

# PLAN ESTRATÉGICO DE KONTSUMOBIDE 2014-2018

**Aprobado en Consejo de Dirección de 3 de Julio de 2014**

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

- NECESIDAD DE ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO
- PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN
- ESTRUCTURA BÁSICA DEL PLAN

## 1. PROCESO METODOLÓGICO

## 2. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA SEGUIDA

## 3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

## 4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE KONTSUMOBIDE

## 5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE EN EL HORIZONTE 2018

## 6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

## 7. MODELO DE GESTIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

### 7.1. MODELO DE GESTIÓN

### 7.2. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

## 8. MARCO NORMATIVO DEL PLAN

## INTRODUCCIÓN

**Kontsumobide - Instituto Vasco de Consumo** es un organismo autónomo, adscrito al Departamento de Salud del Gobierno Vasco, y cuyos **objetivos son definir, planificar, impulsar y ejecutar las políticas del Gobierno Vasco en materia de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias.**

**Kontsumobide fue creado** por la Ley 9/2007 de 29 de junio, materializándose así las demandas sociales **para dotar de mayor grado de protección a la ciudadanía** en sus transacciones económicas, **dado que la compra de productos y servicios requiere una información, formación y protección cada vez mayor de las personas consumidoras.** La Ley 9/2007 recoge entre otros aspectos los objetivos, competencias y funciones de Kontsumobide (art. 3 y 4 de la Ley), aunque **inició sus actividades el 1 de septiembre de 2011**, tras la aprobación del Decreto 159/2001, de 12 de julio, que regula su estructura y organización.

Entre las funciones asumidas por Kontsumobide para el cumplimiento de sus objetivos se encuentran las siguientes (art.4.1):

- a) **Orientar, formar e informar a las personas consumidoras y usuarias sobre sus derechos y la forma de ejercerlos y difundir su conocimiento**, a fin de que sean tenidos en cuenta y respetados por todos aquellos que intervengan en el mercado, así como por aquellos a los que dichos derechos puedan afectar directa e indirectamente en relación con los bienes y servicios. Todo ello con especial atención a los colectivos especialmente protegidos, con necesidades específicas.
- b) **Promover y llevar a cabo los estudios necesarios y la evaluación de las dinámicas de consumo**, con el objetivo de **fijar los instrumentos** y los procedimientos que **permitan a las personas consumidoras y usuarias elegir mejor los productos y servicios** más adecuados a sus necesidades y exigencias.
- c) **Velar por que los productos y servicios** puestos a disposición de las personas consumidoras y usuarias incorporen la información, **conseguir los niveles de seguridad legalmente exigibles y establecer campañas de prevención** dirigidas especialmente a evitar el fraude, la información que induzca a error o esté incompleta, la publicidad engañosa y la utilización de cláusulas abusivas, incorporando cláusulas necesarias y obligatorias.
- d) **Potenciar y fomentar el desarrollo de las asociaciones y entidades de**

**defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias**, y colaborar activa y económicamente con las asociaciones en el ejercicio de las funciones de asesoramiento, defensa e información, especialmente respecto a las personas con necesidades específicas.

e) **Fomentar las prácticas de un consumo socialmente y ecológicamente sostenible**, en especial el consumo de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

f) **Promover la educación de las personas jóvenes en los hábitos del consumo responsable**, proponiendo a los organismos competentes la adopción de **programas de educación** para el consumo en los distintos grados de la enseñanza.

g) Fomentar el consumo de productos ecológicos y promover la oferta de productos provenientes del comercio justo y solidario.

h) **Firmar acuerdos y convenios de colaboración en materia de formación y asesoramiento** con las organizaciones empresariales y profesionales más representativas de cada sector de actividad económica, dirigidos de manera especial a las empresas comerciales y a las personas consumidoras y usuarias, en el ámbito de los objetivos y las funciones del instituto.

i) **Relacionarse y cooperar con todas las administraciones públicas para avanzar en la mejora de los derechos** y la protección de las personas consumidoras y usuarias.

j) **Cooperar con las administraciones locales que ejerzan competencias en materia de consumo, potenciar el despliegue de las oficinas municipales de información** de las personas consumidoras, asesorarles en todo lo que sea necesario para el mejor ejercicio de las funciones, y suscribir convenios de colaboración para compartir la dotación de las mejores técnicas y materiales para el cumplimiento de sus finalidades.

k) **Potenciar la mediación y el arbitraje como herramientas para la resolución de conflictos** en materia de consumo, organizando el funcionamiento de la Junta Arbitral de Euskadi.

l) **Ejercer las competencias de inspección y sanción** en el ámbito del consumo, de acuerdo con las disposiciones vigentes.

m) **Impulsar la protección legal efectiva de las personas** consumidoras y usuarias, iniciando las acciones judiciales pertinentes y personándose en las que se refieren a asuntos que merecen especial atención por razón de la trascendencia de los derechos que hay que proteger o de la alarma social que generan.

En relación a su estructura y organización para atender a las funciones establecidas, los órganos de gobierno de Kontsumobide son:

- La Presidencia (art. 6 de la Ley 9/2007),
- el Consejo de Dirección (arts. 7 y 8 de la Ley 9/2007) y
- la Dirección (art. 9 de la Ley 9/2007).

Por su parte, de la Dirección de Kontsumobide dependen las siguientes unidades administrativas:

- **Unidad de Planificación, Estudios, Información y Formación** (art. 5 del Decreto 159/2011).
- **Unidad de Reclamaciones, Mediación y Arbitraje** (art. 6 del Decreto 159/2011).
- **Unidad de Inspección y Control de Mercado** (art. 7 del Decreto 159/2011).
- **Unidad de Servicios Generales** (art. 8 del Decreto 159/2011).

En cada uno de los territorios históricos de la Comunidad Autónoma Vasca, Kontsumobide cuenta con sendos **Servicios Territoriales** (art. 12 del Decreto 159/2011), que dependen jerárquicamente de la Dirección. A su vez, dispone de **3 centros de formación en consumo**, uno en cada una de las capitales de los Territorios Históricos.

Por último, completan la organización los siguientes órganos adscritos a Kontsumobide: la **Junta Arbitral de Consumo de Euskadi** y la **Comisión Consultiva de Consumo de Euskadi** (arts. 35 y 36 de la Ley 6/2003).

## NECESIDAD DE ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

Tal y como recoge la Ley 9/2007 de creación de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo, *“...tanto de cara al propio Gobierno Vasco como hacia la sociedad, Kontsumobide se va a visualizar claramente como el organismo encargado de proteger, informar y formar a las personas consumidoras con un nivel de intensidad y eficacia mayor al actual”*.

En el desempeño de sus funciones, la actuación de Kontsumobide se ve condicionada por diferentes factores, tanto internos como externos.

**El Plan Estratégico de Kontsumobide surge ante la necesidad de dar respuesta al cambio que supone pasar del funcionamiento como una dirección de Gobierno Vasco a ser un organismo autónomo.**

Desde Kontsumobide se ha percibido la necesidad de visibilizar ante las personas consumidoras, el resto de grupos de interés y la sociedad en general las ventajas y/o beneficios derivados de esta nueva organización. Para ello, se ha decidido abordar un proceso de reflexión que se traduzca en un Plan que sirva de marco o guía de actuación para los próximos años.

Con esta reflexión estratégica, **se pretende identificar y compartir los grandes retos que habrá de afrontar Kontsumobide y establecer las bases estratégicas, nuevas pautas de actuación, objetivos y acciones (actuaciones) en el horizonte del 2018.**

## PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico de Kontsumobide **es fruto** de un trabajo conjunto y **la colaboración de los y las profesionales que integran las distintas áreas de este organismo.**

En el proceso metodológico seguido **han participado las personas responsables de las distintas Unidades o Áreas de Kontsumobide** y los/as Coordinadores/as de los Servicios Territoriales constituyendo junto con la Dirección de Kontsumobide el Comité de Dirección del Plan, si bien a través de **equipos de trabajo** se ha posibilitado la participación del resto de integrantes de la organización en funciones técnicas de consumo, inspección y administración.

El Plan Estratégico de Kontsumobide **se ha alineado y está en sintonía con las Líneas Estratégicas del Departamento de Salud y el Programa de Gobierno de la X Legislatura**, el cual recoge como **objetivo específico** en su apartado 1.5.6. **la protección de las personas consumidoras**, señalando 5 iniciativas genéricas para ello:

- Reforzar la protección e información a las personas consumidoras y promover su defensa activa, mediante acciones de información y formación.
- Dinamizar el papel de Kontsumobide y su interrelación con las OMICs.
- Divulgar el papel de las asociaciones de consumidoras y apoyar la ampliación de los servicios prestados por las mismas.
- Incentivar nuevos sistemas de atención al cliente y de implantación de mecanismos propios de resolución de conflictos de consumo.
- Fomentar la calidad en el comercio e intensificar el control de las malas prácticas en el mercado, implicando en las campañas de inspección a

entidades locales y grandes empresas de distribución en la retirada de productos inseguros.

Al mismo tiempo, el proceso participativo se ha apoyado en las directrices y pautas ofrecidas desde el proyecto **Aurrerabide**, de implantación de un modelo de gestión pública avanzada útil para mejorar los servicios públicos en el conjunto de la Administración General y los Organismos Autónomos de la Comunidad Autónoma Vasca y que ha sido ofertado por la Dirección de Atención a la Ciudadanía e Innovación y Mejora de la Administración de Gobierno Vasco.

Kontsumobide se ha adherido a este proyecto y a través de la metodología “Egiten Ikasi” consistente en el aprendizaje compartido en los talleres prácticos y el apoyo de un facilitador, el equipo directivo de Kontsumobide, tras las sesiones en que participa, ha ido trasladando al resto del equipo humano que conforma el Instituto lo abordado al objeto de contrastarlo, enriquecerlo y trasladarlo a este documento de Plan Estratégico.

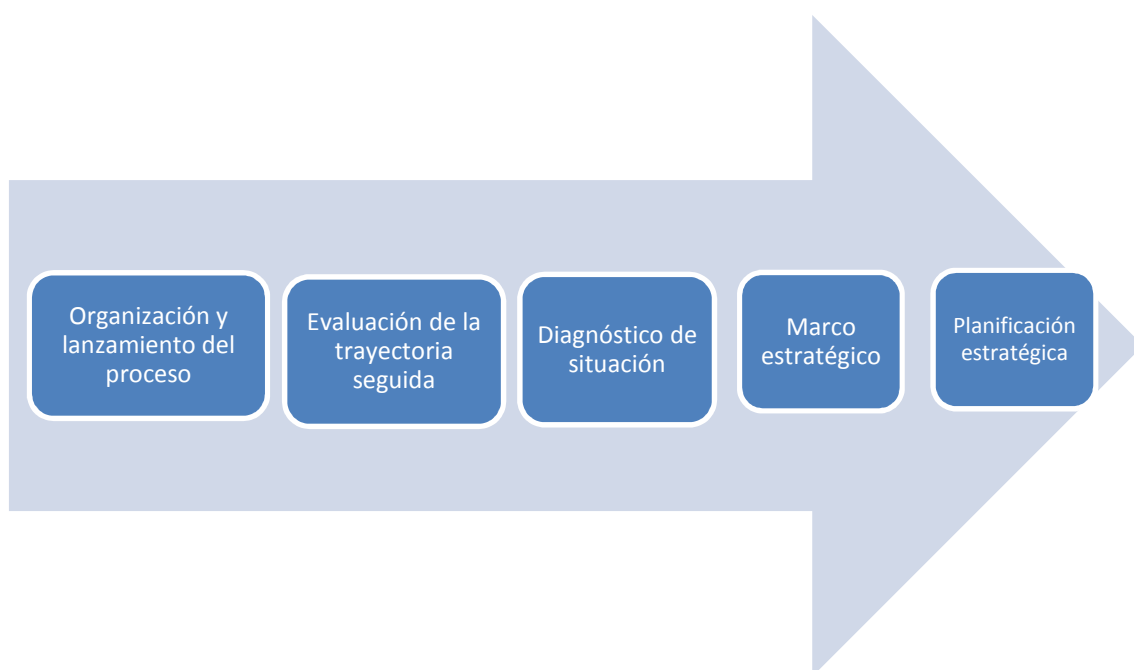
## ESTRUCTURA BÁSICA DEL PLAN

El Plan Estratégico de Kontsumobide 2014-2018, que establece los objetivos y las líneas de actuación para los próximos cuatro años, se estructura distinguiendo los siguientes apartados: proceso metodológico; evaluación de la estrategia seguida; diagnóstico de situación; misión, visión y valores de Kontsumobide; objetivos estratégicos; planificación estratégica; y modelo de gestión, seguimiento y evaluación.

A continuación se exponen, definen y se desarrollan cada uno de estos apartados que conforman el Plan Estratégico.

## 1. PROCESO METODOLÓGICO

El proceso ha constado de varias fases, tal y como se recoge en el gráfico siguiente:



En la fase de organización y lanzamiento del proceso se constituyeron los foros y órganos de participación en el proceso metodológico seguido:

- Por una parte el **Comité de Dirección del Plan Estratégico** conformado por la Dirección de Kontsumobide, los/as Responsables de las distintas Unidades o áreas de Kontsumobide y los/as Responsables de los Servicios Territoriales. Se ha encargado de evaluar la trayectoria seguida, comenzar el diagnóstico de situación, definir el marco estratégico (misión, visión y valores), identificar los objetivos estratégicos, líneas de actuación y posibles acciones y elaborar y aprobar a nivel técnico el Plan.
- Por otra parte, los **Equipos o Grupos de trabajo, integrados por**



**personas de la Organización, de diferentes áreas, oficinas territoriales y ámbitos de conocimiento.** Con ellos, se perseguía el objetivo de extender la participación en el proceso de planificación estratégica y aprovechar el conocimiento y experiencia de las personas de la organización para definir las líneas de actuación en las que se deben concentrar esfuerzos y recursos de todo tipo para alcanzar los objetivos estratégicos y proponer posibles acciones.

Proceso metodológico seguido



## 2. EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA SEGUIDA

El Comité de Dirección del Plan Estratégico ha realizado un **análisis y valoración del trabajo desarrollado en los últimos años** incorporando como input la identificación de grupos de interés y el sondeo de las necesidades y expectativas con relación a Kontsumobide de empresas y asociaciones empresariales.

Como consecuencia de este análisis se han identificado los principales éxitos pero también los fracasos y, consecuentemente, los **ámbitos o aspectos de la actividad en los que se considera que se puede y se debe mejorar en un futuro:**

- Mejorar el conocimiento por parte de las personas consumidoras de los servicios de Kontsumobide, (repercute en la presentación de reclamaciones que no proceden, falsas expectativas, imagen...).
- Aumentar el conocimiento por parte de empresas y asociaciones empresariales de la actividad de Kontsumobide más allá del ámbito de las reclamaciones, mediación y arbitraje, (fuente de posibles colaboraciones).
- Consolidar la visualización de los Centros de Formación como parte de Kontsumobide.
- Reforzar internamente la visión de conjunto de Kontsumobide y mejorar la comunicación, intercambio de información, cooperación interna e implicación en el Proyecto, (proyecto compartido).
- Gestionar como partners o aliados a Oficinas Municipales de Información a las Personas Consumidoras (OMICs) y Asociaciones de Personas Consumidoras y tratar de fortalecer la coordinación con los mismos, (calidad y eficiencia en la atención a personas consumidoras, “rentabilizar” los apoyos económicos que se conceden).
- Intensificar el aprovechamiento de recursos y sinergias con otros organismos.
- Mejorar la información y la formación para lograr personas consumidoras conscientes también de sus obligaciones.
- Mejorar la introducción y utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, (gestión interna y servicios telemáticos).
- Agilizar la tramitación de reclamaciones y aplicar mayor rigidez, (filtros, exigencias de documentación), para la tramitación de las mismas.
- Intensificar la actividad de la función de inspección y control.
- Mejorar la capacidad de responder de forma inmediata en situaciones de “crisis”.
- Intensificar los cauces de comunicación y relación con empresas y asociaciones profesionales (foros sectoriales, reuniones periódicas de análisis conjunto) y prestar apoyo a estas últimas para formar y asesorar a sus personas asociadas

en materia de consumo (normativa, respuesta a reclamaciones, etc...).

### 3. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

El Comité de Dirección del Plan Estratégico ha analizado la **situación actual del Instituto** y los **condicionantes del entorno**, llegando a un **diagnóstico compartido** por todos sus miembros sobre las principales **debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los diferentes ámbitos de trabajo y servicios de KONTSUMOBIDE**.

La matriz DAFO obtenida de este trabajo ha sido contrastada con los y las profesionales de las diferentes unidades de servicio y oficinas territoriales al objeto de obtener un diagnóstico general basado en la opinión de todo el colectivo humano que conforma Kontsumobide.

El Comité de Dirección del Plan Estratégico ha acordado asimismo aquellos **factores que en cada ámbito de servicio se deben considerar como determinantes del éxito de la actuación de Kontsumobide y el avance o progresión a desarrollar desde la posición actual en cada uno de los mismos**.

Así, se han trabajado a nivel interno cinco matrices DAFO específicas:

- Información y Formación
- Atención a consultas de personas consumidoras
- Reclamaciones, Mediación y Arbitraje
- Inspección y control de mercado
- Asesoramiento jurídico y gestión económica de las ayudas

Dichas matrices han generado, de modo consensuado, una matriz DAFO general para Kontsumobide, la cual aglutina con una perspectiva integral las principales cuestiones.

**PUNTOS FUERTES Y PUNTOS DÉBILES en la relación de KONTSUMOBIDE con sus COLABORADORES (por Unidad)**

UNIDAD	COLABORADORES	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Planificación, estudios, información y formación	Otros departamentos: Educación, Agricultura, Sanidad y Medioambiente	Educación: Imagen al acudir a los centros conjuntamente Medioambiente: Formación al profesorado de "Agenda 21" Resto departamentos: predisposición a la colaboración	Insuficiente aprovechamientos de las redes de Educación Otros departamentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de tiempo</li> <li>Falta de coordinación y relaciones sistemáticas</li> <li>Ámbitos competenciales difusos</li> </ul>
	OMICs y Ayuntamientos sin OMIC	Facilitan la difusión de la información	Baja motivación de los ayuntamientos. Desde las OMIC solicitan apoyo pero algunos ayuntamientos no apuestan.
Reclamaciones, mediación y arbitraje	OMICs y AACC	Relación fluida con gran parte de las OMICs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausencia de canales de comunicación, compartir información, cooperar.</li> <li>Coordinación poco estructurada.</li> <li>Falta de criterios conjuntos</li> </ul>
	Otros departamentos: Energía, Vivienda, Juegos y espectáculos, Turismo, Sanidad, etc.	Canales abiertos de comunicación Relaciones fluidas (no formalizadas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausencia de criterios comunes</li> <li>Ámbitos competenciales difusos (necesidad de clarificar y repartir papeles)// lo importante es delimitar ese campo.</li> </ul>
	Organismos de consumo de otras CCAA e INC		<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de canales de comunicación</li> <li>Disparidad de criterios</li> </ul>
	Otros organismos externos (Junta arbitral de transporte, colegios profesionales, etc.)	Canales abiertos de comunicación	Conocimiento mutuo insuficiente
Inspección y control de mercado	Organismos de consumo de otras CCAA y AECOSAN	Existencia de una comisión de cooperación	Aplicación del ámbito competencial subjetivo
Servicios Generales	Otros departamentos y organismos autónomos de Gobierno Vasco	Colaboración interna y rápida comunicación	Amplitud de temas a resolver que requieren profundización por parte del personal
	Departamento de Salud de Gobierno Vasco	Relación fluida con todas las direcciones	Gran variedad de áreas competenciales a trabajar

DEBILIDADES

FORTALEZAS

Matriz DAFO de KONTSUMOBIDE EN GENERAL

- Trabajo en “compartimentos estancos” por unidades o servicios.
- Formación ofrecida a los/as profesionales mejorable
- Ausencia de una sistemática de trabajo en torno a la calidad y la mejora continua
- Falta de dinamismo (actitud innovadora) y resistencia al cambio por algunos/as profesionales.
- Débil cooperación y coordinación con OMICs y Asociaciones de Personas Consumidoras
- Dificultades de las aplicaciones informáticas de gestión interna
- Considerable retraso con relación a la implantación de la e-administración
- La diversidad de materia impide la especialización
- Ausencia de protocolos de funcionamiento que homogeneicen funcionamientos y respuestas
- Insuficiente uso de la red por parte del personal

#### AMENAZAS

- Reparto competencial actual: Ayuntamientos y Gobierno Vasco, así como Asociaciones de Consumidores informan y median en materia de consumo
- Cierre de OMICs como consecuencia de las dificultades económicas de algunos Ayuntamientos.
- Actitud agresiva de la ciudadanía (por desconocimiento de sus obligaciones)
- Influencia de los medios de comunicación
- Falta de acuerdos con otras CCAA

- Coordinación semanal entre las personas responsables de las 4 unidades y las 3 oficinas territoriales y la dirección.
- Experiencia y profesionalidad del equipo humano
- Posibilidad de recursos dedicados a la formación y reciclaje del personal profesional
- Kontsumobide es Administración y tiene autoridad reconocida
- Actitud positiva de la mayor parte del personal
- Web, blog y redes sociales

#### OPORTUNIDADES

- Existencia del Instituto
- Incremento de la utilización de las nuevas tecnologías y de la relación on-line con la Administración
- Medios de comunicación (difusión)
- Presencia en las Redes sociales



#### 4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE KONTSUMOBIDE

Tras mirar al pasado y diagnosticar la situación de partida llega el momento de **tomar decisiones y establecer el marco estratégico para definir el plan de actuación de KONTSUMOBIDE para los próximos años (2014-2018).**

El **Marco Estratégico** consensuado se traduce en:

- ✓ **La Misión** (razón de ser de Kontsumobide),
- ✓ **La Visión** (Aspiración de Kontsumobide, Guía o Norte de nuestras actuaciones)  
y
- ✓ **Los Valores** (principios que deben estar presentes en todas nuestras actuaciones)

#### MISIÓN DE KONTSUMOBIDE

**Proteger a las personas consumidoras y usuarias de Euskadi**

#### VISIÓN DE KONTSUMOBIDE: 2018

Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo aspira a ser **referente en el ámbito del consumo**, tanto en la Comunidad Autónoma de Euskadi como en el conjunto del Estado español.

Kontsumobide quiere ser percibido como un **recurso útil y necesario** para prevenir, evitar, reducir y solucionar conflictos en los actos de consumo y ser reconocido por su capacidad de generar confianza en las personas consumidoras y usuarias, así como en organizaciones empresariales y profesionales, en base a:

- Su accesibilidad, capacidad de interlocución y predisposición al diálogo y la mediación
- Su contribución a un mejor funcionamiento y seguridad en los mercados
- La agilidad y eficacia en sus actuaciones
- La calidad de la información que transmite
- Su proactividad, dinamismo y capacidad de respuesta a nuevas necesidades y tendencias

Para ello, Kontsumobide contará con un **equipo de profesionales comprometidos/as** con el Proyecto y alineados/as con los objetivos de la organización, e impulsará la mejora continua así como la innovación en todos los ámbitos.

Asimismo, Kontsumobide se dotará de una **red de alianzas estratégicas**, fortaleciendo muy especialmente los mecanismos de relación y coordinación con las entidades de defensa y protección de las personas consumidoras de la CAE.

## VALORES O PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN DE KONTSUMOBIDE

- **Accesibilidad**
  - Rigor
  - Agilidad
  - Calidad
  - Eficacia
  - Eficiencia
- **Mejora continua y evaluación de la gestión**
  - Trabajo en equipo

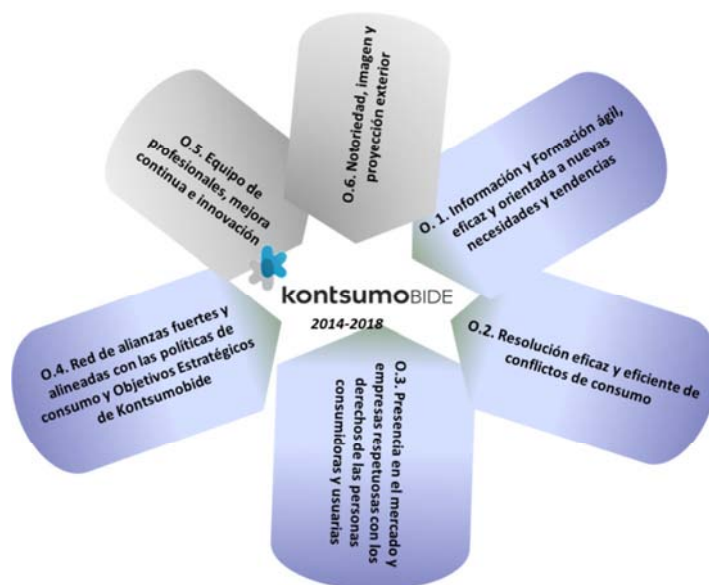
## 5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE EN EL HORIZONTE 2018

Los Objetivos Estratégicos de KONTSUMOBIDE en el horizonte del 2018 responden a las acciones que deben realizarse para **dar cumplimiento a la Misión y Visión** de la organización teniendo en cuenta la situación de partida y los condicionantes del entorno.

Se quiere que los Objetivos Estratégicos sean la **expresión concreta y cuantificada de la finalidad que persigue Kontsumobide**, tratando de concretar qué queremos lograr en el horizonte del 2018.

Los **Objetivos** deben poder ser traducidos a metas medibles a través de indicadores, de otro modo, resulta difícil saber si se está avanzando en la dirección deseada, si hemos logrado lo que nos proponemos.

Los Objetivos Estratégicos de KONTSUMOBIDE son **objetivos ambiciosos, retadores pero viables, esto es realistas y alcanzables en el tiempo** con el esfuerzo de todas las personas que integran la organización y la colaboración de agentes clave.



## **OBJETIVO 1. INFORMACIÓN Y FORMACIÓN ÁGIL, EFICAZ Y ORIENTADA A NECESIDADES Y NUEVAS TENDENCIAS**

La información y formación en materia de consumo de los diferentes públicos objetivo constituye un recurso fundamental para la prevención de los conflictos de consumo, para su resolución en caso de que se produzcan y para el fomento de actitudes y comportamientos responsables entre los agentes implicados en los actos de consumo. Con este Objetivo Estratégico Kontsumobide pretende disponer y ofrecer una información actualizada permanentemente con relación a las necesidades de las personas consumidoras y las nuevas tendencias en materia de consumo y convertirse en referente por la calidad de la información que traslada a personas consumidoras y usuarias de servicios, así como al resto de agentes implicados en los actos de consumo.

Trabajar en este Objetivo ha de permitir avanzar en la Visión y conseguir:

- Mejorar la información y la formación para lograr personas consumidoras conscientes de sus derechos y también de sus obligaciones, fomentando la responsabilidad frente a sus acciones en el mercado.
- Mejorar el acceso a toda la información que pueda ser de interés, en especial la que se demande con mayor asiduidad.
- Dar una mejor respuesta a las consultas que recibe Kontsumobide.
- Mejorar la capacidad de responder de forma inmediata en situaciones de "crisis".
- Consolidar la visualización de los Centros de Formación como parte de Kontsumobide.

Se consideran factores determinantes de éxito:

- adaptación y orientación a los segmentos de clientela,
- capacidad de identificación de tendencias y de anticipación,
- gestión de la red de proveedores en el ámbito de la formación,
- diversidad de canales-accesibilidad, seleccionando y gestionando los canales que se consideren más eficaces y aprovechando las oportunidades derivadas de las tecnologías de la información y comunicación

- calidad, homogeneidad y rapidez en la respuesta.

## **OBJETIVO 2. RESOLUCIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE CONFLICTOS DE CONSUMO**

Una resolución eficaz y eficiente de los conflictos de consumo implica fundamentalmente el desarrollo de procedimientos o mecanismos que permitan reducir el tiempo de resolución así como minimizar el coste de recursos económicos y humanos necesarios.

Para Kontsumobide trabajar en este Objetivo ha de permitir avanzar en la Visión y conseguir ser percibido como un recurso útil y necesario para solucionar conflictos en los actos de consumo y generar confianza tanto en las personas consumidoras y usuarias como en organizaciones empresariales y profesionales.

Se consideran factores determinantes de éxito:

- Conocimiento del marco normativo vigente,
- Homogeneidad de criterios
- Rapidez en la respuesta,
- Adecuación de estructuras y distribución de tareas en base a las necesidades,
- Incorporación de TICs: tramitación telemática y aplicaciones de gestión interna eficaces
- Cooperación con otros agentes (red de alianzas estratégicas alineada con los objetivos de Kontsumobide)

## **OBJETIVO 3. PRESENCIA EN EL MERCADO Y EMPRESAS RESPETUOSAS CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS**

Ser el referente en la CAE en el ámbito de consumo exige una mayor presencia de Kontsumobide en el mercado, buscando un equilibrio entre la defensa de los derechos de las personas consumidoras y el ejercicio de la actividad empresarial responsable y respetuosa con los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

Desde esta posición y en el cumplimiento de su misión, es objetivo de Kontsumobide:

- actuar de forma rigurosa y eficiente en la persecución y eliminación de incumplimientos legales y malas prácticas en el mercado.
- fomentar la responsabilidad de las empresas contribuye a mejorar el equilibrio, la transparencia y la armonía en las relaciones entre éstas y las personas consumidoras y usuarias. Por ello, se trata de fomentar actitudes, comportamientos y mecanismos voluntarios entre las empresas de respeto a los derechos de las personas consumidoras y usuarias e influir en las decisiones de las empresas que afecten a los derechos de las personas consumidoras.

Trabajar en este Objetivo ha de permitir avanzar en la Visión y conseguir:

- Mayor seguridad y confianza de las personas consumidoras
- Mayor responsabilidad de las empresas y mayor confianza de estas con Kontsumobide.
- Conseguir mayores niveles de confianza y en definitiva un mejor funcionamiento, transparencia y seguridad en los actos de consumo

Se consideran factores determinantes de éxito:

- El establecimiento de criterios para la selección y planificación de campañas y actuaciones
- La intervención en productos y servicios o sectores de mayor impacto en las personas consumidoras.
- La rapidez de actuación en la retirada e inmovilización de productos peligrosos,
- La cooperación interna y la implicación de otros cuerpos inspectores
- La comunicación de resultados con impacto en el mercado

#### **OBJETIVO 4. RED DE ALIANZAS FUERTES Y ALINEADAS CON LAS POLÍTICAS DE CONSUMO Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE**

Trabajar en este Objetivo ha de permitir avanzar en la Visión y conseguir:

- Mayor eficacia, eficiencia y calidad en las actuaciones de KONTSUMOBIDE
- Protección integral de las personas consumidoras y usuarias
- Mayor implicación de otros Departamentos, organismos, sectores en la protección de las personas consumidoras
- Aprovechamiento de sinergias desde una actuación coordinada y coherente entre las entidades de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias de la CAE
- Posicionar KONTSUMOBIDE como referente en consumo
- Homogeneizar las respuestas desde todos los agentes relacionados con las políticas de consumo

Se consideran factores determinantes de éxito:

- coordinación entre las distintas entidades mediante procedimientos eficaces
- alianzas estables.

#### **OBJETIVO 5. EQUIPO DE PROFESIONALES, MEJORA CONTINUA E INNOVACIÓN**

Desde este Objetivo Estratégico se pretende facilitar el logro del resto de Objetivos Estratégicos de la Organización incidiendo, específicamente en:

- Lograr unos mayores niveles de coordinación interna
- Propiciar la mejora continua, la evaluación del logro en la gestión y el trabajo en equipo
- Lograr una mayor agilidad, eficacia, eficiencia y calidad en sus actuaciones
- Impulsar un mayor dinamismo, proactividad y capacidad de anticipación a las nuevas necesidades y tendencias en el ámbito del consumo.

Se consideran factores determinantes de éxito:

- Modelo de gestión definido y desplegado,
- Implicación de las personas con el proyecto de Kontsumobide,
- Gestión de los Grupos de Interés para Kontsumobide,
- Aumentar la utilización de TICs a la gestión interna,

- Adecuación de la estructura y las competencias del equipo humano de profesionales a las necesidades actuales y futuras

## OBJETIVO 6. NOTORIEDAD, IMAGEN Y PROYECCIÓN EXTERIOR

Trabajar en este Objetivo ha de permitir avanzar en la Visión y lograr:

- Visibilidad de Kontsumobide entre la ciudadanía vasca, dar a conocer lo que verdaderamente es el Instituto, y que la imagen percibida por la ciudadanía sea acorde con su cometido, competencias y capacidades.
- Mejorar el conocimiento por parte de las personas consumidoras de los servicios de Kontsumobide, ya que ello repercute por ejemplo en cuestiones importantes como evitar la presentación de reclamaciones que no proceden, la generación de falsas expectativas o la percepción de una imagen no deseada.
- Que Kontsumobide sea percibido como un recurso útil y necesario para prevenir conflictos y para resolverlos.
- Generar confianza en las personas consumidoras y también en las organizaciones empresariales, posicionándose como el referente en el ámbito del consumo en la CAE.
- Ser referente también para otras Administraciones, así como de empresas de ámbito estatal por:
  - la calidad de la información que se transmite (veraz, precisa, puntual),
  - la implantación de mecanismos previos a la resolución de conflictos, así como
  - el trabajo en el fomento de la responsabilidad, tanto de las personas consumidoras como de las empresas.

Se consideran factores determinantes de éxito:

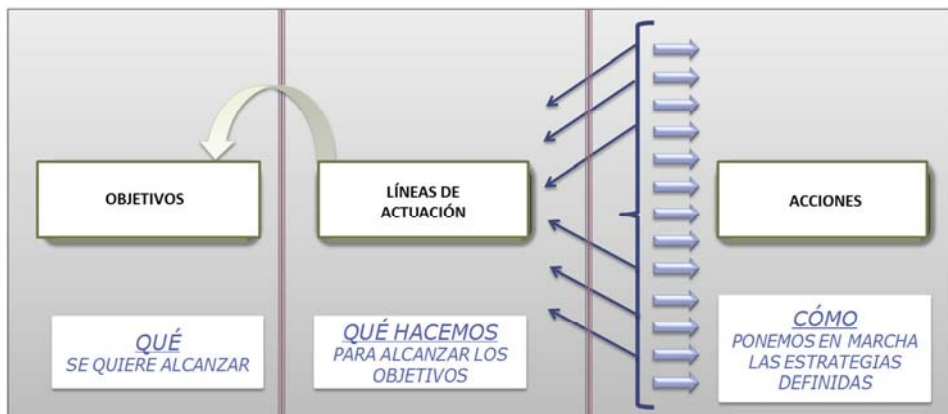
- Visibilidad y proyección exterior.

## 6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Partiendo de los **seis (6) Objetivos Estratégicos** recogidos en el apartado anterior, el Plan de Actuación de Kontsumobide se estructura en dos niveles:

- **Líneas de Actuación:** Constituyen orientaciones claras que enmarcan y orientan las acciones más concretas a ejecutar en el tiempo. Se han identificado un total de **29 líneas de actuación**.
- **Acciones:** Concretan la actividad a ejecutar para poner en marcha la estrategia definida y alcanzar los objetivos. Atendiendo a las líneas de actuación propuestas se han identificado un total de **96 acciones**, las cuales pueden tener su inicio y fin a lo largo de un único ejercicio o desarrollarse a lo largo de todo el periodo estratégico. A través de los Planes de Gestión Anuales Kontsumobide establecerá las acciones a desarrollar a lo largo de

cada ejercicio, su alcance y los recursos necesarios para la realización de las mismas.



<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: INFORMACIÓN Y FORMACIÓN ÁGIL, EFICAZ Y ORIENTADA A NECESIDADES Y NUEVAS TENDENCIAS</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
1.1. Diseñar e implantar procedimientos que permitan la reacción ágil y puntual ante posibles conflictos de consumo
1.2. Estructurar y poner en marcha un sistema de vigilancia y análisis de nuevas tendencias en consumo, detectar necesidades de información y formación de las personas consumidoras
1.3. Adecuar permanentemente los formatos para difusión de la información en función de necesidades y nuevas tendencias
1.4. Optimizar los recursos destinados a la formación atendiendo necesidades de los diferentes públicos objetivos
1.5. Establecer criterios comunes y homogeneizar la información ofrecida a las personas consumidoras
1.6. Garantizar la atención bilingüe a las personas consumidoras, conforme al Plan General del Uso del euskera en el Gobierno Vasco para el V periodo de planificación (2013-2017)
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 2: RESOLUCIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE CONFLICTOS DE CONSUMO</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
2.1. Revisar, mejorar y simplificar el procedimiento de gestión y resolución de reclamaciones en aras de una mayor agilidad y eficiencia, garantizando una respuesta de calidad y homogénea por parte de las diferentes oficinas y agentes de la Red CIAC
2.2. Fomentar la mediación como vía de resolución de conflictos de consumo
2.3. Optimizar la gestión del Sistema Arbitral de Consumo
2.4. Mejorar la tramitación telemática de reclamaciones y solicitudes de arbitraje
2.5. Desarrollar una labor de información y formación hacia las empresas sobre sus obligaciones
2.6. Desarrollar información y formación hacia las personas consumidoras sobre competencias, servicios y responsabilidades de Kontsumobide en materia de resolución de conflictos
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: PRESENCIA EN EL MERCADO Y EMPRESAS RESPETUOSAS CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
3.1. Intensificar las labores de información y control hacia las empresas para mejorar la confianza en los mercados (persona consumidora-empresas) en cooperación con otros agentes
3.2. Lograr notoriedad y reconocimiento de la actividad de control de Kontsumobide
3.3. Mejorar la agilidad y la eficiencia de la actuación ante alertas
3.4. Establecer cauces y mecanismos de interrelación con las empresas, asociaciones empresariales y profesionales.



3.5. Fomentar la adhesión al sistema de arbitraje
3.6. Impulsar el desarrollo de Códigos de buenas prácticas en distintos sectores
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 4: RED DE ALIANZAS FUERTES Y ALINEADAS CON LAS POLÍTICAS DE CONSUMO Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
4.1. Colaboración interdepartamental e interinstitucional para garantizar una protección integral de las personas consumidoras
4.2. Alinear el trabajo de entidades de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias de la CAE con los objetivos de Kontsumobide (Fortalecer la Red CIAC)
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 5: EQUIPO DE PROFESIONALES, MEJORA CONTINUA E INNOVACIÓN</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
5.1. Establecer foros, cauces o mecanismos que mejoren la comunicación y coordinación entre áreas y servicios de Kontsumobide
5.2. Mejorar procesos y procedimientos de trabajo con la participación e implicación de las personas de la Organización.
5.3. Garantizar la infraestructura tecnológica y las herramientas necesarias (desarrollos informáticos) para una buena gestión (eficacia, eficiencia) en línea con el Plan de Innovación Pública del Gobierno y con las necesidades del propio Instituto
5.4. Desarrollar acciones de formación y reciclaje entre los profesionales de la organización conforme a una planificación previa.
5.5. Conocer el grado de satisfacción del equipo de profesionales, sus propuestas de mejora, sugerencia o necesidades y establecer mecanismos o procedimientos de respuesta oportunos.
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO 6: NOTORIEDAD, IMAGEN Y PROYECCIÓN EXTERIOR</b>
<b>Líneas de actuación:</b>
6.1. Establecer una sistemática que permita el conocimiento de la notoriedad e imagen de Kontsumobide así como la satisfacción de personas usuarias de sus servicios y principales grupos de interés
6.2. Planificar las acciones de comunicación y optimizar herramientas y soportes de comunicación del Instituto
6.3. Incrementar la visibilidad de KB en la red
6.4. Apertura y presencia en el exterior

<b>O.E. 1: INFORMACIÓN Y FORMACIÓN ÁGIL, EFICAZ Y ORIENTADA A NECESIDADES Y NUEVAS TENDENCIAS</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
1.1. Diseñar e implantar procedimientos que permitan la reacción ágil y puntual ante posibles conflictos de consumo	1.1.1. Crear un grupo (“gabinete de crisis”) que de respuesta inmediata ante situaciones de “crisis” y establecer un protocolo de actuación
1.2. Estructurar y poner en marcha un sistema de vigilancia y análisis de nuevas tendencias en consumo, detectar necesidades de información y formación de las personas consumidoras	1.2.1. Realizar análisis de la evolución de las reclamaciones que permita extraer conocimiento para planificar las acciones de información y formación del Instituto.
	1.2.2. Planificar estudios e investigaciones para orientar la información y la formación diferenciando diferentes públicos y segmentos de población
	1.2.3. Analizar la posibilidad de establecer un sistema de vigilancia de tendencias en colaboración con otros organismos y entidades
	1.2.4. Definir ámbitos y fuentes de vigilancia, establecer la sistemática de seguimiento de información y elaborar documentos internos para difusión de la información más relevante.
1.3. Adecuar permanentemente los formatos para difusión de la información en función de necesidades y nuevas tendencias	1.3.1. Analizar la eficacia y eficiencia de los canales de comunicación existentes entre la persona consumidora-Kontsumobide
	1.3.2. Incrementar la presencia en medios para informar y formar a las personas consumidoras en un lenguaje coloquial, accesible y con una orientación práctica.
	1.3.3. Potenciar la presencia en redes sociales y en el Blog de consumo implicando a personas de la propia organización
	1.3.4. Planificar las campañas anuales a desarrollar y los temas sobre los que incidir.
	1.3.5. Mantener actualizada la web de forma permanente implicando al personal de KB en la elaboración de sus contenidos.

<b>O.E.1: INFORMACIÓN Y FORMACIÓN ÁGIL, EFICAZ Y ORIENTADA A NECESIDADES Y NUEVAS TENDENCIAS</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
1.4. Optimizar los recursos destinados a la formación atendiendo necesidades de los diferentes públicos objetivos.	1.4.1. Ampliar el número de colectivos al que va dirigida la formación
	1.4.2. Desarrollar técnicas innovadoras para la formación en materia de consumo de los diferentes públicos objetivo
	1.4.3. Priorizar la realización de acciones formativas sobre aquellas materias con mayor número de reclamaciones o infracciones, dirigiéndolas a los colectivos que se hayan visto más afectados
1.5. Establecer criterios comunes y homogeneizar la información a las personas consumidoras	1.5.1. Mantener actualizado el registro de las preguntas frecuentes en la web.
	1.5.2. Disponer de un espacio accesible y ágil donde compartir e intercambiar información y conocimiento entre las distintas organizaciones implicadas
	1.5.3. Desarrollar acciones de formación-información para personal de las organizaciones de personas consumidoras
	1.5.4. Revisar los modos de funcionamiento existentes en las distintas oficinas y establecer protocolos de actuación tendentes a la homogeneización
1.6. Garantizar la atención bilingüe a las personas consumidoras, conforme al Plan General del Uso del euskera en el Gobierno Vasco para el V periodo de planificación (2013-2017)	1.6.1. Elaboración, implementación y seguimiento del I Plan de Normalización Lingüística de Kontsumobide

<b>O.E. 2: RESOLUCIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE LOS CONFLICTOS DE CONSUMO</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
2.1. Revisar, mejorar y simplificar el procedimiento de gestión y resolución de reclamaciones en aras de una mayor agilidad y eficiencia, garantizando una respuesta de calidad y homogénea por parte de las diferentes oficinas y agentes de la Red CIAC.	2.1.1. Modificar la Hoja de reclamaciones
	2.1.2. Establecer con claridad la documentación e información necesaria para centrar la gestión de la reclamación desde el momento de su presentación, así como los criterios y requisitos para el traslado de expedientes. /Establecer criterios para la depuración o criba de las reclamaciones a tramitar y velar por su cumplimiento
	2.1.3 Establecer criterios comunes de actuación en la atención al público (personal de KB-OMICs-Asociaciones) con el fin de dar una respuesta homogénea a las personas consumidoras y usuarias independientemente del lugar al que acudan
	2.1.4. Fijar criterios para establecer un orden de prioridad en la gestión de las reclamaciones
	2.1.5 Establecer criterios de derivación de la persona consumidora y usuaria en el caso de conflictos fuera de la competencia de KB.
2.2. Fomentar la mediación como vía de resolución de conflictos de consumo	2.2.1. Analizar y realizar un seguimiento del estado y características de la mediación realizada (Oficinas territoriales, OMICs, AACC)
	2.2.2. Elaborar protocolos para el servicio de mediación
	2.2.3. Desarrollar acciones formativas para el desarrollo de la labor de mediación buscando una mejora en los resultados
	2.2.4. Intensificar la comunicación con las empresas para desarrollar la labor de mediación
	2.2.5. Desarrollar campañas informativas para incrementar el grado de conocimiento de las personas consumidoras sobre la mediación como mecanismo de resolución de conflictos previo cumplimiento de ciertos requisitos.
	2.2.6. Analizar y valorar la posibilidad, ventajas e inconvenientes de establecer procesos de acreditación de mediadores/as de consumo

<b>O.E. 2: RESOLUCIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DE LOS CONFLICTOS DE CONSUMO</b>	
<b>Líneas de Actuación</b>	<b>Acciones</b>
2.3. Optimizar la gestión del Sistema Arbitral de Consumo	2.3.1. Regular la participación de profesionales en los Colegios Arbitrales
	2.3.2. Realizar encuentros entre árbitros de consumo y Junta Arbitral para establecer pautas de actuación
	2.3.3. Establecer un protocolo de actuación que sirva para filtrar peticiones de arbitraje para conflictos que pueden tener otra vía de resolución
	2.3.4. Potenciar la vía electrónica para acceder al arbitraje
	2.3.5. Analizar fórmulas y mecanismos para racionalizar la aceptación de solicitudes en el procedimiento, así como el gasto derivado de la actividad arbitral tanto en los procedimientos para la emisión de laudos como en los criterios para la solicitud de pruebas periciales.
2.4. Mejorar la tramitación telemática de reclamaciones y solicitudes de arbitraje	2.4.1. Mejorar y simplificar el sistema de presentación telemática de reclamaciones, quejas y denuncias y solicitudes de arbitraje.
	2.4.2. Digitalización de procedimientos del servicio de Arbitraje (adhesión al sistema arbitral de consumo, arbitraje, ...)
2.5. Desarrollar una labor de información y formación hacia las empresas sobre sus obligaciones	2.5.1. Utilizar las Campañas de Inspección como vía para informar a las empresas de sus obligaciones
	2.5.2. Desarrollar los contenidos del apartado “empresas” de la web
2.6. Desarrollar información y formación hacia las personas consumidoras sobre competencias, servicios y responsabilidades de Kontsumobide en materia de resolución de conflictos.	2.6.1. Informar de las posibilidades reales de KB para la resolución de conflictos para no generar falsas expectativas y racionalizar la gestión.
	2.6.2. Avanzar hacia la Carta de Servicios para las personas consumidoras

<b>O.E.3: PRESENCIA EN EL MERCADO Y EMPRESAS RESPETUOSAS CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
3.1. Intensificar las labores de información y control hacia las empresas para mejorar la confianza en los mercados (persona consumidora-empresas) en cooperación con otros agentes	3.1.1. Planificar las campañas priorizando sectores o actividades con mayor conflictividad o incidencia en la persona consumidora y usuaria, productos de consumo masivo y teniendo en cuenta las prácticas de las empresas y aprovechando la información (estadísticas) procedente de reclamaciones (“termómetro”).
	3.1.2. Revisar y simplificar los protocolos de inspección centrándolos en el objetivo de la campaña y diferenciando, entre otras cuestiones, grandes y pequeñas empresas.
	3.1.3. Definir el procedimiento de muestreo de las empresas a incluir en las campañas.
	3.1.4. Fomentar la labor de las OMICs con relación a las empresas en materia de información, inspección y retirada de productos
	3.1.5. Colaborar con las Asociaciones profesionales y sectoriales y Cámaras de Comercio en la transmisión de información, normativa, formación, etc para llegar a pequeños establecimientos. Acompasar la información que deben trasladar las asociaciones a las empresas con las campañas de inspección programadas por KB.
3.2. Lograr notoriedad y reconocimiento de la actividad de control de KB	3.2.1. Divulgar las actuaciones de control desarrolladas entre las empresas, asociaciones profesionales y sectoriales, Cámaras de Comercio, etc
	3.2.2. Estudiar desarrollos normativos posibles y prioritarios teniendo en cuenta la detección de malas prácticas a través de la labor inspectora
	3.2.3. Dar difusión de los expedientes sancionadores incoados por segmentos.
	3.2.4. Incrementar la apertura de expedientes sancionadores y multas coercitivas a empresas que incumplan sus obligaciones

<b>O.E.3: PRESENCIA EN EL MERCADO Y EMPRESAS RESPETUOSAS CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
3.3. Mejorar la agilidad y la eficiencia de la actuación ante alertas	3.3.1. Establecer un procedimiento sobre la gestión de alertas en Euskadi
	3.3.2. Mejorar los sistemas de gestión de denuncias y comunicaciones fuera de la CAE.
3.4. Establecer cauces y mecanismos de interrelación con las empresas, asociaciones empresariales y profesionales	3.4.1. Promover la firma de convenios con empresas y sectores que presentan mayores índices de conflicto (acumulación de reclamaciones)
	3.4.2. Establecer una sistemática de seguimiento de los propios convenios generando puntos de encuentro para la mejora
	3.4.3. Programar charlas y encuentros informativos con asociaciones empresariales para divulgar e informar sobre asuntos de interés (nueva normativa, sistemas para la resolución de conflictos...) a sus empresas asociadas
	3.4.4. Organizar encuentros entre profesionales del ámbito del consumo y grandes empresas proveedoras de servicios (carácter informativo-formativo).
	3.4.5. Implicar a las organizaciones empresariales en la preparación de los protocolos de inspección de sus propios sectores, sin perjuicio de la autonomía administrativa para actuar en la disciplina de mercado.
	3.4.6. Involucrar a las grandes empresas de distribución en la retirada de productos inseguros

<b>O.E.3: PRESENCIA EN EL MERCADO Y EMPRESAS RESPETUOSAS CON LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
3.5. Fomentar la adhesión al sistema de arbitraje	3.5.1. Publicitar el sistema de arbitraje: <ul style="list-style-type: none"> <li>• entre las empresas haciendo énfasis en las ventajas y beneficios para las mismas, utilizando como vía de acceso a las asociaciones empresariales</li> <li>• entre las personas consumidoras y usuarias</li> </ul>
	3.5.2. Programar acciones de mayor proactividad para generar adhesiones en sectores y empresas clave
3.6. Impulsar el desarrollo de Códigos de buenas prácticas en distintos sectores	3.6.1. Programar Códigos de Buenas Prácticas a desarrollar en diversas empresas en colaboración con Cámaras de Comercio, asociaciones profesionales y sectoriales, apoyándose para ello en la Comisión Consultiva de Consumo.
	3.6.2. Propiciar el reconocimiento de las empresas que desarrollen pautas de comportamiento que garanticen la transparencia con relación a los productos/servicios ofertados, implanten sistemas de atención a la clientela-personas consumidoras, etc



<b>0.E.4: RED DE ALIANZAS FUERTES Y ALINEADAS CON LAS POLÍTICAS DE CONSUMO Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
4.1. Colaboración interdepartamental e interinstitucional para garantizar una protección integral de las personas consumidoras	4.1.1. Identificar Departamentos, Organismos y Entidades dependientes del Gobierno Vasco con quienes poder establecer alianzas y crear sinergias de trabajo
	4.1.2. Incrementar la colaboración e implicación interdepartamental a nivel de Gobierno vasco en la protección a las personas consumidoras y programar actuaciones conjuntas
	4.1.3. Realizar propuestas de modificación normativa del ámbito competencial de Kontsumobide
	4.1.4. Estudiar y proponer en su caso, en la concesión de subvenciones, la consideración como meritoria de la adhesión de las empresas al Sistema Arbitral de Consumo
	4.1.5. Buscar la participación de Kontsumobide en los sistemas de gestión de calidad, programas de fomento de excelencia y/o buenas prácticas en sectores y actividades con alta incidencia en la defensa de los derechos de las personas consumidoras
	4.1.6. Impulsar la Comisión Consultiva como órgano de coordinación y cooperación en materia de consumo en el ámbito de la CAE
	4.1.7. Establecer con Fiscalía y Judicatura foros de debate en materia de consumo y defensa de las personas consumidoras y usuarias con el objetivo de conseguir una Fiscalía de Consumo
	4.1.8. Articular una efectiva y eficaz representación de Kontsumobide en los foros estatales de consumo
	4.1.9. Fortalecer la interrelación con el resto de organismos de consumo con presencia en el estado español y posibilitar un intercambio de experiencias a través del que conocer los sistemas implantados en otras CCAA así como fortalecer o impulsar sistemas de derivaciones y colaboraciones en materia de cooperación interautonómica
	4.1.10. Revisar mecanismos de cooperación con el Centro Europeo del Consumidor para el tratamiento de las reclamaciones contra empresas o establecimientos radicados en otro Estado de la UE.
	4.1.11. Analizar la posibilidad de participar en foros europeos en materia de consumo

<b>0.E.4: RED DE ALIANZAS FUERTES Y ALINEADAS CON LAS POLÍTICAS DE CONSUMO Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE KONTSUMOBIDE</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
4.2. Alinear el trabajo de entidades de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias de la CAE con los objetivos de Kontsumobide (Fortalecer la Red CIAC)	4.2.1. Fomentar en las OMICs la labor de Inspección.
	4.2.2. Establecer criterios comunes para la coordinación con las OMICs desde las Oficinas Territoriales
	4.2.3. Elaborar procedimientos y manuales básicos de actuación y criterios homogéneos de funcionamiento a trabajar por los miembros integrantes de la Red CIAC que garanticen la trazabilidad de cualquier expediente
	4.2.4. Analizar la posibilidad de establecer mecanismos de colaboración con Asociaciones de personas consumidoras sectoriales
	4.2.5. Reforzar mecanismos de colaboración con las OMICs y Asociaciones de personas consumidoras: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar la reciprocidad entre KB, OMICs y Asociaciones en fuentes y sistemas de información y actividades que realice cada uno.</li> <li>• Programar acciones formativas para todas las organizaciones del ámbito del consumo (Red CIAC).</li> <li>• Reuniones periódicas con las OMICs y Asociaciones de personas consumidoras</li> </ul>
	4.2.6. Impulsar el personamiento de las Asociaciones de Personas Consumidoras en procesos judiciales y la interposición de acciones de cesación

<b>O.E.5: EQUIPO DE PROFESIONALES, MEJORA CONTINUA E INNOVACIÓN</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
5.1. Establecer foros, cauces o mecanismos que mejoren la comunicación y coordinación entre áreas y servicios de Kontsumobide	5.1.1. Establecer un protocolo de comunicación y coordinación interna
	5.1.2. Dinamizar la actividad de los órganos y foros de gestión y coordinación del Instituto
5.2. Mejorar procesos y procedimientos de trabajo con la participación e implicación de las personas de la Organización	5.2.1. Fortalecer los equipos de proceso
	5.2.2. Elaborar, ejecutar y evaluar los Planes de Gestión de carácter anual
	5.2.3. Iniciar el trabajo de mejora de procesos con aquellos considerados como prioritarios
5.3. Garantizar la infraestructura tecnológica y las herramientas necesarias para una buena gestión (eficacia, eficiencia) en línea con el Plan de Innovación Pública del Gobierno y con las necesidades del propio Instituto	5.3.1. Desarrollo informático de soporte para la gestión
5.4. Desarrollar acciones de formación y reciclaje para el equipo de profesionales de la organización conforme a una planificación previa.	5.4.1. Diseñar un plan de formación interna con carácter anual con participación del personal
	5.4.2. Evaluar la satisfacción del personal con las acciones formativas en las que ha participado
5.5. Conocer el grado de satisfacción del equipo de profesionales, sus propuestas de mejora, sugerencias o necesidades y establecer mecanismos o procedimientos de respuesta oportunas.	5.5.1. Establecer protocolo y/o procedimiento para conocer y detectar necesidades del equipo humano de Kontsumobide

<b>O.E.6: NOTORIEDAD, IMAGEN Y PROYECCIÓN EXTERIOR</b>	
<b>Líneas de actuación</b>	<b>Acciones</b>
6.1. Establecer una sistemática que permita el conocimiento de la notoriedad e imagen de Kontsumobide, así como la satisfacción de personas usuarias de sus servicios y principales grupos de interés.	6.1.1. Identificar el mapa de públicos objetivo para trabajar la imagen y notoriedad de KB, así como para mejorar la comunicación e incrementar la visibilidad del Instituto en la red.
	6.1.2. Implantar un sistema ágil y operativo para la medición de la satisfacción de personas usuarias de los servicios de KB
	6.1.3. Incorporar acciones de mejora derivadas de las encuestas de notoriedad, imagen y satisfacción realizadas
6.2. Planificar las acciones de comunicación y optimizar herramientas y soportes de comunicación del Instituto.	6.2.1. Trabajar la identidad corporativa: no solo referida a su imagen visual (manual de identidad corporativo), sino la proyección de la razón de ser de KB. Mensajes de quiénes somos, qué hacemos, cómo lo hacemos (Misión, Visión y valores organizacionales).
	6.2.2. Diseñar e implementar un Plan de Comunicación para Kontsumobide
6.3. Incrementar la visibilidad de KB en la red	6.3.1. Mejorar el posicionamiento en buscadores
	6.3.2. Fomentar la presencia de la web de Kontsumobide en portales y webs externas
6.4. Apertura y presencia en el exterior	6.4.1. Definir la presencia en foros de relación y cooperación con otros organismos y administraciones
	6.4.2. Dar a conocer buenas prácticas desarrolladas por el propio Instituto.

## 7. MODELO DE GESTIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

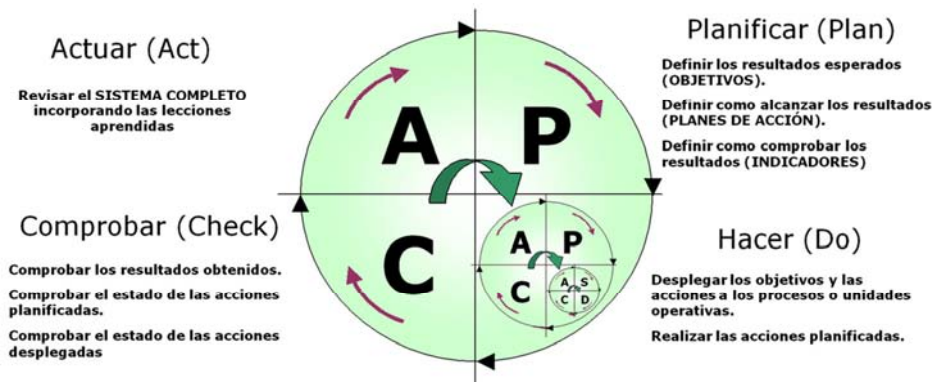
### 7.1. MODELO DE GESTIÓN

La elaboración del Plan Estratégico de Kontsumobide 2014-2018 ha planteado la necesidad de **dotar a la entidad de un Modelo de Gestión que garantice su efectiva puesta en marcha, así como su seguimiento, evaluación y actualización permanente en aras al cumplimiento de la Misión de Kontsumobide.**

El Modelo de Gestión refleja la forma en que Kontsumobide realizará y gestionará sus actividades de forma coherente con el marco estratégico definido sobre la base de un conjunto de principios fundamentales.

Independientemente de que Kontsumobide no se haya decantado por ningún referente para diseñar su modelo de gestión (EFQM, ISO 9000,...) el modelo responde a un conjunto de principios fundamentales que será necesario establecer para avanzar en la implantación de su modelo de gestión y orientar el trabajo a realizar en materia de **mejora de procesos.**

Considerando los referentes del entorno, así como los valores de Kontsumobide establecidos en su proceso de reflexión estratégica, los principios básicos del Modelo de Gestión de Kontsumobide son los siguientes:



### Principios básicos del Modelo de Gestión de Kontsumobide:

#### 1. **LIDERAZGO CON VISIÓN DE FUTURO**

Kontsumobide es el Organismo Autónomo creado por el Gobierno Vasco para definir, planificar, impulsar y ejecutar sus políticas en materia de consumo.

Para ello va a ser clave la implicación y liderazgo de la Dirección y sus equipos, de manera proactiva, con dinamismo y capacidad de anticipación y respuesta a nuevas necesidades y tendencias en una materia tan compleja y transversal como es el consumo.

## **2. LIDERAZGO CON CAPACIDAD DE GESTIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

Este liderazgo, además requiere capacidad para involucrar a otras administraciones y departamentos y establecer alianzas y mecanismos de cooperación con agentes diversos.

## **3. ENFOQUE A LA APORTACIÓN DE VALOR A PERSONAS CONSUMIDORAS Y USUARIAS Y OTROS GRUPOS DE INTERÉS**

Kontsumobide quiere ser percibido como un recurso útil y necesario para prevenir, evitar, reducir y solucionar conflictos en los actos de consumo y ser reconocido por su capacidad de generar confianza en las personas consumidoras y usuarias, así como en organizaciones empresariales y profesionales.

## **4. TRABAJO EN EQUIPO, IMPLICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS**

Su equipo de profesionales con presencia en los tres Territorios de la CAE constituye uno de los principales recursos de Kontsumobide para aportar valor a las personas consumidoras y usuarias. Un equipo de profesionales con claro compromiso con el Proyecto y alineados/as con los objetivos de la organización a partir de un modelo de gestión que impulsa la participación y el trabajo en equipo.

## **5. ORGANIZACIÓN EN RED (Red CIAC)**

La sintonía, alineamiento e implicación del conjunto de agentes implicados en la protección de las personas consumidoras y usuarias en Euskadi (Kontsumobide y sus Servicios Territoriales y Centros de Formación, OMICs, Asociaciones de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias) constituyen las claves de uno de los principios básicos del Modelo de Gestión de Kontsumobide. Se trata de coordinar actuaciones, aunar criterios de gestión, cooperar y aprovechar sinergias en beneficio de las personas consumidoras y usuarias y la sociedad en general.

## **6. ENFOQUE EN BASE A PROCESOS**

El enfoque en base a procesos como Principio básico del Modelo de Gestión de Kontsumobide se sustenta en la necesidad de la Organización de revisar y mejorar las actividades que desarrolla (mejora continua), homogeneizar respuestas y formas de actuación, sistematizando, estandarizando y procedimentando actividades y clarificando responsabilidades, así como estableciendo los mecanismos necesarios para su gestión.

## **7. CULTURA DE EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA.**

La cultura de la evaluación y mejora continua como principio del Modelo de Gestión de Kontsumobide está ligada a algunos de los principales valores de la organización como la calidad, la eficacia y la eficiencia.

El Modelo de gestión de Kontsumobide promueve la coordinación y aprovechamiento de los recursos existentes, la adecuación progresiva de estructuras y recursos a los requerimientos que plantea la ejecución efectiva del Plan Estratégico del Instituto, su seguimiento, evaluación y adecuación a nuevas situaciones y escenarios que se vayan generando a lo largo del tiempo.

La cultura de evaluación y mejora continua permite incidir en los ámbitos de mejora identificados en el Plan Estratégico y avanzar en los factores determinantes de éxito de sus diferentes ámbitos de actividad y servicios.

Estos siete principios básicos del Modelo de Gestión han sido considerados en la realización de una reflexión estratégica con visión a medio-largo plazo que se materializa en el Plan Estratégico de Kontsumobide como herramienta de gestión de carácter cuatrienal.

## MAPA DE PROCESOS

El Modelo de Gestión incluye un **mapa de procesos** que queda conforme lo recogido en los siguientes gráficos:

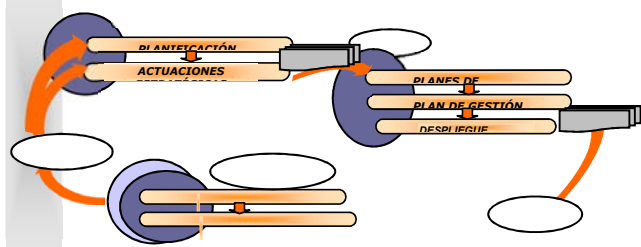


## DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

### Plan Estratégico de Kontsumobide

### Plan de Gestión

### Gestión de alianzas y grupos de interés

MISIÓN		ALCANCE	
<p>Liderar la organización con visión de medio-largo plazo y definir el marco estratégico y posicionamiento futuro de KONTSUMOBIDE, estableciendo los objetivos a alcanzar y las líneas estratégicas y actuaciones a desarrollar desde la propia organización y/o en colaboración con su red de aliados, en aras de la máxima aportación de valor, satisfacción y respuesta a necesidades y expectativas de las personas consumidoras y usuarias y el resto de grupos de interés.</p> <p>Desde la reflexión estratégica elaborar con carácter cuatrienal el Plan Estratégico de la organización y realizar su despliegue a través de del Plan de Gestión anual, estableciendo los objetivos a cumplir y las actuaciones a desarrollar en el año, así como los recursos necesarios que se van a emplear para ello.</p> <p>Todo ello siguiendo el ciclo de la Dirección Estratégica (PDCA) y un enfoque de gestión por procesos.</p>		<p>La Dirección Estratégica supone el proceso que contempla desde la realización de una reflexión estratégica liderada por la Dirección con visión a medio-largo plazo, y que se materializa en el Plan Estratégico como herramienta de gestión de carácter cuatrienal, hasta su despliegue en los planes de gestión anuales y los procesos de la organización, conectando de este modo el medio-largo plazo con la actuación del día a día. Incluye también los sistemas y herramientas de seguimiento, evaluación y control.</p> 	
<b>PROPIETARIO</b>	Dirección General	<b>CLIENTE</b>	Grupos de interés
<b>EQUIPO</b>	Responsables de las Áreas y Responsables de los Servicios Territoriales		
<b>PROCESO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		
Plan Estratégico de Kontsumobide	Disponer de una herramienta de gestión que establezca el marco estratégico de la organización (Misión, Visión y Valores), así como los Objetivos Estratégicos a alcanzar en el período de vigencia del Plan (cuatro años) y las líneas de actuación a desarrollar que permitan realizar un seguimiento del Plan y evaluar en el tiempo la consecución de los objetivos marcados en el corto-medio y largo plazo.		
Plan de gestión	Traducir los Objetivos estratégicos y líneas de actuación definidas en el Plan Estratégico a objetivos anuales cuantificables y a acciones concretas a ejecutar por la organización con sus propios recursos y/o en colaboración con su red de aliados y resto de agentes implicados, estableciendo los responsables, plazos y recursos necesarios para llevarlas a cabo, de manera que se pueda realizar un seguimiento y control en el tiempo de su grado de ejecución.		
Gestión de alianzas y grupos de interés	Desarrollar y promover alianzas y colaboraciones con otros agentes para cumplir la Misión, y alcanzar la Visión y objetivos de Kontsumobide, siendo un elemento clave y estratégico la aportación de valor y la satisfacción de sus grupos de interés respondiendo a sus necesidades y expectativas coherentes con la Misión del propio Instituto.		



## INFORMACIÓN, FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

### Realización de estudios

### Gestión de la formación

### Información y Comunicación

### Comisión Consultiva de Consumo

MISIÓN		ALCANCE	
<p>Diseñar y desarrollar campañas y acciones de comunicación e informativas, así como planes y programas de formación que respondan a las necesidades, retos y nuevas tendencias en materia de consumo y de protección de las personas consumidoras y usuarias.</p> <p>Comunicar la Misión, objetivos y servicios de Kontsumobide y proyectar su imagen hacia el exterior.</p> <p>Velar por los intereses de las personas consumidoras y usuarias en la regulación de diferentes materias que puedan afectarles.</p>		<p>El proceso abarca actividades relativas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al diseño y desarrollo de planes y programas de formación en materia de consumo para diferentes públicos objetivo</li> <li>- la gestión de los centros de formación pertenecientes al propio Instituto</li> <li>- Diseño y desarrollo de campañas y acciones de información y comunicación, así como la gestión de los contenidos y los medios utilizados.</li> <li>- Emisión de comunicaciones en situaciones de crisis o conflictos de consumo</li> <li>- Emisión de informes de la Comisión Consultiva de Consumo</li> </ul>	
PROPIETARIO	Responsable del área de Información, formación y comunicación	CLIENTE	Grupos de Interés
EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico de Información y Técnico de Formación área de Información, formación y comunicación.</li> <li>• 1 Rble. de Servicio Territorial,</li> <li>• 1 Técnico/a de Consumo, 1 Inspector/a, 1 Asesor/a Jurídico/a</li> </ul>		
PROCESO	DESCRIPCIÓN		
Realización de estudios	Elaboración y difusión de estudios, análisis y encuestas sobre temáticas diversas relacionadas con el consumo y/o sobre el propio Kontsumobide o servicios y actividades concretas desarrolladas por el Instituto.		
Gestión de la formación	Identificación de públicos objetivo, detección de necesidades específicas, diseño, programación y desarrollo de acciones formativas dirigidas a diferentes segmentos de población consumidora y usuaria en la CAE, así como a otros públicos objetivo del Instituto, utilizando los canales, medios y herramientas formativas más adecuadas. (Gestión de proveedores)		
Información y Comunicación	Diseño, elaboración y desarrollo de campañas y acciones o contenidos de información y comunicación a través de los diferentes canales (web, redes sociales, etc) que den respuesta a las necesidades de información detectadas por el Instituto, así como a sus objetivos de comunicación y proyección exterior. Actualización de contenidos e informaciones en los diferentes canales utilizados por el Instituto y respuesta inmediata ante conflictos de consumo.		
Emisión de informes de la Comisión Consultiva de Consumo	Elaboración de las disposiciones de carácter general dictadas en desarrollo de la Ley y, en general, en todos los demás casos en que se regulen materias que afecten a los intereses de las personas consumidoras y usuarias.		

## RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

### Atención de consultas

### Gestión de denuncias, quejas y reclamaciones

### Arbitraje

### Gestión de expedientes sancionadores

MISIÓN		ALCANCE	
<p>Proporcionar un servicio eficaz y eficiente a la ciudadanía y poner a su disposición los medios necesarios para resolver los posibles conflictos que pudieran generarse derivados de sus actos de consumo, desde el conocimiento de sus derechos y también responsabilidades, así como las vías existentes para la resolución de conflictos y las capacidades de actuación del Instituto.</p>		<p>El proceso recoge las actividades de</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesoramiento y resolución de consultas de las personas usuarias-consumidoras en materia de consumo</li> <li>- Tramitación y actividades dirigidas a la resolución de conflictos entre las partes y a la protección y defensa de las personas consumidoras.</li> </ul>	
PROPIETARIO	Responsable del área de Reclamaciones, Mediación y Arbitraje	CLIENTE	Personas Consumidoras y Usuarias
EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 Rble. de Servicios Territoriales</li> <li>• 1 Técnico/a de Arbitraje/Técnico/a de Consumo, 1 Inspector/a, 1 Asesor/a Jurídico/a</li> </ul>		
PROCESO	DESCRIPCIÓN		
Atención de consultas de Consumo	Actividades de asesoramiento e información dirigidas a personas consumidoras y usuarias a través de los diferentes canales habilitados en el propio Instituto. Incluye también la coordinación de la actividad realizada en este mismo sentido desde otros agentes de la red (homogeneidad de criterios)		
Gestión de denuncias, quejas y reclamaciones	Tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias presentadas por las personas consumidoras y usuarias ante Kontsumobide, incluyendo la mediación entre las partes para la resolución del conflicto. Incluye también la coordinación de la actividad realizada en este mismo sentido desde otros agentes de la red (homogeneidad de criterios)		
Arbitraje	Arbitraje institucional de resolución extrajudicial, de carácter vinculante y ejecutivo para ambas partes, de los conflictos surgidos entre las personas consumidoras y usuarios y las empresas o profesionales en relación a los derechos legal o contractualmente reconocidos a la persona consumidora. Incluye también actividades relativas a la promoción y difusión del mismo y de actualización del registro de empresas adheridas al sistema.		
Gestión de expedientes sancionadores	La instrucción y tramitación de expedientes sancionadores en orden a corregir las infracciones detectadas en materia de defensa de las personas consumidoras y usuarias		

## CONTROL DE MERCADO

### Redes de alerta

### Planificación y desarrollo de campañas de inspección

### Gestión de expedientes sancionadores

MISIÓN		ALCANCE	
Asegurar la seguridad y el cumplimiento de la legislación en materia de Consumo por parte de los productos y servicios que son puestos en el mercado.		Planificación y desarrollo de actividades inspectoras que den respuesta a <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campañas de Inspección destinadas a controlar sectores o actividades concretas</li> <li>- Redes de alerta comunicadas por otras entidades con competencia en consumo</li> </ul>	
PROPIETARIO	Responsable del Área de Inspección y Control de Mercado	CLIENTE	Personas Consumidoras y Usuarías
EQUIPO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico de Consumo del área de Inspección y Control de Mercado</li> <li>• 1 Rble. de Servicios Territoriales,</li> <li>• 3 Inspectores/as (1 por cada Territorio)</li> </ul>		
PROCESO	DESCRIPCIÓN		
Redes de alerta	Planificación, generación de protocolos de inspección unificados así como la realización y seguimiento de actuaciones inspectoras dirigidas a garantizar que los productos que se pongan en el mercado sean seguros y, en su caso, suspender la comercialización y distribución del producto defectuoso hasta que se subsanen sus defectos o, si no es posible, se proceda a su destrucción. Afecta a todo producto o servicio destinado a la persona consumidora y usuaria, a nivel autonómico, estatal y europeo, que se haya demostrado que no es seguro y se ha notificado a través del Sistema de Intercambio Rápido de Información (SIRI) integrado en un Sistema Europeo de Alertas (RAPEX) formado por las Administraciones Autonómicas, Estatales (Instituto Nacional de Consumo) y Europeas.		
Planificación y desarrollo de la actividad de inspección	Planificar, diseñar y controlar la ejecución de protocolos de control con el fin de comprobar la adecuación a la normativa vigente de algunos productos y servicios puestos a disposición de las personas consumidoras. Realizar otras actuaciones inspectoras que estén dirigidas al control del mercado (inspecciones de oficio...) y coordinar la colaboración en esta materia de otros agentes de la red u otros cuerpos inspectores.		
Gestión de expedientes sancionadores	La instrucción y tramitación de expedientes sancionadores en orden a corregir las infracciones detectadas en materia de defensa de las personas consumidoras y usuarias		

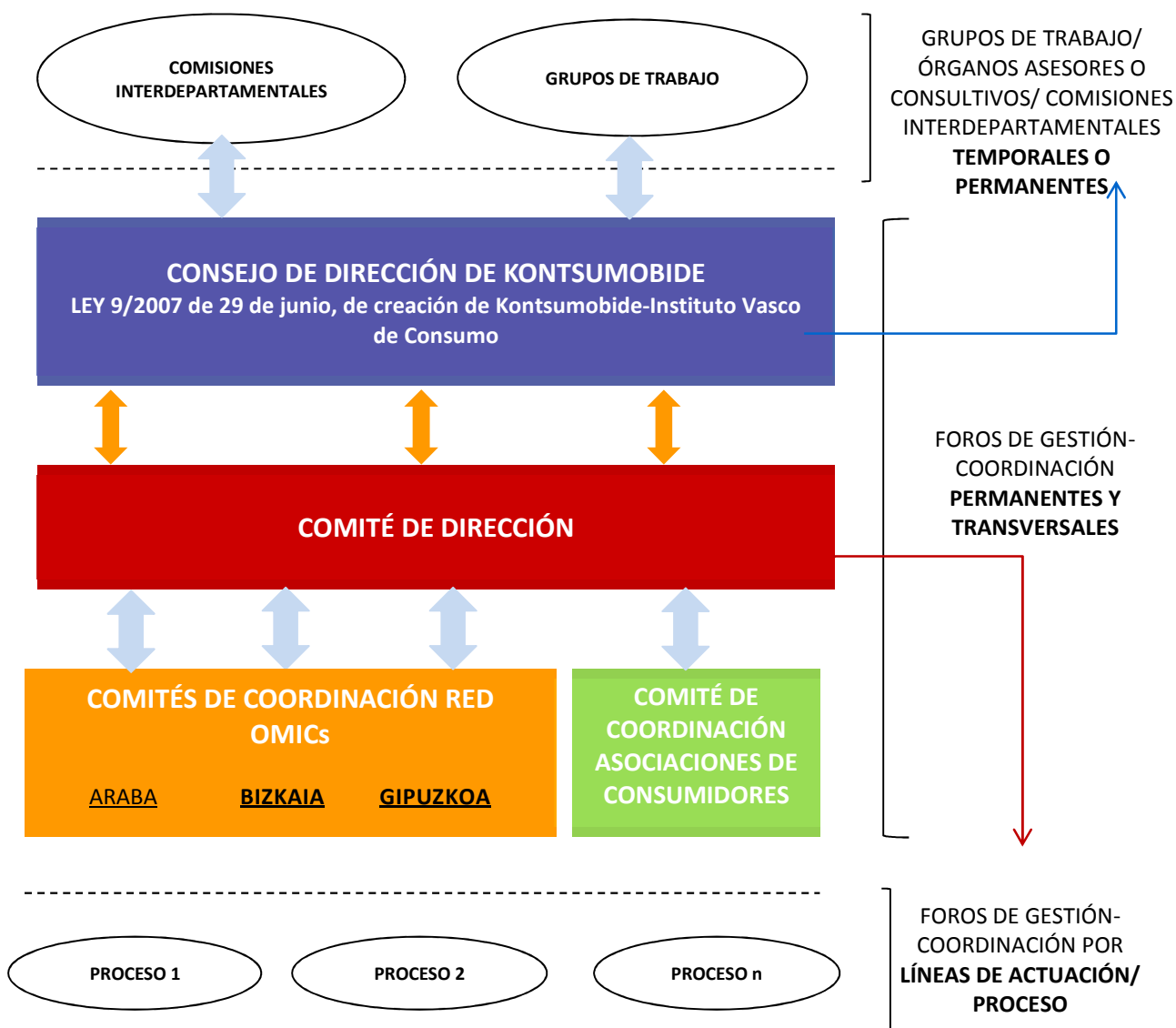
## PROCESOS DE APOYO

PROCESO	DESCRIPCIÓN
Económico-Financiero	Capacitar a los procesos con los recursos económicos necesarios para desarrollar su actividad. Proporcionar información y asesorar a la Dirección para la gestión y administración de la Organización.
Personas	Promover el desarrollo personal y profesional de las personas mejorando su nivel de satisfacción respecto a la organización y promoviendo la adecuación y desarrollo de sus competencias adecuadas a KONTSUMOBIDE.
Infraestructuras	Gestionar los medios, equipos e instalaciones necesarias para dar soporte a la actividad del Instituto.
Contratación	Realizar la selección, aprobación, contratación y evaluación de proveedores con el fin de asegurar la capacidad de los mismos para suministrar productos o servicios conformes con los requisitos especificados.
Gestión de la red	Diseño y establecimiento de medidas dirigidas a mejorar la coordinación entre el Instituto y sus agentes colaboradores (OMICs y Asociaciones de Consumidores) de cara al desarrollo homogéneo de las sistemáticas de actuación definidas, garantizando la calidad y la equidad en la atención de las personas consumidoras y usuarias de la CAE independientemente de la puerta de acceso.
Asesoramiento jurídico y desarrollo normativo	Prestar asesoramiento jurídico al propio Instituto. Desarrollar y actualizar la normativa necesaria para la máxima protección de las personas consumidoras y usuarias en la CAE, así como para el desarrollo de las propias competencias y actividades del Instituto.

## 7.2. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

De cara a garantizar un eficaz y eficiente seguimiento del Plan Estratégico de Kontsumobide se elaborarán **Planes Anuales de Actuación** que tomando como referencia el marco estratégico general priorizarán las acciones a realizar en cada ejercicio asignando recursos para ello.

Se pretende trabajar con un sistema de **evaluación continua** y para ello, se realizará seguimiento y contraste de lo acordado conforme a distintos órganos y foros de gestión y coordinación, tal y como se recoge en el gráfico siguiente:



Los distintos órganos implicados en la elaboración de los Planes Anuales de Gestión, así como en el seguimiento y evaluación de los mismos y, por ende, de la ejecución del Plan Estratégico acorde a las necesidades del momento, serán:

- **Consejo de Dirección de Kontsumobide.**

Es el máximo órgano de Kontsumobide y constituye un foro de gestión de carácter permanente. Se reúne un mínimo de dos veces al año y son funciones suyas:

- Aprobar el reglamento de régimen interior
- Aprobar los programas de actuación anuales y efectuar su seguimiento
- Aprobar los anteproyectos de presupuestos del Instituto
- Aprobar las cuentas y las memorias anuales
- Debatir todas las cuestiones relacionadas con la política de defensa y protección de las personas consumidoras y usuarias, por iniciativa de la Presidencia, de la Dirección o de los miembros del consejo.
- Ser informado sobre las propuestas de disposiciones de carácter general impulsadas por el Instituto y debatirlas
- (Podrá crear grupos de trabajo temporal o permanente e impulsar la creación de órganos asesores y consultivos y comisiones interdepartamentales, con la finalidad de estudiar cuestiones y formular propuestas relacionadas con la protección de la persona consumidora. La composición, funciones y régimen de sesiones deberán ser especificados en cada caso por el Consejo de Dirección)

- **Comité de Dirección**

Es el foro de gestión de carácter permanente, con reuniones cuando menos mensuales. Está compuesto por las personas responsables de las 4 unidades de Kontsumobide (Planificación, Estudios, Información y Formación; Reclamaciones, Mediación y Arbitraje; Inspección y Control de Mercados y Servicios Generales) así como las 3 personas responsables de los Servicios Territoriales de Araba, Bizkaia y Gipuzkoa y la Dirección de Kontsumobide.

Este órgano tiene como funciones:

- Impulso a la ejecución y actualización del Plan Estratégico de Kontsumobide, así como a su despliegue al conjunto de la organización y red de alianzas y/o agentes implicados.
- Coordinación y seguimiento del cumplimiento de los objetivos del PEK y la ejecución de las actuaciones previstas.
- Detección de desviaciones en el desarrollo del Plan y puesta en marcha medidas correctoras.
- Coordinación y aprovechamiento de sinergias entre áreas y oficinas, así como con el resto de agentes de la Red CIAC
- Elaboración del Plan de Gestión anual

- **Comités de Coordinación Red OMICs**

Es un foro de gestión de carácter permanente conformado por las personas responsables de los tres servicios territoriales de Kontsumobide, representantes de las OMICs y al cual, en función de los temas a tratar se podrán integrar responsables de otras unidades o áreas de Kontsumobide, con las siguientes funciones:

- Transmitir criterios de actuación y de adopción de decisiones claros y homogéneos.
- Coordinar la información a facilitar tanto a las personas consumidoras y usuarias como a las empresas para su conocimiento de la normativa reguladora de consumo
- Seguimiento y coordinación de la labor de las OMICs (atención de consultas, reclamaciones, inspección y control, etc)
- Identificación de necesidades de información-formación y programación de acciones formativas para mejorar la atención a las personas consumidoras y usuarias y la equidad en la atención y respuesta a sus necesidades de información, formación y protección en el conjunto del territorio de la CAE.

- **Comité de Coordinación Asociaciones de Personas Consumidoras**

Se trata de un foro de gestión de carácter permanente conformado por la persona responsable de la Unidad de Reclamaciones, Mediación y Arbitraje así como representantes de las organizaciones de personas consumidoras y usuarias de Euskadi con las siguientes funciones:

- Transmitir criterios de actuación y de adopción de decisiones claros y homogéneos.
- Coordinar la información a facilitar
- Seguimiento de la actividad realizada por las Asociaciones de personas consumidoras (denuncias, consultas, reclamaciones, juicios, etc) y establecimiento de procedimientos de colaboración
- Identificación de necesidades de información-formación y programación de acciones formativas para mejorar la atención a las personas consumidoras y usuarias y la equidad en la atención y respuesta a sus necesidades de información, formación y protección en el conjunto del territorio de la CAE.

- **Grupos de trabajo según procesos.**

Atendiendo a los distintos procesos identificados durante la elaboración del Plan Estratégico, se han conformado grupos de trabajo integrados por personal profesional de Kontsumobide de diferentes unidades y servicios territoriales. Constituyen así foros de gestión de carácter permanente cuyas funciones son:

- Definir los objetivos anuales del proceso en cuestión en coherencia

con los objetivos generales del Plan Estratégico.

- Aportar en la elaboración y definición del plan de acción anual
- Desplegar los objetivos y planes de acción al conjunto de la organización
- Realizar el seguimiento de los objetivos del proceso
- Realizar la gestión de las incidencias surgidas en el proceso
- Identificar ámbitos de mejora del proceso y gestionar las acciones de mejora



## MARCO NORMATIVO DEL PLAN

El Plan Estratégico de Kontsumobide se encuentra perfectamente alineado y en sintonía con la normativa y legislación vigente en materia de consumo tanto en la Comunidad Autónoma de Euskadi como a nivel del Estado español.

La siguiente tabla recoge la relación de normas en materia de consumo sobre las que se apoya el trabajo de Kontsumobide.

Normativa de Euskadi	
<b>LEY 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarías.</b>	(Modificada por la Ley 9/2007, de 29 junio: deroga el art. 67; por la Ley 7/2008, de 25 junio: modifica los arts. 53.1 y 62; y por la Ley 2/2012, de 9 febrero: modifica los arts. 40.4, 41 y 42, y añade la Disposición Adicional 2ª).
<b>LEY 9/2007, de 29 de junio, de creación de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo.</b>	
<b>DECRETO 159/2011, de 12 de julio, de estructura y organización de Kontsumobide-Instituto Vasco de Consumo.</b>	
<b>DECRETO 5/1997, de 14 de enero, por el que se regulan las hojas de reclamaciones de los consumidores y usuarios en la Comunidad Autónoma del País Vasco</b>	
<b>DECRETO 123/2008, de 1 de julio, sobre los derechos lingüísticos de las personas consumidoras y usuarias.</b>	
<b>LEY 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.</b>	
<b>DECRETO 224/1983, de 17 de octubre, por el que se regulan las excepciones respecto de la exhibición de los precios, en escaparates.</b>	
Normativa estatal	
<b>REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.</b>	(Modificada, entre otras, por la <b>Ley 3/2014, de 27 marzo</b> )
<b>LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad</b>	
<b>LEY 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal</b>	
<b>LEY 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.</b>	
<b>LEY 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.</b>	
<b>LEY 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.</b>	
<b>REAL DECRETO 3423/2000, de 15 de diciembre, por el que se regula la indicación de los precios de los productos ofrecidos a los consumidores y usuarios</b>	
<b>REAL DECRETO 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos</b>	
Arbitraje	

<b>LEY 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje</b>	
<b>LEY 11/2011, de 20 de mayo, de reforma de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje y de regulación del arbitraje institucional en la Administración General del Estado</b>	
<b>LEY ORGÁNICA 5/2011, de 20 de mayo, complementaria a la Ley 11/2011, de 20 de mayo, de reforma de la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje y de regulación del arbitraje institucional en la Administración General del Estado para la modificación de la Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial</b>	
<b>REAL DECRETO 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo.</b>	(Modificado por <b>Real Decreto 863/2009, de 14 de mayo</b> ).