





DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2025-2029 DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

ALINEADO AL PLAN CUSCATLÁN

Diciembre 2024



Lic. Ricardo Arturo Salazar Villalta
Presidente de la Defensoría del Consumidor

Unidad de Planificación y Calidad

Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	PENSAMIENTO FILOSÓFICO	2
III.	MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2025-2029	4
IV.	PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO / PERSPECTIVAS Y OBJETIVOS	5
	PERSPECTIVA 1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS USUARIAS DE NUESTROS SERVICIOS / INDICADORES E INICIATIVAS	5
	PERSPECTIVA 2: EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS	9
	PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS	11
	PERSPECTIVA 4: EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS / INDICADORES E INICIATIVAS	13

I. INTRODUCCIÓN

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

El presidente Nayib Bukele ha puesto el país en orden, le dio estabilidad, ahora los salvadoreños viven en un ambiente de paz y seguridad pública; para su segundo Gobierno, la apuesta es establecer estrategias para fortalecer y hacer despegar la **economía nacional**.

En este contexto, la Defensoría del Consumidor aporta al plan de Gobierno; y para ello, la institución realiza una revisión permanente de su Plan Estratégico Táctico (PET) y el Plan Operativo Anual (POA). La Defensoría del Consumidor (DC) asume el compromiso de transformar realidades a favor de las personas consumidoras, mediante la efectiva aplicación del marco legal que nos asiste.

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.

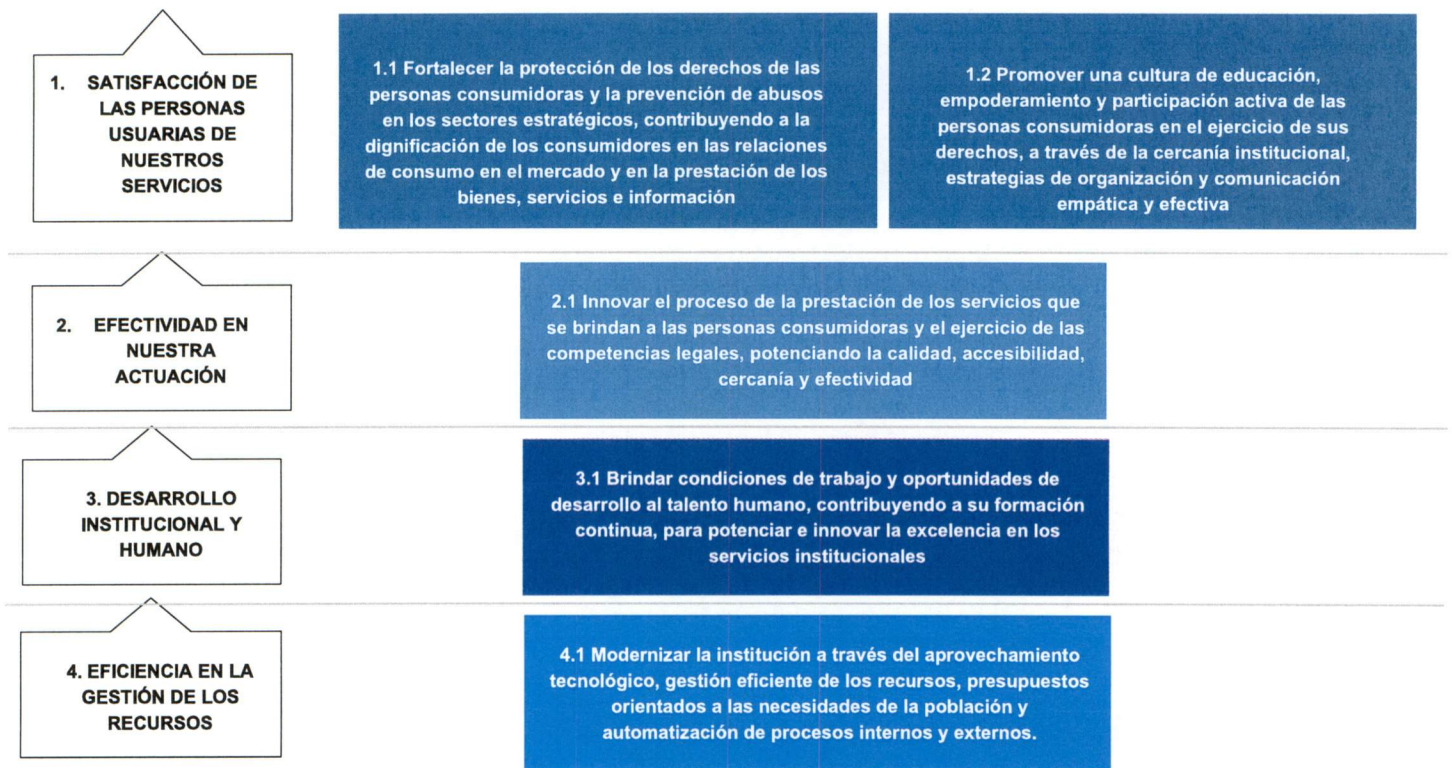
VALORES

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

VALORES	
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.

III. MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2025-2029

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 2025-2029 ha sido construido en base a las principales líneas de acción identificadas por la institución, mismas que se derivan del pensamiento filosófico organizacional.

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. 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

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

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

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							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, servicios e información.										
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	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	+	1,305	Dirección Jurídica	500	800	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	+	46	Dirección Jurídica	15	20	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

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2025-2029

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							Lim.C.	Meta		
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 con acuerdos en avenimiento o conciliación) x 100	Porcentaje	Mensual	+	76.27%	Dirección del Centro de Solución de Controversias	81%	82%	1.1.4.1 Crear mecanismos oportunos para la atención y tramitación de controversias de consumo en el corto y mediano plazo.	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
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	+	84.90%	Dirección de Vigilancia de Mercado	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	+	100%	Dirección de Vigilancia de Mercado	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 con resolución final procedentes del CSC y colectivos/ Cantidad total de casos con resolución final procedentes del CSC y colectivos) x 100	Porcentaje	Anual	+	91.50%	Tribunal Sancionador	50%	60%	1.1.7.1 Restituir los derechos de los consumidores a través de la aplicación de los criterios de las competencias del Tribunal	Tribunal Sancionador
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	+	7	Dirección de Estudios de Consumo	7	9	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	Dirección de Estudios de Consumo
									1.1.8.2 Creación del Programa anual de investigaciones interuniversitarias en temas de consumo y mercados	Dirección de Estudios de Consumo
									1.1.8.3 Consolidación de la imagen y posicionamiento institucional	Unidad de Comunicaciones

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2025-2029

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							Lim.C.	Meta		
1.1.9 Eficacia sancionatoria en el cumplimiento de protección al consumidor conforme a la LPA	(Cantidad de sanciones/Cantidad de casos iniciados (menos desistimiento, sobreseimiento y absoluciones) x 100	Porcentaje	Mensual	+	89.74%	Tribunal Sancionador	76%	86%	1.1.9.1 Cumplir con los plazos establecidos por la LPA en los casos iniciados en el TSDC y plazos de la LJCA cuando corresponda	Tribunal Sancionador
									1.1.9.2 Coordinación de las intervenciones competenciales de las unidades organizativas de la defensoría en favor de la defensa de las personas consumidoras	Tribunal Sancionador
									1.1.9.3 Establecimiento de criterios para la determinación y cuantificación de las multas de acuerdo a los principios de proporcionalidad y razonabilidad	Tribunal Sancionador
1.1.10 Atención de procedimientos que han excedido el plazo máximo de tramitación previos a la LPA y a la DTPA	(Casos con más de dos años de inactividad a partir de la última actuación relevante/ Casos que entraron entre 2013 y diciembre 2017 al Tribunal Sancionador) x 100	Porcentaje	Mensual	-	No Disponible	Tribunal Sancionador	No Aplica	No Aplica	1.1.10.1 Identificar y resolver todos aquellos procedimientos que hayan excedido el plazo máximo de tramitación establecido por el TSDC	Tribunal Sancionador
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	+	6,265	Dirección de Ciudadanía y Consumo	7,500	8,000	1.2.1.1 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	Dirección de Ciudadanía y Consumo
									1.2.1.3 Elaborar y divulgar materiales educativos por medios convencionales y digitales	Dirección de Ciudadanía y Consumo
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	Número de promotores del sector público, académico y sociedad civil formados (presencial y virtual).	Cantidad	Anual	+	26,445	Dirección de Ciudadanía y Consumo	22,000	23,000	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

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							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	+	2,065	Dirección de Ciudadanía y Consumo	800	1,500	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	Anual	+	11	Dirección de Ciudadanía y Consumo	N/A	N/A	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, webinars y diplomados a nivel nacional	Calificación	Anual	+	9.52	Dirección de Ciudadanía y Consumo	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

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. 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

PERSPECTIVA 2: EFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							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	+	13	Dirección de Descentralización	2	3	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	+	63,222	Dirección de Descentralización	50,000	55,000	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	+	100%	Dirección de Descentralización	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

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2025-2029

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							Lim. C.	Meta		
2.1.4 Procesos de la Defensoría certificados y/o acreditados en Sistemas de Gestión	Número de procesos certificados y/o acreditados que pueden ser obtenidos, mantenidos y/o actualizados con el Sistema de Gestión	Cantidad	Quinquenal	+	3	Unidad de Planificación y Calidad	4	4	2.1.4.1 Adecuación y mejora de los procedimientos de los servicios institucionales a través del Sistema de Gestión y normativa vigente	Unidad de Planificación y Calidad

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.

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

PERSPECTIVA 3: DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO / INDICADORES E INICIATIVAS

INDICADORES	Fórmula de medición	Unidad de medida	KPI'S				Área Responsable	2025		INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
			Periodicidad	Dir.	Línea base	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	+	100%	Dirección de Administración	90%	95%	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	+	8.56	Dirección de Administración	8.50	8.70	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 ejecutados orientados a desarrollar capacidades / Proyectos aprobados para desarrollo de capacidades) x 100	Porcentaje	Anual	+	100%	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales	80%	90%	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 Aplica	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales	No Aplica	No Aplica	3.1.4.1 Administración de portafolio de proyectos de cooperación financiera	Unidad de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales	

INDICADORES	Fórmula de medición	Unidad de medida	KPI'S				Área Responsable	2025		INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
			Periodicidad	Dir.	Línea base	Lim.C.		Meta			
3.1.5 Cantidad de iniciativas desarrolladas para mejorar los espacios de trabajo, mobiliario y equipo en nuestra institución ¹	Cantidad de iniciativas realizadas del Plan Anual	Cantidad	Anual	+	5	Dirección de Administración	2	5	3.1.5.1 Generación de espacios de trabajo para coadyuvar a la prestación de nuestros servicios	Dirección de Administración	

¹ De acuerdo a disponibilidad financiera.

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. 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.

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

INDICADORES	Fórmula de medición	Unidad de medida	KPI'S						2025		INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
			Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	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	Anual	+	26	Dirección de Administración	4	5	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	-	0%	Unidad de Auditoría Interna	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 Gestionar la información y archivos institucionales	Dirección de Administración		

PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2025-2029

INDICADORES	KPI'S								INICIATIVAS	ÁREA RESPONSABLE
	Fórmula de medición	Unidad de medida	Periodicidad	Dir.	Línea base	Área Responsable	2025			
							Lim. C.	Meta		
									4.1.2.6 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	+	16	Unidad de Planificación y Calidad	14	14	4.1.3.1 Gestión del Sistema de Planificación, monitoreo y evaluación	Unidad de Planificación y Calidad
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%	4.1.4.1 Gestión del proceso financiero institucional	Unidad Financiera Institucional