



**Defensoría
del Consumidor**

GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER



PLAN OPERATIVO ANUAL DE LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR 2016

ALINEADO AL PLAN ESTRATÉGICO TÁCTICO 2016-2019 Y PLAN QUINQUENAL DE
DESARROLLO 2014-2019 EL SALVADOR PRODUCTIVO, EDUCADO Y SEGURO”

UNIDAD DE PLANIFICACIÓN Y CALIDAD



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”.

Este compromiso, expresado por el presidente 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, se expresa con toda claridad en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 “El Salvador Productivo, Educado y Seguro”. El compromiso se resume en el Buen Vivir para la ciudadanía, en su comunidad y el entorno nacional. Y de igual manera, surge el compromiso de la Defensoría del Consumidor de aportar al plan de Gobierno.

En este contexto, la Defensoría del Consumidor mantiene una revisión permanente de su Plan Operativo Anual. Para ello, el presente documento contiene la planificación operativa de la Defensoría del Consumidor para el año 2016, el cual se ha adecuado considerando el compromiso en el Plan Estratégico Táctico 2016-2019 y el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 “El Salvador Productivo, Educado y Seguro”, capitalizando la experiencia de la ejecución operativa y resultados de la evaluación del año 2015. La metodología utilizada es del Cuadro de Mando Integral (CMI), que consta de perspectivas, objetivos estratégicos, indicadores clave de gestión, iniciativas y actividades con sus metas operativas.



II. 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 cuatro 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 OPERATIVO ANUAL 2016

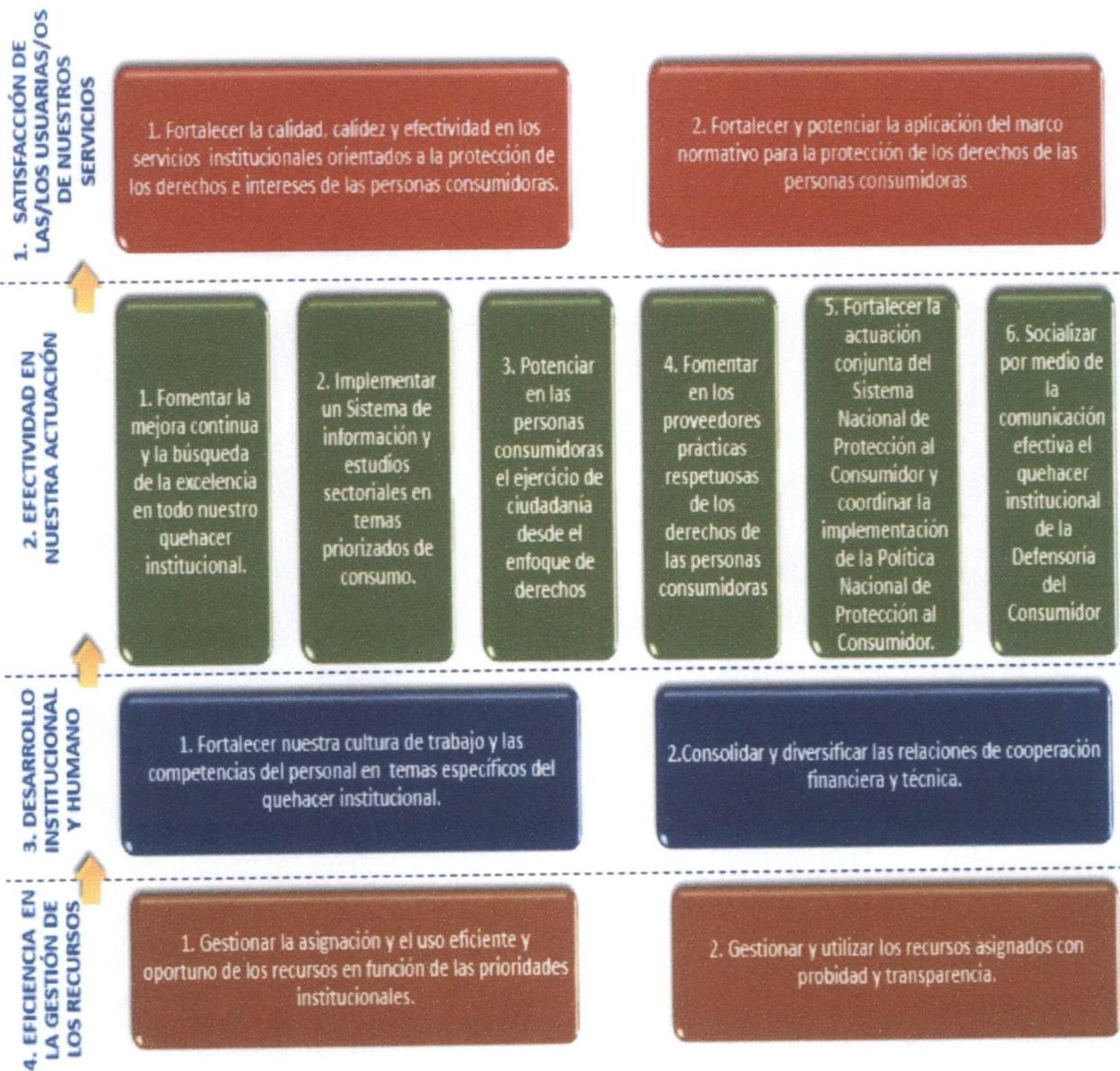
VALORES

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 OPERATIVO ANUAL 2016

III. MAPA ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL 2016-2019.



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.

Estas 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:

PLAN OPERATIVO ANUAL 2016

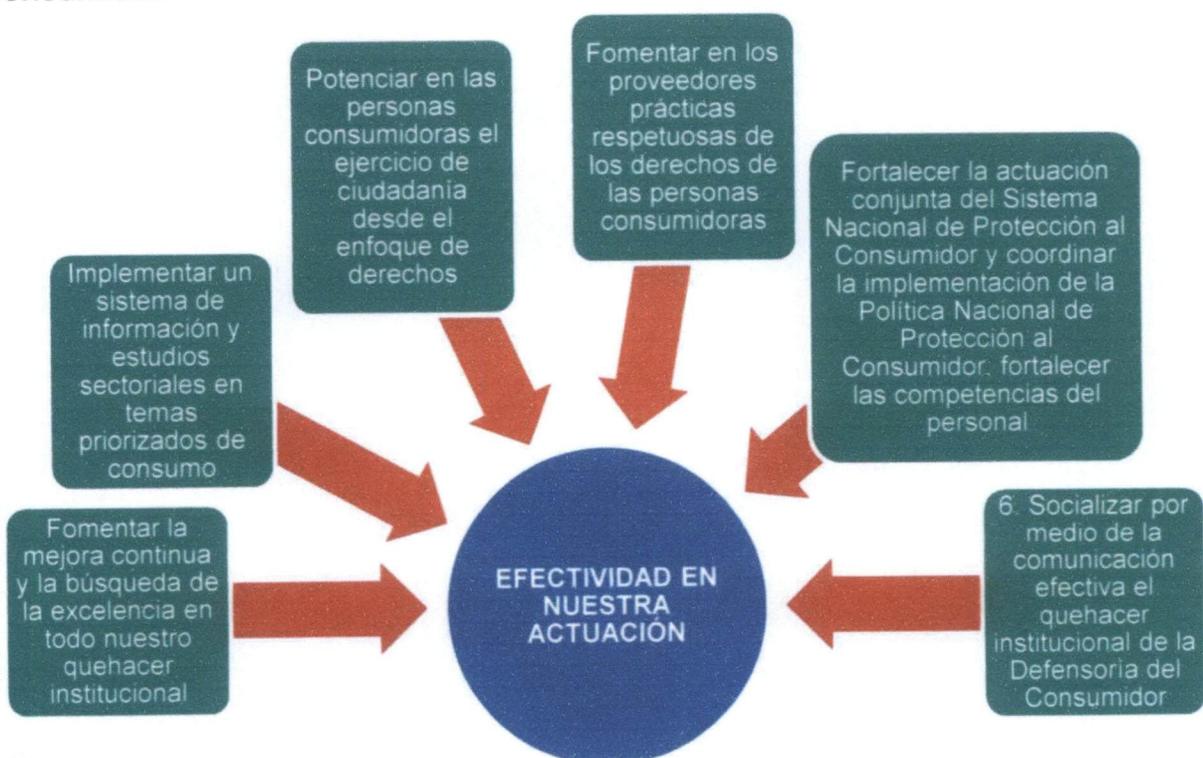
SATISFACCIÓN DE LAS/LOS USUARIAS/OS DE NUESTROS SERVICIOS

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.



EFFECTIVIDAD EN NUESTRA ACTUACIÓN

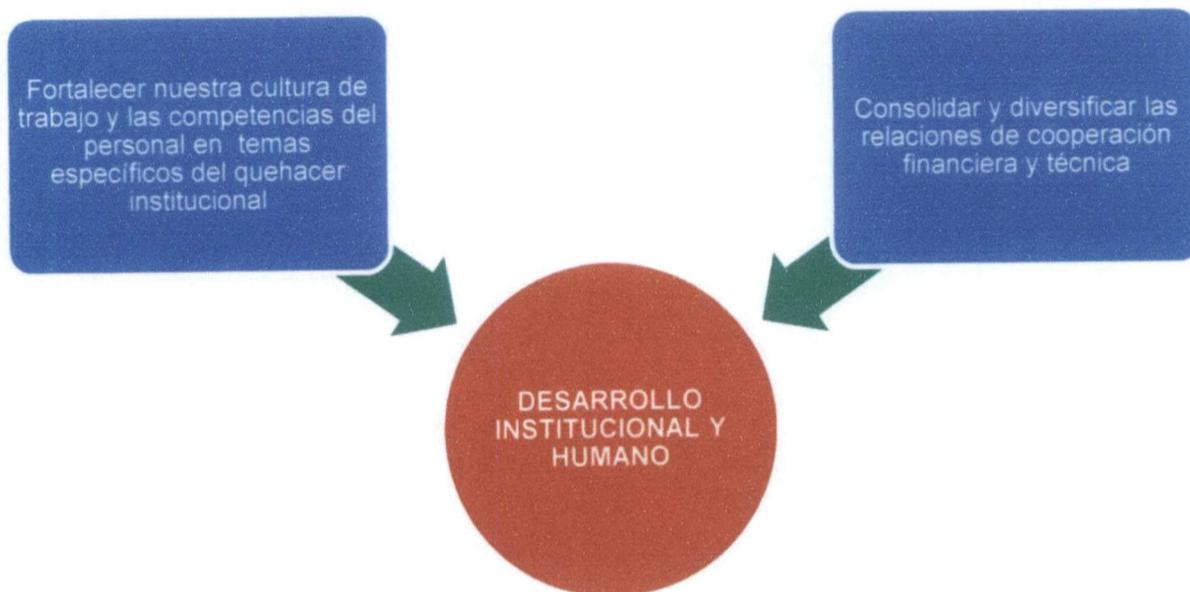
Esta perspectiva responde a la necesidad de enfocar las actividades de la institución en aquellos procesos considerados "críticos", a manera de identificar y articular aquellos procesos que son estratégicos para la Defensoría del Consumidor.



PLAN OPERATIVO ANUAL 2016

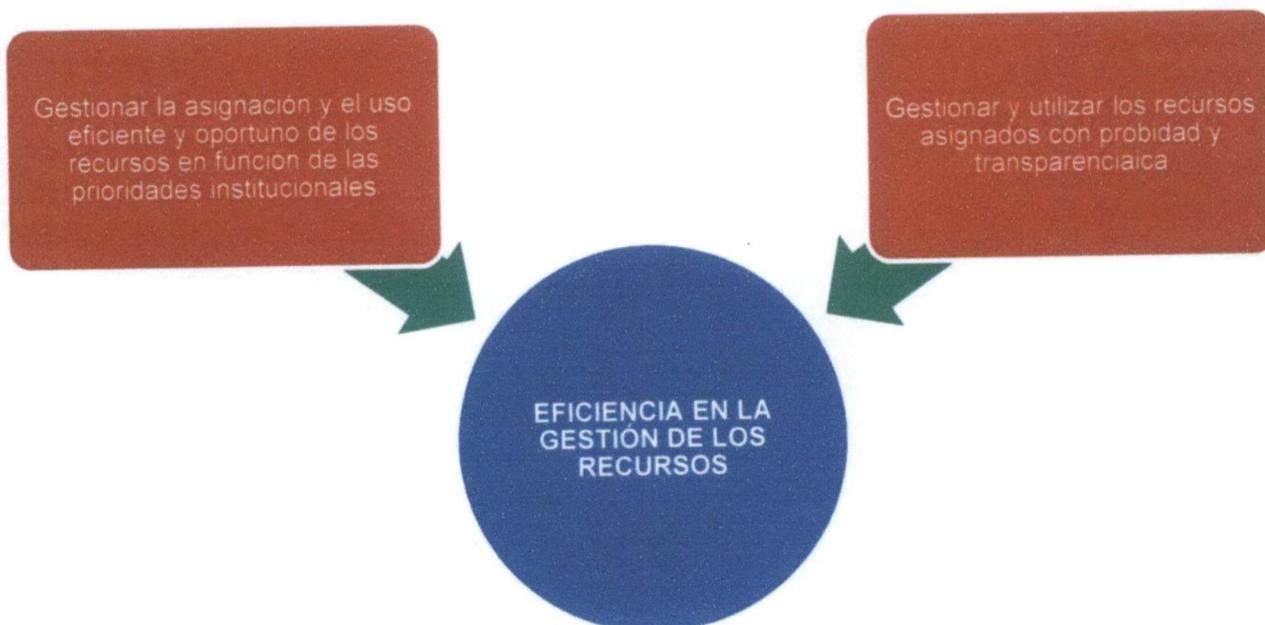
DESARROLLO INSTITUCIONAL Y HUMANO

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.



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 OPERATIVO ANUAL 2016

IV. PLAN OPERATIVO ANUAL 2016.

El Plan Operativo Anual de la Defensoría del Consumidor para el año 2016 se constituye de perspectivas, objetivos, indicadores, iniciativas y actividades operativas descritas a continuación:

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Iniciativas	Actividades
1	2	18	46	200
2	6	14	56	245
3	2	6	13	68
4	2	6	11	64
Totales				
4	12	44	126	577