



DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020-2024 DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

ALINEADO AL PLAN CUSCATLÁN 2020-2024

Febrero 2020

UNIDAD DE PLANIFICACIÓN Y CALIDAD

INDICE

Contenido

I. INTRODUCCIÓN	1
II. PENSAMIENTO FILOSÓFICO	3
III. MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2020-2024	5
IV. PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO / PERSPECTIVAS Y OBJETIVOS	6
PERSPECTIVA 1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS / INDICADORES E INICIATIVAS	7
PERSPECTIVA 2: EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS	12
PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS	14
PERSPECTIVA 4: EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS / INDICADORES E INICIATIVAS	16

I. INTRODUCCIÓN

La protección de derechos de las personas consumidoras en El Salvador tiene su asidero legal en la máxima norma del ordenamiento jurídico: la Constitución de la República, la cual establece en el Art. 101 que: “El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano. El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”.

Es conocido que el mercado tiene diversas fallas, las cuales generan condiciones de desigualdad en perjuicio de las personas consumidoras. Estas fallas son causadas por diversos factores tales como la estructura monopolística de las empresas en el mercado (Monopolios, monopsonios, oligopolios y oligopsonios, entre otros), prácticas anticompetitivas y asimetrías de información que colocan en una marcada desventaja al consumidor, prácticas de abuso contrarias a la Ley de Protección al Consumidor (LPC) y a otros marcos normativos complementarios que lesionan la economía de la familia salvadoreña. Ante esta realidad, el Estado debe asumir un rol activo para proteger a las personas consumidoras y combatir las imperfecciones del mercado, implementando acciones que potencien los beneficios y promuevan las condiciones necesarias para mejorar su funcionamiento, transparentar su composición y promover prácticas empresariales donde los derechos de las personas consumidoras sean respetados. De esta manera, se fortalece la democracia en el ámbito económico.

El compromiso del presidente Nayib Bukele, establecido en el “Plan Cuscatlán”, se enfoca en un “Gobierno más eficiente, más compacto, más efectivo, más ciudadano, menos político y más técnico. Un aparato estatal que elimine los cacicazgos institucionales, que saque del mapa las prioridades personales o de pequeños grupos, y que ponga más interés en las prioridades ciudadanas”¹, en este marco, las instituciones deben captar el sentir de la población, solventar sus necesidades, proyectar su rumbo a futuro y responder en tiempo real.

¹ Plan Cuscatlán, Nueva Gobernanza, pág. 2

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

En este contexto, se asume el compromiso de la Defensoría del Consumidor (DC) de aportar al Plan de Gobierno y para ello la institución realiza una revisión permanente de su Plan Estratégico PE (de largo plazo: Perspectivas, objetivos estratégicos e indicadores) y Plan Táctico PT (de mediano plazo: Iniciativas). En este sentido, el presente documento contiene el Plan Estratégico y Plan Táctico 2020-2024 de la DC, el cual se ha adecuado considerando la LPC y su Reglamento, y otras normativas vinculantes tales como: el Plan de Gobierno, los lineamientos de la Presidencia de la DC, partes interesadas; y los siguientes instrumentos y lineamientos: Plan Estratégico 2016-2019 institucional, el compromiso de país con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la capitalización de la experiencia en la ejecución operativa y los resultados obtenidos al 2019.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

II. PENSAMIENTO FILOSÓFICO

MISIÓN

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

MISIÓN

Transformar realidades a favor de los consumidores, mediante la solución de controversias de consumo, el fortalecimiento y aplicación del marco jurídico, la vigilancia efectiva de los mercados, la generación de información para las decisiones de consumo, la educación y el empoderamiento del consumidor para el ejercicio de sus derechos, el acercamiento e innovación de los servicios, ejerciendo la potestad sancionadora y restitutiva de derechos, y la actuación articulada del Sistema Nacional de Protección al Consumidor para disminuir las asimetrías que afectan al consumidor en su relación con los proveedores.

VISIÓN

Nuestra visión representa cómo nos queremos ver y cómo queremos ser vistos en el devenir de los próximos años. Nos permite plantear un futuro deseable, que sea lo suficientemente claro y motivador para trabajar en su cumplimiento.

VISIÓN

Ser una institución cercana, confiable y reconocida por su efectividad en la protección y promoción de los derechos de las personas consumidoras para contribuir a su bienestar y dignificación en el mercado.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

VALORES

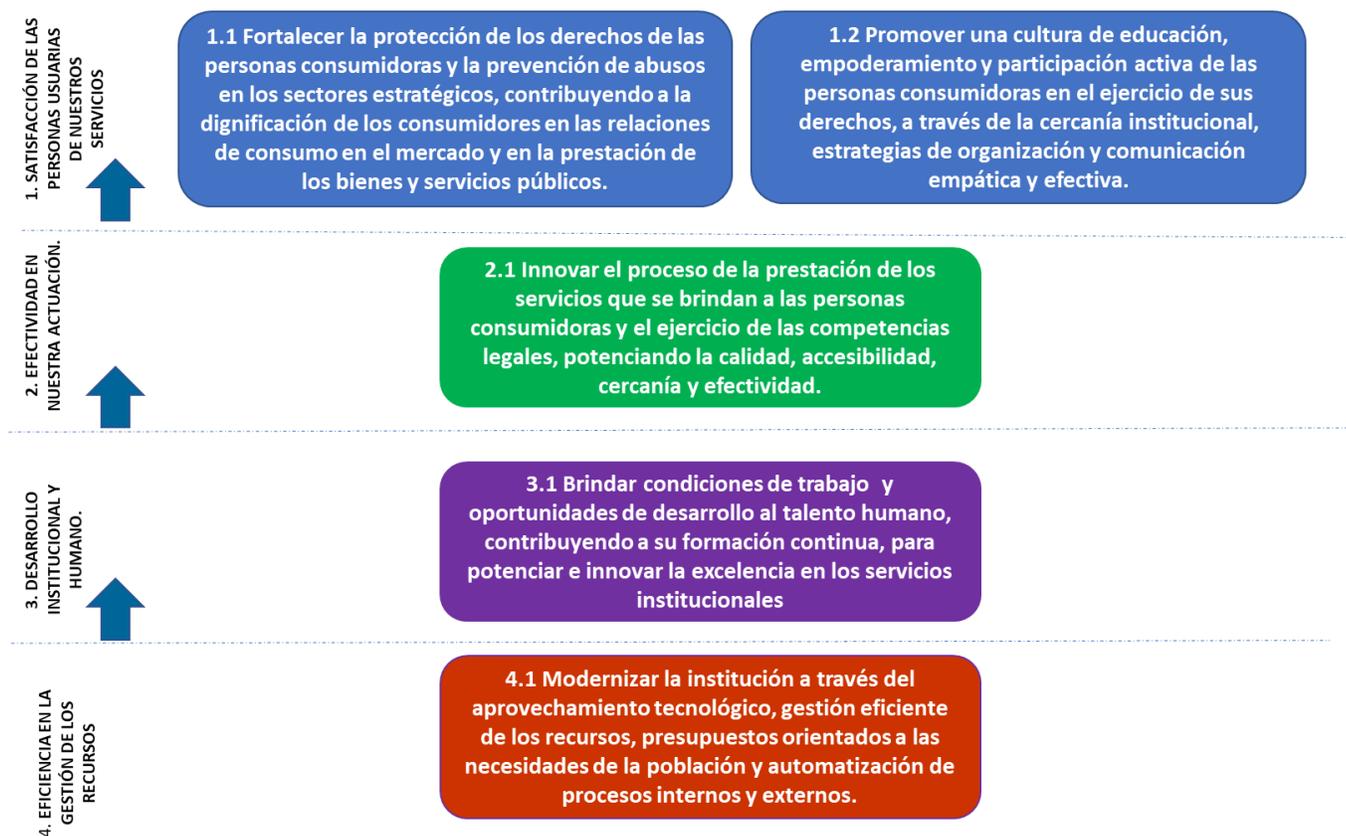
Los valores reflejan las creencias más profundas de la institución y su talento humano.

EXCELENCIA EN EL SERVICIO	Hacemos nuestro trabajo con calidad, calidez, efectividad, eficiencia y disciplina. Nos actualizamos permanentemente y nos fundamentamos en la rigurosidad para lograr altos niveles en la defensa y protección de los derechos de las personas consumidoras.
IDENTIFICACIÓN Y COMPROMISO INSTITUCIONAL	Estamos identificados y comprometidos con la visión, la misión, los valores y las estrategias organizacionales como la base de la motivación, el desarrollo y el éxito operacional de nuestro quehacer institucional.
IMPARCIALIDAD	Procedemos con objetividad en el ejercicio de la función pública.
CONFIDENCIALIDAD	Guardamos reserva sobre hechos o información que se haya obtenido en el desempeño del cargo o empleo y no la utilizamos para fines personales o de terceros
TRABAJO EN EQUIPO	Valoramos el trabajo en equipo como la clave para desarrollar una cultura organizacional que genere un ambiente de alta confianza y cooperación; y promovemos alianzas, diálogos y articulaciones con instituciones nacionales e internacionales con las cuales podamos generar complementariedades en el ámbito de consumo.
PROACTIVIDAD	Desarrollamos ideas innovadoras y creativas de actuación para un óptimo funcionamiento de la institución y de los servicios que prestamos.
EQUIDAD	Brindamos 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	Mantenemos un alto nivel de servicio y colaboración entre compañeros y compañeras, y nuestras acciones se orientan a favorecer a todas las personas consumidoras que requieran de nuestros servicios.
PROBIDAD	Actuamos con integridad, rectitud y honradez.
TRANSPARENCIA	Actuamos de manera accesible para que toda persona natural o jurídica, que tenga interés legítimo, pueda conocer si las actuaciones del servidor público son apegadas a la ley, a la eficiencia, a la eficacia y a la responsabilidad.
INCLUSIÓN	Actuamos sin discriminar por motivos de nacionalidad, raza, sexo, religión, ideología política, posición social o económica.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

III. MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2020-2024

Las perspectivas constituyen los cuatro pilares estratégicos de la Defensoría del Consumidor por medio de los cuales busca lograr el cumplimiento de su misión y en base a ellos se tomarán las decisiones estratégicas para mejorar la situación actual y alcanzar la visión de la institución.



El mapa estratégico organizacional 2020-2024 ha sido construido en base a las principales líneas de acción identificadas por la institución, mismas que se derivan del pensamiento filosófico organizacional.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

IV. PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO / PERSPECTIVAS Y OBJETIVOS

Las líneas de acción están construidas partiendo de cuatro principales perspectivas desde las cuales se aborda la totalidad de los objetivos estratégicos, indicadores e iniciativas que realiza la DC, los cuales se definen a continuación:

1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS

Esta perspectiva responde a la forma en que se van a satisfacer las necesidades de las personas consumidoras a través de los servicios que brinda la DC con calidad, calidez y efectividad.

1.1 Fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras y la prevención de abusos en los sectores estratégicos, contribuyendo a la dignificación de los consumidores en las relaciones de consumo en el mercado y en la prestación de los bienes y servicios públicos.

1.2 Promover una cultura de educación, empoderamiento y participación activa de las personas consumidoras en el ejercicio de sus derechos, a través de la cercanía institucional, estrategias de organización y comunicación empática y efectiva.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

PERSPECTIVA 1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir	Linea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.1 Fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras y la prevención de abusos en los sectores estratégicos, contribuyendo a la dignificación de los consumidores en las relaciones de consumo en el mercado y en la prestación de los bienes y servicios públicos.												
1.1.1 Propuestas de ampliación y/o modificación del marco normativo para la protección al consumidor	Sumatoria de propuestas elaboradas y remitidas a Presidencia de la Defensoría del Consumidor	Cantidad	Anual	+	3	Dirección Jurídica	2	3	2	3	1.1.1.1 Actualización de los marcos normativos relacionados con la protección al consumidor.	Dirección Jurídica
1.1.2 Cantidad de denuncias de oficio colectivas y/o difusas remitidas	Sumatoria de denuncias de oficio colectivas y/o difusas remitidas	Cantidad	Anual	+	1,000	Dirección Jurídica	800	1,000	800	1,000	1.1.2.1 Tutela de los derechos e intereses de las personas consumidoras	Dirección Jurídica
1.1.3 Cantidad de casos tramitados en Representación Judicial	Sumatoria de casos tramitados en Representación Judicial	Cantidad	Anual	+	1	Dirección Jurídica	1	2	2	3	1.1.3.1 Articulación con Tribunal Sancionador para promover el ejercicio de la representación judicial	Dirección Jurídica
											1.1.3.2 Articulación con Dirección del Centro de Solución de Controversias para mejorar los acuerdos conciliatorios, y que puedan ser ejecutables	Dirección Jurídica
1.1.4 Porcentaje de denuncias individuales y colectivas con monto recuperado	(Denuncias individuales y colectivas cerradas con acuerdos en avenimiento o conciliación con monto recuperado / Total de Denuncias individuales y colectivas cerradas	Porcentaje	Mensual	+	82%	Dirección del Centro de Solución de Controversias	80%	81%	80%	81%	1.1.4.1 Establecimiento de un programa de reconocimiento a los proveedores que resuelven en avenimiento en tiempo corto (menor o igual a 18 días) y en conciliación con el mínimo del 90% de denuncias, a favor de los consumidores.	Dirección del Centro de Solución de Controversias
											1.1.4.2 Atención oportuna y efectiva de casos colectivos ejemplarizantes de alto impacto en la población.	Dirección del Centro de Solución de Controversias

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir	Linea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
	con acuerdos en avenimiento o conciliación, cuyo monto reclamado haya sido igual o mayor a US\$0.01) x 100											
1.1.5 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	+	71.36%	Dirección de Vigilancia de Mercado	68.01%	72.00%	72.01%	75.00%	1.1.5.1 Impulso del Programa de incentivos a las buenas prácticas empresariales de sectores priorizados.	Dirección de Vigilancia de Mercado
											1.1.5.2 Verificación de las obligaciones y prohibiciones de la LPC en proveedores de sectores priorizados.	Dirección de Vigilancia de Mercado
											1.1.5.3 Verificación de normativa técnica en materia de consumo.	Dirección de Vigilancia de Mercado
1.1.6 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) x 100	Porcentaje	Anual	+	50%	Dirección de Vigilancia de Mercado	50%	60%	60%	70%	1.1.6.1 Promoción de Manuales/Códigos de buenas prácticas a favor de los consumidores.	Dirección de Vigilancia de Mercado
1.1.7 Resoluciones con restitución de derechos de los consumidores	(Cantidad de resoluciones con restitución de derechos en casos sancionados / Cantidad de casos sancionados cerrados) x 100	Porcentaje	Anual	+	No Aplica	Tribunal Sancionador	30%	35%	50%	60%	1.1.7.1 Restituir los derechos de los consumidores a través de la aplicación de criterios de ampliación de las competencias del Tribunal	Tribunal Sancionador
											1.1.7.2 Coordinación de las intervenciones competenciales de las unidades organizativas de la defensoría en favor de la defensa de las personas consumidoras en casos de alta relevancia	Tribunal Sancionador
											1.1.7.3 Establecimiento de criterios para la determinación y cuantificación de las multas de acuerdo a los principios de proporcionalidad y razonabilidad	Tribunal Sancionador

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir	Linea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
1.1.8 Cantidad de estudios de consumo y/o mecanismos de información en sectores y mercados priorizados	Sumatoria de estudios de consumo y/o mecanismos de información en sectores y mercados priorizados realizados	Cantidad	Anual	+	6	Unidad de Análisis de Consumo y Mercados	5	6	5	6	1.1.8.1 Implementación de estudios de consumo y mecanismos de información de mercados, para el análisis y la toma de decisiones a favor de los consumidores.	Unidad de Análisis de Consumo y Mercados
											1.1.8.2 Creación del Programa anual de investigaciones interuniversitarias en temas de consumo y mercados	Unidad de Análisis de Consumo y Mercados
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1.2 Promover una cultura de educación, empoderamiento y participación activa de las personas consumidoras en el ejercicio de sus derechos, a través de la cercanía institucional, estrategias de organización y comunicación empática y efectiva.												
1.2.1 Formación de personas interesadas de comunidades, colonias y grupos priorizados (mujeres, jóvenes, iglesias, asociaciones de pacientes, etc.) que desean conocer y ejercer los derechos de los consumidores en mercados priorizados.	Número de personas capacitadas en diplomados, cursos cortos, conversatorios y talleres (presenciales y virtuales)	Cantidad	Anual	+	11,996	Dirección de Ciudadanía y Consumo	9,300	9,800	9,800	10,300	1.2.1.1 Instalación y funcionamiento del Centro de Formación en Consumo para brindar servicios integrales de educación, con calidad y calidez a nuestra población.	Dirección de Ciudadanía y Consumo
											1.2.1.2 Mecanismos de atención y divulgación territorial (Defensorías móviles y campañas)	Dirección de Ciudadanía y Consumo
											1.2.1.3 Elaborar y divulgar materiales educativos por medios convencionales y digitales.	Unidad de Comunicaciones
1.2.2 Formación de promotores del ámbito público, académico, y sociedad civil en los derechos de los consumidores para elevar el conocimiento de los mismos	Numero de promotores del sector público, académico y sociedad civil formados (presencial y virtual).	Cantidad	Anual	+	No Disponible	Dirección de Ciudadanía y Consumo	500	800	800	1,000	1.2.2.1 Promoción del conocimiento de la Ley de Protección al Consumidor y otras normativas aplicables con medios presenciales y virtuales (Docentes de colegios públicos y privados, estudiantes universitarios, asociaciones de profesionales y funcionarios/empleados públicos u otros).	Dirección de Ciudadanía y Consumo

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir	Linea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
											1.2.2.2 Promover la incorporación de temas de consumo en el currículo de educación inicial, básica y media, así como la formación de los docentes en los temas incorporados al currículo.	Dirección de Ciudadanía y Consumo
1.2.3 Formación de los representantes de prestadores de bienes y servicios en el ámbito privado y público en el derecho de consumo para la calidad de los servicios, elevar el respeto y el cumplimiento al marco normativo de protección del consumidor.	Número de representantes de prestadores de bienes y servicios en el ámbito privado y público formados en el derecho de consumo	Cantidad	Anual	+	No Disponible	Dirección de Ciudadanía y Consumo	300	500	600	800	1.2.3.1 Promoción del conocimiento de la Ley de Protección al Consumidor y otras normativas aplicables con medios presenciales y virtuales (Representantes de colegios públicos y privados, u otros).	Dirección de Ciudadanía y Consumo
1.2.4 Cantidad de casos colectivos promovidos con las asociaciones de consumidores	Sumatoria de casos colectivos promovidos con las asociaciones de consumidores	Cantidad	Quinquenal	+	No Disponible	Dirección de Ciudadanía y Consumo	2	3	12	15	1.2.4.1 Fortalecimiento de la capacidad técnica de las Asociaciones de Consumidores relacionadas al marco legal, mecanismos/procedimientos para la atención de casos individuales y colectivos, y fortalecer la organización y participación ciudadana.	Dirección de Ciudadanía y Consumo
1.2.5 Percepción de las personas usuarias sobre la calidez en los servicios de educación en consumo	Nota promedio otorgada en talleres, cursos cortos (presenciales y virtuales) y diplomados a nivel nacional	Calificación	Bianual (dos veces al año)	+	No Disponible	Dirección de Ciudadanía y Consumo	7.5	8.0	8.5	9.0	1.2.5.1 Utilización de sistema de medición y mejora a partir de los resultados de encuestas de percepción de los servicios brindados en educación en consumo	Dirección de Ciudadanía y Consumo

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

2. EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN.

Esta perspectiva responde principalmente a la necesidad de innovar los procesos claves de la institución para elevar nuestra productividad en beneficio de las personas consumidoras.

2.1 Innovar el proceso de la prestación de los servicios que se brindan a las personas consumidoras y el ejercicio de las competencias legales, potenciando la calidad, accesibilidad, cercanía y efectividad.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

PERSPECTIVA 2: EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2.1 Innovar el proceso de la prestación de los servicios que se brindan a las personas consumidoras y el ejercicio de las competencias legales, potenciando la calidad, accesibilidad, cercanía y efectividad.												
2.1.1 Cantidad de iniciativas de innovación y ampliación en la prestación de nuestros servicios	Número de iniciativas de innovación y ampliación en la prestación de nuestros servicios	Cantidad	Quinquenal	+	No Disponible	Dirección de Descentralización	1	2	3	4	2.1.1.1 Implementación de mecanismos innovadores de acercamiento de los servicios.	Dirección de Descentralización
2.1.2 Cantidad de personas que acceden a protección jurídica de la DC a través de medios descentralizados	Número de personas atendidas a través de medios electrónicos, ventanillas y telefónicos directos	Cantidad	Anual	+	24,518	Dirección de Descentralización	25,254	25,744	30,353	31,292	2.1.2.1 Gestión con aliados estratégicos para un mayor acercamiento de los servicios de la DC con calidad, accesibilidad y efectividad	Dirección de Descentralización
2.1.3 Porcentaje de ejecución del Plan de acción anual del SNPC	(Número de acciones realizadas / Total de acciones programadas del Plan de acción anual) x 100	Porcentaje	Anual	+	No Disponible	Dirección de Descentralización	75%	80%	80%	90%	2.1.3.1 Firma de convenios y cartas de entendimiento con instituciones del Sistema Nacional de Protección al Consumidor (SNPC).	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales
											2.1.3.2 Relaciones de cooperación de la DC con otros actores a nivel internacional, regional, nacional y local	Dirección Jurídica
											2.1.3.3 Actuación coordinada y articulada del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.	Dirección de Descentralización
2.1.4 Procesos de la Defensoría certificados y/o acreditados en Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC)	Número de procesos certificados y/o acreditados que pueden ser mantenidos y/o actualizados con el Sistema de Gestión de la Calidad	Cantidad	Quinquenal	+	3	Unidad de Planificación y Calidad	3	3	4	4	2.1.4.1 Adecuación y mejora de los procedimientos de los servicios institucionales a través del Sistema de Gestión de la Calidad y normativa vigente.	Unidad de Planificación y Calidad

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

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 competente permitirá a la DC mejorar los procesos organizacionales, garantizar la satisfacción de las partes interesadas y por tanto cumplir con los objetivos.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 3.1 Brindar condiciones de trabajo y oportunidades de desarrollo al talento humano, contribuyendo a su formación continua, para potenciar e innovar la excelencia en los servicios institucionales												
3.1.1 Porcentaje de temas de formación continua impartidos	(Número de temas de formación continua impartidos / Número de temas de formación continua programados) x 100	Porcentaje	Anual	+	84.88%	Dirección de Administración	80%	85%	86%	90%	3.1.1.1 Gestión del proceso de formación continua institucional.	Dirección de Administración
3.1.2 Índice del desempeño del talento humano	Promedio de calificación obtenida en evaluación de desempeño	Calificación	Anual	+	8.85	Dirección de Administración	8.86	8.90	8.91	9.00	3.1.2.1 Impulsar el acceso seguro a los servicios al cliente interno en cualquier momento y lugar.	Dirección de Administración
											3.1.2.2 Desarrollo y mantenimiento de una cultura organizacional con el fin de ejercer influencia en la conducta y compromiso de los(as) empleados(as) para impactar positivamente en el desempeño laboral.	Dirección de Administración
3.1.3 Cooperación técnica orientada al desarrollo de capacidades	(Proyectos aprobados orientados a desarrollar capacidades / Proyectos de desarrollo de capacidades solicitados) x 100	Porcentaje	Anual	+	No Disponible	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales	20%	40%	60%	80%	3.1.3.1 Administración de portafolio de proyectos de cooperación técnica.	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales
3.1.4 Cooperación financiera orientada a la modernización de la institución para cubrir necesidades de infraestructura y/o mejora de los servicios	(Proyectos aprobados orientados a cubrir necesidades de infraestructura y/o mejora de los servicios / Proyectos de cobertura de necesidades de infraestructura y/o mejora de los servicios solicitados) x 100	Porcentaje	Anual	+	No Disponible	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales	15%	20%	75%	80%	3.1.4.1 Administración de portafolio de proyectos de cooperación financiera.	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales
3.1.5 Cantidad de iniciativas desarrolladas para mejorar los espacios de trabajo, mobiliario y equipo en nuestra institución ²	Cantidad de iniciativas realizadas del Plan Anual	Cantidad	Anual	+	3	Dirección de Administración	2	3	2	3	3.1.5.1 Generación de espacios de trabajo para coadyuvar a la prestación de nuestros servicios.	Dirección de Administración

² De acuerdo a disponibilidad financiera.

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

4. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS

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

4.1 Modernizar la institución a través del aprovechamiento tecnológico, gestión eficiente de los recursos, presupuestos orientados a las necesidades de la población y automatización de procesos internos y externos.



PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

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

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Linea base	Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4.1 Modernizar la institución a través del aprovechamiento tecnológico, gestión eficiente de los recursos, presupuestos orientados a las necesidades de la población y automatización de procesos internos y externos.												
4.1.1 Cantidad de iniciativas priorizadas automatizadas de procesos institucionales	Cantidad de iniciativas priorizadas automatizadas de procesos institucionales (nuevas o actualizadas)	Cantidad	Quinquenal	+	No Disponible	Dirección de Administración	2	3	7	8	4.1.1.1 Modernización y renovación tecnológica institucional para impactar en la innovación de los servicios que se brindan.	Dirección de Administración
4.1.2 Resultados de auditorías externas sin hallazgos en el cumplimiento de las normas de auditoría interna del sector gubernamental	(Cantidad de hallazgos de incumplimiento de las normas de auditoría interna del sector gubernamental / Cantidad total de hallazgos reportados por auditorías externas) x 100	Porcentaje	Anual	-	20%	Unidad de Auditoría Interna	0%	0%	0%	0%	4.1.2.1 Vigilancia del cumplimiento legal de las transacciones, registros, informes financieros y el control interno institucional.	Unidad de Auditoría Interna
											4.1.2.2 Fomento de la igualdad y equidad en el personal de la institución.	Dirección de Administración
											4.1.2.3 Mejoras de la gestión ambiental institucional.	Dirección de Administración
											4.1.2.4 Mecanismos y procedimientos de control interno de las unidades de apoyo que procuren la eficiencia institucional.	Dirección de Administración
											4.1.2.5 Fortalecimiento institucional para la transparencia, el acceso de la población a la información pública y datos personales.	Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia
4.1.3 Cantidad de Informes del Sistema de Planificación actualizado y analizado oportunamente	Cantidad de informes del Sistema de Planificación elaborados	Cantidad	Anual	+	12	Unidad de Planificación y Calidad	12	12	12	12	4.1.3.1 Gestión del Sistema de Planificación, monitoreo y evaluación.	Unidad de Planificación y Calidad

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020 – 2024

INDICADORES	KPI'S										INICIATIVA(S)	ÁREA(S) RESPONSABLE(S)
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Linea base	Responsable	2020		2024			
							Lim.C	Meta	Lim.C	Meta		
4.1.4 Ejecución eficiente del presupuesto institucional	(Monto devengado al mes de evaluación según estado de ejecución presupuestaria de egresos (-) monto devengado mes anterior / Monto programado según PEP inicial) x 100	Porcentaje	Mensual	+	95%	Unidad Financiera Institucional	90%	95%	90%	95%	4.1.4.1 Gestión del proceso financiero institucional.	Unidad Financiera Institucional