, Cadenas de valor de Granos básicos, Servicios básicos: tarifas, calidad, cobertura, inclusión, atención, etc.	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
											Actualizar información de mercados relevantes: alimentos, fertilizantes, servicios públicos (telecomunicaciones, energía eléctrica, agua potable), combustibles (GLP, gasolinas y diesel), servicios financieros, remesas familiares.	Dirección de Vigilancia de Mercado
											Publicar y divulgar información socialmente útil sobre mercados relevantes.	Unidad de Comunicaciones Dirección de Vigilancia de Mercado
											Establecer alianzas interinstitucionales para los estudios conjuntas sobre temas sectoriales.	Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección del Centro de Solución de Controversias
											Publicar y divulgar resultados de los estudios realizados.	Unidad de Comunicaciones Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S				2016		2019		INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
				Temp./ Period.	Dir.	Linea base	Lim.C	Meta	Lim.C	Meta			
2.3 Potenciar en las personas consumidoras el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de derechos.	2.3.1 Cantidad de personas capacitadas/formadas en el ejercicio de sus derechos.	Número de personas participantes en acciones formativas y de capacitación en temáticas de consumo.	Cantidad	Anual	+	7549	7800	8000	8800	9000	Diseñar y ejecutar programas anuales de capacitación / formación en temas de: derecho de consumo, educación financiera, cultura consumerista, consumo saludable y seguro, dirigido a diversos grupos: docentes, mujeres, microempresarios, universitarios, integrantes de mesas temáticas, integrantes de asociaciones y organizaciones de la sociedad civil y otros.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección Jurídica	
											Producir y distribuir material educativo sobre derechos de las personas consumidoras y otros temas priorizados de consumo.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Unidad de Comunicaciones	
											Diseñar y proporcionar materiales sobre temas priorizados para formación y capacitación	Dirección de Ciudadanía y Consumo Unidad de Comunicaciones Dirección de Descentralización Dirección de Vigilancia de Mercado	
											Evaluar el programa de capacitación / formación sobre derechos y cultura consumerista.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado	
											Sistematizar la experiencia del programa de capacitación / formación sobre derechos y cultura consumerista.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado	

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.3 Potenciar en las personas consumidoras el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de derechos.	2.3.1 Cantidad de personas capacitadas/formadas en el ejercicio de sus derechos.	Número de personas participantes en acciones formativas y de capacitación en temáticas de consumo.	Cantidad	Anual	+	7549	7800	8000	8800	9000	Interactuar con organizaciones de consumidores a través de talleres que promuevan el consumo sostenido y el cuidado del medio ambiente	Dirección de Administración
	2.3.2 Promoción de la participación ciudadana	Número de acciones orientadas a la protección de derechos e intereses de las personas consumidoras ejecutadas desde la sociedad civil organizada.	Cantidad	Anual	+	No dato	8	10	16	18	Diseñar e implementar una estrategia de participación ciudadana, para contribuir a potenciar en la ciudadanía el ejercicio de derechos de consumo.	Dirección de Ciudadanía y Consumo
											Proporcionar apoyo legal y técnico a las asociaciones y organizaciones de consumidores y otras expresiones organizadas de la sociedad civil para la protección de derechos e intereses de las personas consumidoras.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
											Facilitar la realización de acciones, desde la sociedad civil organizada, orientadas a la protección de derechos e intereses de las personas consumidoras, en el marco de la normativa aplicable y políticas públicas vinculantes en temas de consumo.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias
										Evaluar y sistematizar la estrategia de participación ciudadana.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica	

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.3 Potenciar en las personas consumidoras el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de derechos.	2.3.3 Promoción del conocimiento de derechos y la cultura consumerista en la población.	(Acciones educativas y de promoción ejecutadas / Acciones planificadas)*100	%	Anual	+	75%	75%	80%	85%	90%	Diseñar e implementar un programa de promoción del conocimiento de derechos y cultura consumerista en espacios públicos de impacto (expresiones artísticas y culturales)	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización
											Diseñar y proporcionar materiales de apoyo al programa de promoción del conocimiento de derechos y cultura consumerista.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Unidad de Comunicaciones Dirección de Descentralización Dirección de Vigilancia de Mercado
											Evaluar y sistematizar el programa de promoción del conocimiento de derechos y cultura consumerista en la población.	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización
	2.3.4 Cantidad de iniciativas gestionadas para el posicionamiento y/o incidencia en temas relevantes de consumo	Número de iniciativas gestionadas	Cantidad	Anual	+	2	2	3	3	4	Implementar acciones de incidencia en áreas o temas priorizados como: sistemas financieros y seguros, prestación de agua potable, comercio electrónico, telecomunicaciones, alimentos, lotificaciones, publicidad ilícita, consumo saludable, insumos agrícolas; entre otros.	Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Comunicaciones
Atender temas de coyuntura y/o emergencia que demandan la intervención de la Defensoría del Consumidor para defender los intereses y derechos de los consumidores											Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección Jurídica Dirección de Descentralización Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones	

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.3 Potenciar en las personas consumidoras el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de derechos.	2.3.4 Cantidad de iniciativas gestionadas para el posicionamiento y/o incidencia en temas relevantes de consumo	Número de iniciativas gestionadas	Cantidad	Anual	+	2	2	3	3	4	Participar institucionalmente en mecanismos, coordinaciones e instancias sectoriales y territoriales, relacionadas con políticas públicas y programas de gobierno para la protección de las personas consumidoras	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
2.4 Fomentar en los proveedores prácticas respetuosas de los derechos de las personas consumidoras.	2.4.1 Cantidad de alertas tempranas divulgadas en materia de consumo	Número de alertas divulgadas	Cantidad	Anual	+	5	5	5	5	5	Identificar alertas sobre productos, servicios y prácticas de proveedores que presenten riesgo (salud, físico, económico, etc.) a las personas consumidoras.	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización Dirección Jurídica
											Publicar y divulgar alertas sobre productos, servicios y prácticas de proveedores que presenten riesgo (salud, físico, económico, etc.) a las personas consumidoras; a nivel nacional e internacional	Unidad de Comunicaciones Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización Dirección Jurídica
											Implementar el Sistema de Alerta Temprana en Alimentos (PRACAMS) a nivel nacional y regional	Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales
											Dar seguimiento al funcionamiento del Sistema Interamericano de Alerta Rápida (SIAR)	Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales
											Aportar a la creación e implementación del Observatorio Regional de alertas en medicamentos en el marco CONCADECO	Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.4 Fomentar en los proveedores prácticas respetuosas de los derechos de las personas consumidoras.	2.4.1 Cantidad de alertas tempranas divulgadas en materia de consumo	Número de alertas divulgadas	Cantidad	Anual	+	5	5	5	5	5	Alertar sobre prácticas ilegales declaradas por el Tribunal Sancionador y difusión de multas ejemplarizantes.	Unidad de Comunicaciones Tribunal Sancionador Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias
	2.4.2 Porcentaje de cumplimiento de las buenas prácticas en empresas adheridas a códigos de buenas prácticas.	(Número de empresas que cumplen con buenas prácticas/ Número de empresas adheridas a códigos de buenas prácticas) x100	%	Anual	+	50%	50%	60%	80%	90%	Divulgar a proveedores las disposiciones de la Ley de Protección al Consumir (LPC), normas y reglamentos técnicos relacionados con consumo.	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
											Implementar mecanismo de reconocimiento para los proveedores más cumplidores de los derechos de las personas consumidoras	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
											Auditar a empresas adheridas a códigos/manuales de buenas prácticas para otorgar o renovar reconocimiento	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica
											Divulgar los proveedores más denunciados y más sancionados, incluyendo los motivos de dichas denuncias y/o sanciones	Dirección de Vigilancia de Mercado Tribunal Sancionador Unidad de Comunicaciones
	2.4.3 Defensa efectiva y oportuna de las actuaciones de la Defensoría (Presidencia y Tribunal Sancionador), impugnadas judicialmente	(Casos resueltos a favor de la Defensoría / Casos impugnados)*100	%	Anual	+	80%	81%	83%	88%	90%	Informes periódicos sobre resoluciones del Tribunal Sancionador Impugnadas Judicialmente	Tribunal Sancionador Dirección Jurídica
											Promover acciones judiciales para la defensa de la legalidad de las actuaciones de La Defensoría	Tribunal Sancionador Dirección Jurídica

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)
							2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
2.4 Fomentar en los proveedores prácticas respetuosas de los derechos de las personas consumidoras.	2.4.3 Defensa efectiva y oportuna de las actuaciones de la Defensoría (Presidencia y Tribunal Sancionador), impugnadas judicialmente	(Casos resueltos a favor de la Defensoría / Casos impugnados)*100	%	Anual	+	80%	81%	83%	88%	90%	Divulgar las acciones judiciales en las que interviene La Defensoría	Unidad de Comunicaciones Tribunal Sancionador Dirección Jurídica
											Gestionar de forma oportuna los informes en cada proceso contencioso y de amparo interpuesto	Tribunal Sancionador
											Gestionar oportunamente los informes de cada proceso judicial	Tribunal Sancionador
2.5 Fortalecer la actuación conjunta del Sistema Nacional de Protección al Consumidor y coordinar la implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor.	2.5.1 Cantidad de actividades ejecutadas del Plan de Implementación 2015-2019 de la Política Nacional de Protección al Consumidor	(Número de acciones ejecutadas del plan / total de acciones programadas) x100	%	Quinquenal	+	27%	35%	50%	80%	95%	Implementar el plan de ejecución de la Política Nacional de Protección al Consumidor.	Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones
											Actualizar la Política Nacional de Protección al Consumidor.	Unidad de Cooperación y Relaciones Institucionales Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	KPI'S							INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE (Y ÁREAS CO-RESPONSABLES)	
			Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	2016		2019			
							Lim.C	Meta	Lim.C			Meta
2.6 Socializar por medio de la comunicación efectiva el quehacer institucional de la Defensoría del Consumidor	2.6.1 Cumplimiento de la estrategia de Marketing Social de La Defensoría	(Número de acciones ejecutadas del plan / total de acciones programadas) x100	%	Mensual	+	100%	100%	100%	100%	100%	Administrar y desarrollar la estrategia de Marketing en las redes sociales	Unidad de Comunicaciones
											Briefing de prensa en temas o iniciativas estratégicas y/o de coyunturas.	Unidad de Comunicaciones
											Comunicar e informar los principales resultados del quehacer institucional en defensa de los consumidores.	Unidad de Comunicaciones
											Transmitir el programa institucional en medios radiales y televisivos de El Salvador.	Unidad de Comunicaciones
											Ampliar y cualificar la plantilla de voceros institucionales conforme al quehacer institucional.	Unidad de Comunicaciones
											Fomentar el conocimiento de derechos de las personas consumidoras.	Unidad de Comunicaciones
											Promover y comunicar los servicios para la atención de controversias de consumo de la DC.	Unidad de Comunicaciones
											Gestionar la comunicación interna para lograr la vinculación, motivación e integración del personal hacia el logro de una misión compartida	Unidad de Comunicaciones Dirección de Administración Unidad de Planificación y Calidad