



**Defensoría
del Consumidor**

GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR 2016-2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

ALINEADO AL PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2014-2019

“EL SALVADOR PRODUCTIVO, EDUCADO Y SEGURO”.

UNIDAD DE PLANIFICACIÓN Y CALIDAD

ÍNDICE

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVO.	2
III.	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.	3
IV.	MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2016-2019.	5
V.	PLAN ESTRATÉGICO-TÁCTICO / OBJETIVOS	6
	PERSPECTIVA 1: SATISFACCIÓN DE LAS/LOS USUARIAS/OS DE NUESTROS SERVICIOS / INDICADORES E INICIATIVAS	7
	PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS	16
	PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS	19
	PERSPECTIVA 4: EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS / INDICADORES E INICIATIVAS	21

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

I. INTRODUCCIÓN

La Defensoría del Consumidor (DC) presenta su Plan Estratégico Táctico 2016 - 2019, el cual ha sido actualizado a partir de la revisión permanente de su Plan Operativo Anual 2018, el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 “El Salvador Productivo, Educado y Seguro” y el compromiso de país con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), capitalizando la experiencia de la ejecución operativa y resultados del monitoreo de 2018. La metodología utilizada es de Cuadro de Mando Integral (CMI), que consta de perspectivas, objetivos estratégicos, indicadores e iniciativas.

Seguiremos trabajando con el compromiso, la calidad y la calidez que nos caracteriza. Reiterando nuestras principales apuestas estratégicas:

1. Fortalecer la prevención de abusos y afectación de derechos de los consumidores. Potenciando y facilitando la participación ciudadana a través de la denuncia y avisos de infracción.
2. Profundizar las acciones preventivas enfocadas a corregir las fallas en el mercado salvadoreño.
3. Dar continuidad a las propuestas de fortalecimiento del marco normativo de protección al consumidor.
4. Reforzar la difusión y promoción de los derechos de las personas consumidoras.
5. Fomentar la participación ciudadana de manera activa y organizada para promover sus derechos.
6. Continuar la labor de acercamiento de los servicios de la Defensoría a la población.
7. Fortalecer y empoderar la actuación integrada de las instituciones gubernamentales que forman parte del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC).

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

II. OBJETIVO.

Actualización del Plan Estratégico Táctico de la Defensoría del Consumidor 2016-2019 al Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 “El Salvador Productivo, Educado y Seguro”, capitalizando la experiencia de la ejecución operativa y monitoreo del segundo semestre del 2018, a través del análisis y reestructuración de los indicadores, metas estratégicas y las iniciativas, obteniendo así un Plan Estratégico (de largo plazo) y un Plan Táctico (mediano y corto plazo) ajustado al entorno y coyuntura actual que asegure el cumplimiento de la misión institucional y el compromiso, expresado por el presidente Salvador Sánchez Cerén, de cumplir y hacer cumplir la Constitución y las leyes, particularmente aquellas relacionadas con el orden económico y los derechos de las consumidoras y los consumidores, para lograr así el Buen Vivir para la ciudadanía, en su comunidad y el entorno nacional.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

III. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL.

MISIÓN

La misión describe nuestro objetivo fundamental e indica a qué nos dedicamos y cuál es la razón de ser de nuestra institución.

MISIÓN

Proteger y promover efectivamente los derechos de las personas consumidoras, facilitando la solución de controversias de consumo con altos estándares de calidad, calidez e innovación, acercando los servicios a la población, fomentando el conocimiento y pleno ejercicio de sus derechos de consumo, fortaleciendo la vigilancia de mercado y robusteciendo la acción conjunta del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, para contribuir a un mejor funcionamiento del mercado y a la seguridad jurídica en sus relaciones de consumo.

VISIÓN

Nuestra visión representa como nos queremos ver y cómo queremos ser vistos en el transcurso de los próximos años. Nos permite plantear un futuro deseable claro y motivador.

VISIÓN

Ser una Institución confiable y accesible, reconocida, respetada y apreciada por su efectividad en la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras para contribuir al buen vivir.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

VALORES

Los valores reflejan las creencias más profundas como institución.

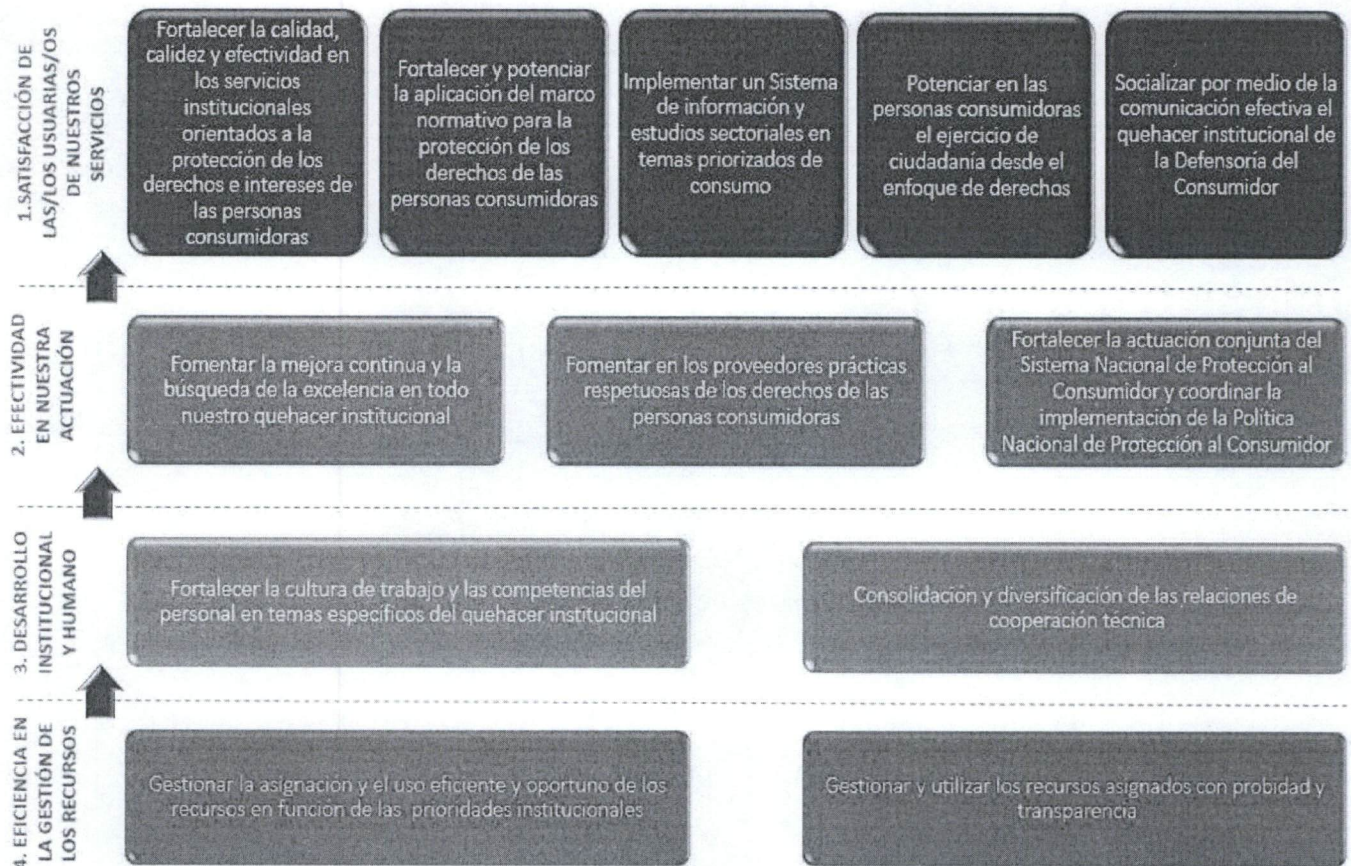
TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none">• Estamos dispuestos a actuar de acuerdo a nuestros ideales. Comunicamos abierta y directamente nuestras intenciones, ideas y sentimientos. Tenemos disposición para rendir cuentas y asumir las consecuencias de nuestros actos en el cumplimiento de nuestras obligaciones.
PROBIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Actuamos con honradez, integridad, rectitud, respeto y sobriedad.
IMPARCIALIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Actuamos con objetividad y sin designio anticipado a favor o en contra de alguien. No discriminamos por motivos de nacionalidad, raza, sexo, religión, ideología política, posición social o económica.
EQUIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Atendemos a usuarios y usuarias de nuestros servicios desde la igualdad y en consonancia y equilibrio con las diferencias y especificidades individuales, lo que nos permite juzgar y proceder con rectitud.
SOLIDARIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Mantenemos un alto nivel de fraternidad entre compañeros y compañeras y con nuestros usuarios y usuarias. Nuestras acciones se orientan a favorecer a toda la población que requiera de nuestros servicios.
EXCELENCIA EN EL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none">• Hacemos nuestro trabajo con calidad y calidez, somos efectivos, eficientes y disciplinados. Nos actualizamos permanentemente y nos fundamentamos en la rigurosidad para lograr altos niveles en la defensa y protección de consumidores y consumidoras.
PROACTIVIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollamos ideas innovadoras y creativas, cuestionamos las formas habituales y disfuncionales de proceder para un óptimo funcionamiento de la Institución y de los servicios que prestamos.
TRABAJO EN EQUIPO	<ul style="list-style-type: none">• Valoramos el trabajo en equipo como la clave para desarrollar una cultura organizacional que genere un ambiente de alta confianza y cooperación entre nuestros miembros. Estamos dispuestos y dispuestas a dialogar y promover alianzas con otras instituciones afines nacionales y/o internacionales con las cuales podamos generar complementariedades.
IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none">• Estamos identificados/as y comprometidos/as con la visión, la misión y las estrategias organizacionales como la base de la motivación, el desarrollo y el éxito operacional de nuestro quehacer institucional.
CONFIDENCIALIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Guardamos reserva sobre hechos o información lícita que conocemos en el ejercicio de nuestras funciones y no la utilizamos para fines privados.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

IV. MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2016-2019.

Las perspectivas constituyen los cuatro puntos estratégicos en los cuales Defensoría del Consumidor busca lograr el cumplimiento de su misión y sobre los cuales se han tomado las decisiones estratégicas para mejorar la situación actual y alcanzar la visión de la institución.



El mapa estratégico organizacional ha sido construido en base a las principales líneas de acción identificadas por la institución y que derivan del pensamiento filosófico organizacional.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

V. PLAN ESTRATÉGICO-TÁCTICO / OBJETIVOS

Las líneas de acción están construidas partiendo de cuatro principales perspectivas desde las cuales se aborda la totalidad de las actividades que realiza la Defensoría del Consumidor, las cuales se definen a continuación:

1. SATISFACCIÓN DE LAS/LOS USUARIAS/OS DE NUESTROS SERVICIOS

Esta perspectiva responde a la forma en que se van a satisfacer las necesidades de la población de manera que los servicios que brinda la Defensoría del Consumidor sean accesibles fortaleciendo la calidad, calidez y efectividad de los mismos.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

PERSPECTIVA 1: SATISFACCIÓN DE LAS/LOS USUARIAS/OS DE NUESTROS SERVICIOS / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S				2016		2019		INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
			Temp./ Period.	Dir.	Línea base	Lim.C	Meta	Lim.C	Meta			
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.1 Fortalecer la calidad, calidez y efectividad en los servicios institucionales orientados a la protección de los derechos e intereses de las personas consumidoras												
1.1.1 Atenciones brindadas por la Institución	Total de atenciones (asesorías, denuncias, gestiones y derivaciones) brindadas por la Institución	Cantidad	Mensual	+	5080	5800	6000	7000	7500	1.1.1.1 Mejora e innovación de atención (Conciliación virtual, teléfonos directos, App, atención domiciliar y por cita, entre otros)	Dirección de Descentralización Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones Unidad de Análisis de Consumo y Mercados	
										1.1.1.2 Mejora de mecanismos de atención territorial (Defensorías móviles y ventanillas)	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección de Vigilancia de Mercado	
										1.1.1.3 Generación y/o mantenimiento de alianzas estratégicas con entidades colaboradoras en los territorios	Dirección de Descentralización	
1.1.2 Tramitación oportuna de denuncias en avenimiento y conciliación	Promedio de (fecha de resolución del caso - menos fecha de ingreso del caso)	Días	Mensual	-	23	23	22	21	20	1.1.2.1 Mejora de herramientas y proceso de atención de controversias de consumo	Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización Dirección de Administración Tribunal Sancionador	
1.1.3 Tramitación oportuna de denuncias colectivas en el proceso de atención de controversias de consumo	(Casos colectivos tramitados en tiempo de acuerdo al proceso/casos colectivos tramitados) * 100	Porcentaje	Trimestral	+	No dato	40%	45%	80%	90%	1.1.3.1 Abordaje de problemáticas de consumo con énfasis en solución de casos individuales y colectivos (Incluye: identificación de prácticas empresariales; identificación, estudio y desarrollo de temas relevantes para la atención de controversias de consumo)	Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección Jurídica Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización Dirección de Ciudadanía y Consumo	
1.1.4 Tramitación oportuna de procedimientos sancionatorios	Promedio de tiempo de tramitación [fecha de resolución de casos ingresados en	Días laborales (días hábiles)	Trimestral	—	No dato	LÍMITE DE CONTROL 2017: Expedientes 2012:	META 2017: Expedientes 2012: 1,565;	LÍMITE DE CONTROL 2019: Expedientes 2014:	META 2019: Expedientes 2014: 1,673;	1.1.4.1 Reducción de desperdicios de tiempo	Tribunal Sancionador Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias	

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
						2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
	el año x -menos- fecha de ingreso de esos mismos casos en Tribunal Sancionador] X= 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019					1,595; Expedientes 2013: 1,595; Expedientes 2014: 1,703; Expedientes 2015: 1,703; Expedientes 2016: 1,703; Expedientes 2017: 1703	2013: 1,565; Expedientes 2014: 1,673; Expedientes 2015: 1,673; Expedientes 2016: 1,673; Expedientes 2017: 1,673	1,703; Expedientes 2015: 1,703; Expedientes 2016: 1,703; Expedientes 2017: 1,703	2015: 1,673; Expedientes 2016: 1,673; Expedientes 2017: 1,673		
1.1.5 Calidad en las denuncias de oficio y colectivas remitidas al TSDC	{[Autos de inicio (de oficio + colectivos)]/[Total de notificados (de oficio + colectivos)] ² X 100} ² El Total de notificados tiene las siguientes excepciones: Improcedencias, inadmisibilidades, revocaciones por la inconstitucionalidad del art. 42 letra e) LPC y criterios de proporcionalidad)	Porcentaje	Anual	+	90%	91%	91%	94%	95%	1.1.5.1 Análisis y tramitación de posibles casos colectivos y/o difusos e informar su pertinencia internamente	Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
										1.1.5.2 Generación de informes sobre avance de estimaciones o desestimaciones, que incluya: Mecanismo de control que informe en tiempo a la Presidencia qué ocurre con los casos colectivos	Dirección Jurídica
1.1.6 Percepción de los usuarios sobre la atención brindada en los Centros de Solución de Controversias	Nota obtenida en encuesta de satisfacción	Calificación	Anual	+	8.98	9.00	9.05	8.95	9.00	1.1.6.1 Utilización de sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de satisfacción de las personas usuarias de los Centros de Solución de Controversias de la DC	Unidad de Planificación y Calidad Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	KPI'S								INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
		Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Línea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
1.1.7 Percepción de los usuarios sobre la calidez en la atención brindada en el 910	Nota obtenida en encuesta de satisfacción	Calificación	Anual	+	8.25	8.50	8.55	8.75	9.00	1.1.7.1 Utilización de sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de percepción de las personas usuarias de 910	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Descentralización
1.1.8 Percepción de los usuarios sobre la calidez en la atención brindada en Dirección Jurídica	Nota obtenida en encuesta de satisfacción	Calificación	Anual	+	6.79	6.80	7.00	8.80	9.00	1.1.8.1 Utilización de sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de percepción del servicio de representación judicial de la DC	Unidad de Planificación y Calidad Dirección Jurídica
										1.1.8.2 Fortalecimiento de las capacidades de atención a las personas usuarias del servicio de representación judicial	Dirección Jurídica Tribunal Sancionador Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
1.1.9 Percepción de las personas usuarias sobre la calidez en los servicios de educación en consumo	Nota promedio otorgada en talleres a nivel nacional	Calificación	Anual	+	No dato	6.00	7.00	8.30	8.50	1.1.9.1 Utilización de sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de percepción de los servicios brindados en educación en consumo	Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Ciudadanía y Consumo
1.1.10 Percepción de los usuarios en la atención brindada en Tribunal Sancionador	Nota obtenida en encuesta de satisfacción	Calificación	Anual	+	6.43	6.50	7.00	7.50	8.00	1.1.10.1 Utilización del sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de la calidad y calidez de los servicios brindados por el Tribunal Sancionador	Unidad de Planificación y Calidad Tribunal Sancionador
1.1.11 Efectividad en la tramitación de Denuncias cerradas en medios alternos con monto recuperado	(Denuncias individuales cerradas con acuerdos en avenimiento o conciliación con monto recuperado / Denuncias individuales cerradas con acuerdos en avenimiento o conciliación, cuyo monto reclamado haya sido igual o	Porcentaje	Mensual	+	78%	79%	80%	80%	81%	1.1.11.1 Estandarización de atención en las oficinas de los CSC (Incluye: programas de mentoría, programa de lineamiento)	Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	KPI'S								INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
		Unidad de medida	Temp./Period.	Dir.	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
	mayor a US\$0.01) * 100										
1.1.12 Eficacia sancionatoria en el cumplimiento de protección al consumidor	(Cantidad de sanciones / Cantidad de casos cerrados) x 100	Porcentaje	Anual	+	60%	59%	61%	62%	64%	1.1.12.1 Utilización de sistema de medición, análisis y mejora de la eficacia	Tribunal Sancionador
										1.1.12.2 Actualización del conocimiento de los criterios aplicados conforme a Derecho	Tribunal Sancionador
										1.1.12.3 Generación de alianzas estratégicas con instituciones públicas para facilitar la actividad sancionatoria	Dirección Jurídica Dirección de Vigilancia de Mercado
										1.1.12.4 Análisis de las denuncias y monitoreo de los procedimientos iniciados en el Tribunal Sancionador (de oficio y colectivos)	Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
										1.1.12.5 Identificación de violaciones a la normativa de consumo y activar procedimientos sancionatorios que den lugar a sanciones ejemplarizantes y que permitan sentar precedentes en materia de consumo	Dirección Jurídica
1.1.13 Efectividad en los servicios de atención telefónica	(Número de llamadas contestadas en el período (t) / Total de llamadas entrantes en el período (t)) x100	Porcentaje	Mensual	+	98.25%	98.25%	98.75%	99.00%	99.50%	1.1.13.1 Medición y mejora de la atención oportuna de las controversias de consumo recibidas telefónicamente	Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias
1.1.14 Satisfacción de las usuarias y los usuarios internos	Calificación en encuesta de satisfacción de las usuarias y los usuarios internos	Calificación	Anual	+	7.90	8.20	8.40	8.70	9.00	1.1.14.1 Implementar mejoras de acuerdo a los resultados de las encuestas a cliente interno	Unidad Financiera Institucional Dirección de Administración Unidad de Planificación y Calidad
1.1.15 Satisfacción de las usuarias y los usuarios externos	Calificación en encuesta de satisfacción de las	Calificación	Anual	+	9.10	9.20	9.30	9.40	9.50	1.1.15.1 Implementar mejoras de acuerdo a los resultados de las encuestas a clientes externos	Unidad Financiera Institucional Dirección de Administración Unidad de Planificación y Calidad

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	KPI'S								INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
		Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
	usuarios y los usuarios externos										
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.2 Fortalecer y potenciar la aplicación del marco normativo para la protección de los derechos de las personas consumidoras											
1.2.1 Propuestas de ampliación del marco normativo para la protección al Consumidor	Propuestas integrales de mejora para la aplicación del marco normativo para problemáticas identificadas en sectores priorizados	Cantidad	Anual	+	3	2	3	2	3	1.2.1.1 Participación en la revisión y actualización de los marcos normativos relacionados con la protección al consumidor (Telecomunicaciones, Servicios Financieros, Ley de Creación SIGET, Soberanía y seguridad alimentaria, Ley General de agua, Norma de Garantía, Reglamentos técnicos; u otros)	Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización
										1.2.1.2 Divulgación de marcos normativos para la protección de derechos e intereses de las personas consumidoras	Dirección del Centro de Solución de Controversias
1.2.2 Porcentaje de cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor y otras normativas vinculantes	(Cantidad de inspecciones que cumplen la normativa aplicable para la protección al consumidor / Cantidad de inspecciones realizadas) x 100	Porcentaje	Mensual	+	80.1%	64%	66%	68%	70%	1.2.2.1 Verificación a proveedores para que cumplan con las disposiciones establecidas en la LPC y con las regulaciones vinculantes con el marco de protección al consumidor en el país (auditorías, inspecciones y requerimientos de información en sectores priorizados)	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización Dirección de Administración Unidad de Comunicaciones Dirección Jurídica
1.2.3 Casos identificados y remitidos a la Dirección Jurídica, promovidos por los observatorios de la DC por publicidad ilícita, promociones y ofertas, y temas inmobiliarios	Casos registrados en el observatorio	Cantidad	Anual	+	5	5	6	75	80	1.2.3.1 Fortalecimiento del observatorio de publicidad ilícita, promociones y ofertas	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Descentralización Dirección Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones
										1.2.3.2 Creación e implementación de observatorio en temas inmobiliarios	Dirección de Descentralización Dirección Centro de Solución de Controversias Unidad de Análisis de Consumo y Mercados Dirección de Administración
1.2.4 Cantidad de iniciativas gestionadas para el posicionamiento y/o	Número de iniciativas gestionadas	Cantidad	Anual	+	2	2	3	3	4	1.2.4.1 Acciones de incidencia en temas priorizados	Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp./Period.	Dir.	Linea base	KPI'S				INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
						2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
incidencia en temas relevantes de consumo										1.2.4.2 Atención de coyunturas y/o emergencias que demandan la intervención de la Defensoría del Consumidor para defender los intereses y derechos de los consumidores	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección del Centro de Solución de Controversias
										1.2.4.3 Participación institucional en mecanismos, coordinación 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 Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Planificación y Calidad
1.2.5 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	Porcentaje	Anual	+	50%	50%	60%	80%	90%	1.2.5.1 Divulgación de las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor (LPC), normas y reglamentos técnicos relacionados con consumo a proveedores	Dirección de Vigilancia de Mercado
										1.2.5.2 Implementación de un mecanismo de reconocimiento para los proveedores más cumplidores de los derechos de las personas consumidoras	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección Jurídica
										1.2.5.3 Auditoría a empresas adheridas a códigos/manuales de buenas prácticas para entregar o renovar reconocimiento	Dirección del Centro de Solución de Controversias
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.3 Implementar un Sistema de información y estudios sectoriales en temas priorizados de consumo											
1.3.1 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	24	29	1.3.1.1 Generación oportuna de los informes de la gestión institucional	Unidad Financiera Institucional
										1.3.1.2 Sistema de planificación institucional para alcanzar una efectiva protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras	Unidad de Planificación y Calidad

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	KPI'S								INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
		Unidad de medida	Temp./ Period.	Dir.	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
											Tribunal Sancionador Unidad de Auditoría Interna Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia Unidad de Comunicaciones Unidad de Análisis de Consumo y Mercados Unidad Financiera Institucional Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección Jurídica Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
										1.3.1.3 Administración del Sistema institucional de archivo en el marco de los lineamientos del Instituto de Acceso a la Información Pública y de la DC	
1.3.2 Estudios de consumo/sectoriales en temas priorizados de consumo	Número de estudios realizados en temas priorizados	Cantidad	Anual	+	4	4	5	5	6	1.3.2.1 Generación, actualización y publicación de información socialmente útil sobre consumo y mercados relevantes	Unidad de Análisis de Consumo y Mercados Dirección Jurídica Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado Unidad de Comunicaciones
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.4 Potenciar en las personas consumidoras el ejercicio de ciudadanía desde el enfoque de derechos											
1.4.1 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	+	7,549	7800	8000	8800	9000	1.4.1.1 Población consumidora capacitada en temas de derecho de consumo sustentable de los grupos priorizados	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Administración
1.4.2 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	1.4.2.1 Fomento del ejercicio ciudadano de derechos de consumo en el marco de la Política de Participación Ciudadana del Órgano Ejecutivo	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección de Descentralización
										1.4.2.2 Proporcionar apoyo a las asociaciones y organizaciones de consumidores y otras expresiones organizadas de la sociedad civil para la	Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección Jurídica

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S				2016		2019		INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
			Temp./Period.	Dir.	Linea base	Lim.C	Meta	Lim.C	Meta			
										protección de derechos e intereses de las personas consumidoras		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.5 Socializar por medio de la comunicación efectiva el quehacer institucional de la Defensoría del Consumidor												
1.5.1 Cumplimiento de la estrategia de Marketing Digital de La Defensoría	(Número de acciones ejecutadas del plan / total de acciones programadas) x 100	Porcentaje	Mensual	+	100%	100%	100%	100%	100%	1.5.1.1 Producir y divulgar contenidos multimedia para redes sociales y sitio web	Unidad de Comunicaciones	
										1.5.1.2 Atender requerimientos de las direcciones, unidades y gerencias para la difusión del conocimiento de derechos y/o de servicios de la Defensoría	Unidad de Comunicaciones	
										1.5.1.3 Implementar estrategia de comunicaciones para posicionar e informar los principales resultados del quehacer institucional de la Defensoría del Consumidor	Unidad de Comunicaciones Dirección Jurídica	

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 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.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

PERSPECTIVA 2 EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S							INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
			Temp./ Period.	Dir.	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 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 y acreditados en Sistemas de Gestión de Calidad (SGC)	Número de procesos certificados con el Sistema de Gestión de la Calidad	Cantidad	Quinquenal	+	1	1	1	2	2	2.1.1.1 Adecuación y mejora de los procedimientos de los servicios institucionales a través del Sistema de Gestión de la Calidad y Normativa vigente	Tribunal Sancionador Unidad de Auditoría Interna Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia Unidad de Comunicaciones Unidad de Análisis de Consumo y Mercados Unidad Financiera Institucional Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección Jurídica Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
										2.1.1.2 Funcionamiento estandarizado de las oficinas regionales y oficinas descentralizadas con las direcciones nacionales	Dirección de Descentralización Dirección de Ciudadanía y Consumo
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2.2 Fomentar en los proveedores prácticas respetuosas de los derechos de las personas consumidoras											
2.2.1 Cantidad de alertas divulgadas en materia de consumo	Número de alertas divulgadas	Cantidad	Anual	+	5	5	5	12	14	2.2.1.1 Identificación y gestión de alertas sobre productos que presenten riesgo a las personas consumidoras	Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección Jurídica
										2.2.1.2 Dar seguimiento al funcionamiento del Sistema Interamericano de Alerta Rápida (SIAR) y a la Red de Consumo Seguro y Saludable (RCSS)	Dirección de Vigilancia de Mercado
2.2.2 Porcentaje de acciones oportunas y efectivas en defensa de la legalidad de las	(Número de actuaciones realizadas dentro del plazo ¹ /	%	Anual	+	80%	81%	83%	83%	85%	2.2.2.1 Mejoramiento de las capacidades de respuesta institucional a las resoluciones judiciales	Tribunal Sancionador Dirección Jurídica

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S				2016		2019		INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
			Temp./Period.	Dir.	Linea base	Lim.C	Meta	Lim.C	Meta			
actuaciones del Tribunal Sancionador	Número de actuaciones esperadas dentro del plazo ¹)*100 ¹ : Dentro del plazo: en el tiempo que estipula la ley o que se requiere para obtener un resultado favorable									2.2.2.2 Promoción de acciones judiciales para la defensa de la legalidad de las actuaciones de La Defensoría	Dirección Jurídica	
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2.3 Fortalecer la actuación conjunta del Sistema Nacional de Protección al Consumidor y coordinar la implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor												
2.3.1 Cantidad de actividades ejecutadas del Plan de Implementación 2015-2019 de la Política Nacional de Protección al Consumidor	(Número de acciones iniciadas más las cumplidas del plan / total de acciones programadas del Plan de Implementación de la PNPC 2015-2019) x100	%	Quinquenal	+	27%	35%	50%	80%	95%	2.3.1.1 Plan de implementación de la Política Nacional de Protección al Consumidor	Dirección de Descentralización Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección del Centro de Solución de Controversias Unidad de Comunicaciones	
										2.3.1.2 Política Nacional de Protección al Consumidor actualizada	Dirección de Descentralización	

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

3. DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO

Esta perspectiva responde a la necesidad de focalizar los esfuerzos en los recursos que son básicos para la institución, el personal. Contar con el personal altamente especializado y competente permitirá a la Defensoría del Consumidor mejorar los procesos organizacionales, garantizar la satisfacción de las partes interesadas y por tanto cumplir con los objetivos.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS

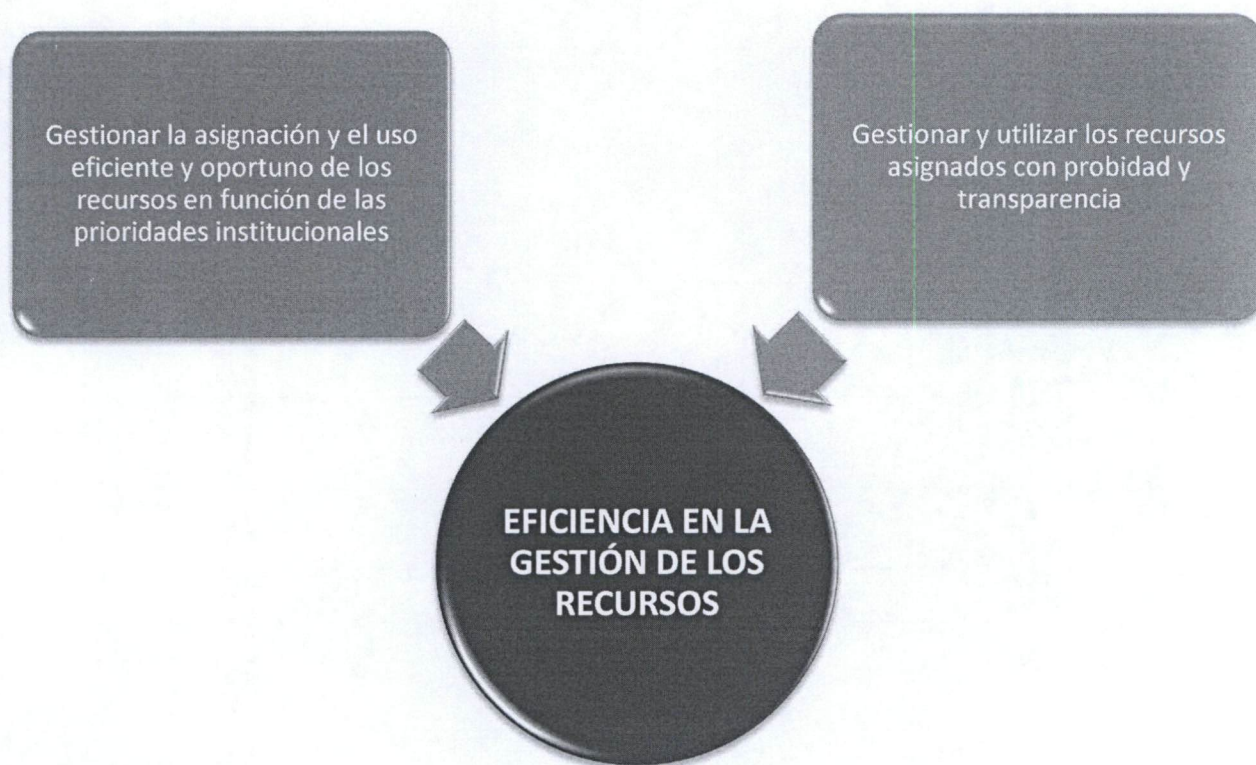
INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	KPI'S				2016		2019		INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
			Temp./ Period.	Dir.	Linea base	Lim.C	Meta	Lim.C	Meta			
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 3.1 Fortalecer la cultura de trabajo y las competencias del personal en temas específicos del quehacer institucional												
3.1.1 Personal de la Defensoría con competencias actualizadas en el quehacer institucional	(Número de personas con competencias actualizadas / total de personas que requieren actualización de competencias)*100	Porcentaje	Anual	+	No dato	70%	75%	75%	85%	3.1.1.1 Programa de formación continua institucional	Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización Unidad de Auditoría Interna Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia	
										3.1.1.2 Mejora del instrumento de Evaluación de Desempeño institucional	Dirección de Administración	
3.1.2 Satisfacción del personal con el clima organizacional	Promedio de las calificaciones por áreas de trabajo obtenidas de las encuestas del clima organizacional	Calificación	Anual	+	No dato	5	6	7.3	7.5	3.1.2.1 Fortalecimiento de la cultura organizacional con el fin de ejercer influencia en la conducta y compromiso de los(as) empleados(as)	Dirección de Administración	
										3.1.2.2 Actualización de instrumentos institucionales relativos al talento humano acorde a normativas, reglamentaciones o leyes pertinentes	Dirección de Administración	
3.1.3 Iniciativas institucionales que fomentan la igualdad sustantiva dirigida al público interno	Número de iniciativas institucionales ejecutadas	Cantidad	Quinquenal	+	1	2	2	4	4	3.1.3.1 Fomento de la igualdad y equidad en el personal de la institución	Dirección de Administración	
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 3.2 Consolidación y diversificación de las relaciones de cooperación técnica												
3.2.1 Cooperación técnica recibida	(Número de acciones de apoyo técnico recibidas / número de acciones de apoyo técnico solicitadas)*100	Porcentaje	Anual	+	No dato	50%	60%	80%	90%	3.2.1.1 Gestión de programas de cooperación sur-sur y triangular	Dirección de Administración	
										3.2.1.2 Relaciones de cooperación de la DC con otros actores a nivel internacional, regional, nacional y local	Dirección Jurídica Dirección de Administración Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo	

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

4. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS

Esta perspectiva se enfoca en los recursos económicos que utiliza la institución para alcanzar sus objetivos. A través de esta perspectiva se busca contribuir a la sostenibilidad financiera de la Defensoría del Consumidor.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

PERSPECTIVA 4: EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS / INDICADORES E INICIATIVAS

KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp/Period	Dir	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4.1 Gestionar la asignación y el uso eficiente y oportuno de los recursos en función de las prioridades institucionales											
4.1.1 Ejecución eficiente del presupuesto institucional	(Monto del presupuesto ejecutado/Monto presupuestado)*100	Porcentaje	Mensual	+	98%	95%	98%	95%	98%	4.1.1.1 Adecuación de normativa técnica y legal en materia administrativa y financiera	Unidad Financiera Institucional
										4.1.1.2 Mecanismos y procedimientos de control interno de las unidades de apoyo que procuren la eficiencia institucional	Dirección de Administración Dirección de Descentralización
										4.1.1.3 Mejoras de la gestión ambiental institucional	Dirección de Administración
										4.1.1.4 Vigilancia de cumplimiento de normativa técnica y legal vigente	Unidad de Auditoría Interna
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4.2 Gestionar y utilizar los recursos asignados con probidad y transparencia											
4.2.1 <u>Percepción de los asistentes acerca de la rendición de cuentas institucional</u>	Promedio de calificaciones de personas encuestadas por la DC	Calificación	Anual	+	8.4	7	7.5	7.7	8	4.2.1.1 Acercamiento de las rendiciones institucional a la ciudadanía	Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia
4.2.2 <u>Resultados de auditorías externas sin</u>	(Número de hallazgos financieros/Número	Porcentaje	Anual	-	No dato	0%	0%	0%	0%	4.2.2.1 Actualización del control interno y mejora en la	Tribunal Sancionador Unidad de Auditoría Interna Unidad de Acceso a la Información

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016 – 2019

(ACTUALIZADO A ENERO 2019)

KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
INDICADORES	FORMA O FÓRMULA DE MEDICIÓN	Unidad de medida	Temp/Period	Dir	Linea base	2016		2019			
						Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
<u>hallazgos en el manejo de recursos financieros</u>	total de hallazgos reportados por auditorías externas) x 100									gestión de riesgos institucionales	Pública y Transparencia Unidad de Comunicaciones Unidad de Análisis de Consumo y Mercados Unidad Financiera Institucional Unidad de Planificación y Calidad Dirección de Vigilancia de Mercado Dirección de Ciudadanía y Consumo Dirección Jurídica Dirección de Administración Dirección del Centro de Solución de Controversias Dirección de Descentralización
<u>4.2.3 Cumplimiento de las disposiciones de la LAIP</u>	Promedio de calificaciones otorgadas por la SPCTA y el IAIP en transparencia	Calificación	Anual	+	No dato	7	7.5	7.7	8	4.2.3.1 Acciones para conservar y/o incrementar la buena percepción sobre el acceso a información y transparencia institucional	Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia