



DEFENSIÓN
DEL CONSUMIDOR



**Informe de seguimiento al
Plan Estratégico Táctico 2020-2024 y
Plan Operativo Anual 2021**

Al mes de diciembre

Unidad de Planificación y Calidad (UPYC)



DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

**SEGUIMIENTO AL PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2020-2024 Y
PLAN OPERATIVO ANUAL 2021
INFORME AL MES DE DICIEMBRE**



Contenido

I.	PLAN INSTITUCIONAL.....	1
II.	PRINCIPALES RESULTADOS.....	1
A.	EJECUCIÓN POR PERSPECTIVA.....	1
B.	AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE PLANES DE TRABAJO POR OBJETIVO ESTRATÉGICO	2
C.	AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE PLANES DE TRABAJO Y CONTEO DE LAS ACTIVIDADES SEGÚN SU ESTADO DE CUMPLIMIENTO POR UNIDAD ORGANIZATIVA.....	3

I. PLAN INSTITUCIONAL

La protección de derechos de las personas consumidoras en El Salvador tiene su base 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 (...) Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”.






El Gobierno del presidente Nayib Bukele se ha comprometido mediante el “Plan Cuscatlán”, a construir 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”, 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.

En este contexto, la Defensoría del Consumidor (DC) asume el compromiso de transformar realidades a favor de las personas consumidoras a nivel nacional, mediante la efectiva aplicación del marco legal que nos asiste.

II. PRINCIPALES RESULTADOS

A. EJECUCIÓN POR PERSPECTIVA






Al cierre del presente informe, la ejecución de las cuatro perspectivas alcanzó un promedio institucional de 97.2%, con respecto a una programación acumulada de 100.0%. Las cuatro Perspectivas presentan una ejecución mayor al 90%, tal como se muestra en la siguiente tabla, al mes de diciembre.

PERSPECTIVAS	PROGRAMACIÓN ACUMULADA (%)	EJECUCIÓN ACUMULADA (%)
	A DICIEMBRE	A DICIEMBRE
1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS	100.0%	99.3% 
2. EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN	100.0%	100.0% 
3. DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO	100.0%	90.0% 
4. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS	100.0%	99.7% 
PROMEDIO INSTITUCIONAL	100.0%	97.2% 
















B. AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE PLANES DE TRABAJO POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Los cinco Objetivos Estratégicos presentan una ejecución mayor al 90%, con respecto a lo programado al mes de diciembre, como se muestra en la siguiente tabla.

PERSPECTIVAS / OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	PROGRAMACIÓN ACUMULADA (%)	EJECUCIÓN ACUMULADA (%)
	A DICIEMBRE	A DICIEMBRE
1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS		
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, servicios e información	100.0%	100.0% 
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	100.0%	98.7% 
2. EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN		
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	100.0%	100.0% 
3. DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO		
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	100.0%	90.0% 
4. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS		
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	100.0%	99.7% 

C. AVANCE EN LA EJECUCIÓN DE PLANES POR UNIDAD ORGANIZATIVA

Las unidades organizativas de la Defensoría del Consumidor son 14, y todas alcanzan una ejecución mayor al 90% con respecto a lo programado, al mes del informe, como se muestra en la siguiente tabla.

POR UNIDAD ORGANIZATIVA		PROGRAMACIÓN ACUMULADA	EJECUCIÓN ACUMULADA
ORGANO DE DIRECCIÓN			
1-	TRIBUNAL SANCIONADOR	100.0%	100.0% 
STAFF			
1-	UNIDAD DE ANÁLISIS DE CONSUMO Y MERCADOS	100.0%	99.6% 
2-	UNIDAD DE COMUNICACIONES	100.0%	100.0% 
3-	UNIDAD DE PLANIFICACIÓN Y CALIDAD	100.0%	100.0% 
4-	UNIDAD DE COOPERACIÓN Y RELACIONES INTERINSTITUCIONALES	100.0%	95.8% 
5-	UNIDAD FINANCIERA INSTITUCIONAL	100.0%	100.0% 
6-	UNIDAD DE AUDITORÍA INTERNA	100.0%	100.0% 
7-	UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y TRANSPARENCIA	100.0%	100.0% 
PROGRAMÁTICAS			
1-	DIRECCIÓN DE VIGILANCIA DE MERCADO	100.0%	100.0% 
2-	DIRECCIÓN JURÍDICA	100.0%	100.0% 
3-	DIRECCIÓN DE CIUDADANÍA Y CONSUMO	100.0%	98.7% 
SERVICIO			
1-	DIRECCIÓN DEL CENTRO DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS	100.0%	100.0% 
2-	DIRECCIÓN DE DESCENTRALIZACIÓN	100.0%	100.0% 
APOYO			
1-	DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN	100.0%	99.2% 
			TOTAL