

## Programa presupuestal 0114



**Aspectos generales del diseño del Programa Presupuestal**

**PROBLEMA IDENTIFICADO**

Creciente incidencia de denuncias en materia de consumo

**POBLACIÓN OBJETIVO**

Consumidores que presentan conflictos en sus relaciones de consumo y utilizan los servicios del Indecopi

**RESULTADO ESPECÍFICO**

Reducción de la incidencia de denuncias en materia de consumo

**SECTOR**

Presidencia del Consejo de Ministros

**ENTIDAD RESPONSABLE DEL PP**

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi

**NIVELES DE GOBIERNO QUE PARTICIPAN EN LA EJECUCIÓN DEL PP**

Gobierno Nacional

**Responsables del PP**

**Responsable técnico del PP**

Nombre: **Anahí Chávez Ruesta**

Cargo: Directora de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor

E-mail: [achavez@indecopi.gob.pe](mailto:achavez@indecopi.gob.pe)

Teléfono: 224-7800 – Anexo 3900

**Coordinador territorial**

Nombre: ----

Cargo: ---

E-mail: ---

Teléfono:---

**Coordinador de seguimiento y evaluación**

Nombre: **Minerva Mayorga Silva**

Cargo: Gerente de Planeamiento y Gestión Institucional

E-mail: [mmayorga@indecopi.gob.pe](mailto:mmayorga@indecopi.gob.pe)

Teléfono: 224-7800 – Anexo 5500

## Matriz lógica

Descripción	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Resultado específico</b>			
Reducción de la incidencia de denuncias en materia de consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de crecimiento de las denuncias en materia de consumo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro de denuncias de las áreas de protección al consumidor del Indecopi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El principal supuesto es que los consumidores conocen y acceden a los mecanismos de solución de controversias más eficientes.</li> <li>No se contempla variaciones sustantivas del marco normativo.</li> <li>La tasa de crecimiento de la economía y el empoderamiento a los consumidores con respecto a sus derechos no provoca una mayor incidencia en la tasa de crecimiento de las denuncias.</li> </ul>
<b>Productos</b>			
<b>3000644</b> Agentes de relación de consumo adecuadamente informados sobre sus derechos y obligaciones	Porcentaje de agentes que conocen sus derechos y obligaciones básicas sobre temas de protección al consumidor	Indecopi, Encuesta de Consumidores y de Proveedores; y Reportes de seguimiento y monitoreo del programa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los agentes buscan distintas facilidades de acceso a los distintos canales de comunicación empleados.</li> <li>Los agentes valoran y acceden a la información difundida a través de los distintos canales de comunicación empleados.</li> <li>Los consumidores luego de recibir la información o participar en los programas de capacitación actúan diligentemente, es decir, comparan bienes y proveedores, y revisan la información necesaria para efectuar una decisión de consumo informada.</li> </ul>
<b>3000645</b> Proveedores sujetos a procesos de verificación del cumplimiento normativo	Porcentaje de investigaciones en los que se verificó que los supervisados modificaron su conducta	Acciones de supervisión que permitan evidenciar la corrección de la conducta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los incumplimientos a la normativa de protección al consumidor por parte de los proveedores pueden ser detectados por la Autoridad.</li> <li>Existe normatividad adecuada que permite procesar las faltas administrativas de los proveedores.</li> </ul>
<b>3000555</b> Consumidores con mecanismos alternativos de solución de	Porcentaje de solicitudes de atención respecto del número de denuncias presentadas	Sistemas informáticos del SAC y los registros administrativos de	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas de gobierno electrónico implementadas permiten generar una cultura de interacción virtual entre los administrados y el Estado.</li> <li>El uso de herramientas tecnológicas por la población en</li> </ul>

controversias en materia de consumo		los Centros Arbitrales.	<p>sus transacciones comerciales mantiene una tendencia creciente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El uso de herramientas tecnológicas por la población mantiene una tendencia creciente para la presentación de reclamos y solicitudes de asesorías.</li> <li>▪ La cobertura de las telecomunicaciones y en específico del servicio de internet continúa incrementándose a nivel nacional.</li> <li>▪ Los consumidores consideran el arbitraje como una alternativa eficiente para solución de conflicto de consumo.</li> <li>▪ Las empresas perciben el sistema de arbitraje como un factor de competencia en los mercados de sus productos.</li> </ul>
<b>Actividades</b>			
<p><b>5004979</b></p> <p>Difusión e investigación sobre temas de consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de campañas de difusión desarrolladas e implementadas; y número de personas beneficiadas con las campañas de difusión</li> </ul>	<p>Reporte de cobertura de las campañas y capacitaciones desarrolladas por DPC y GPD</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los agentes valoran y acceden a la información difundida a través de los distintos canales de comunicación empleados.</li> <li>▪ Los consumidores luego de recibir la información o participar en los programas de capacitación actúan diligentemente, es decir, comparan bienes y proveedores, y revisan la información necesaria para efectuar una decisión de consumo informada.</li> </ul>
<p><b>5004980</b></p> <p>Capacitación sobre temas de consumo</p>	<p>Número de personas participantes en las actividades académicas; y número de actividades académicas desarrolladas e implementadas</p>	<p>Registro del número de personas inscritas en las actividades académicas de la ECP.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los consumidores luego de recibir la información o participar en las actividades de capacitación actúan diligentemente, es decir, comparan bienes y proveedores, y revisan la información necesaria para efectuar una decisión de consumo informada.</li> </ul>
<p><b>5004981</b></p> <p>Implementación de canales virtuales informativos para las relaciones de consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de herramientas desarrolladas sobre información al consumidor</li> </ul>	<p>Reportes de la Gerencia de Tecnologías de la Información - Indecopi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los agentes valoran y acceden a la información difundida a través de los distintos canales de comunicación empleados.</li> </ul>

<p><b>5004982</b></p> <p>Fiscalización y supervisión de proveedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de expedientes de supervisión iniciados en sectores priorizados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reportes de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización - Indecopi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los incumplimientos a la normativa de protección al consumidor por parte de los proveedores pueden ser detectados por la Autoridad.</li> <li>▪ Existe normatividad adecuada que permite procesar las faltas administrativas de los proveedores.</li> </ul>
<p><b>5004983</b></p> <p>Desarrollo de herramientas tecnológicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de herramientas tecnológicas desarrolladas sobre fiscalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reportes de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización y la Gerencia de Tecnología de la Información de Indecopi.</li> </ul>	
<p><b>5004984</b></p> <p>Implementación de acciones para reforzar la eficiencia y eficacia resolutive</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expediente resuelto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reportes de áreas resolutive (CPC y SPC)</li> </ul>	
<p><b>5004232</b></p> <p>Asesorías, mediación y conciliación en materia de consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de solicitudes atendidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistema informático del SAC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las políticas de gobierno electrónico implementadas permiten generar una cultura de interacción virtual entre los administrados y el Estado.</li> <li>▪ El uso de herramientas tecnológicas por la población en sus transacciones comerciales mantiene una tendencia creciente para la presentación de reclamos y solicitudes de asesorías.</li> <li>▪ La penetración de las telecomunicaciones y en específico del servicio de internet continúa incrementándose a nivel nacional.</li> </ul>
<p><b>5004233</b></p> <p>Arbitraje en materia de consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de solicitudes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registros administrativos de la DPC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los consumidores consideran el arbitraje como una alternativa eficiente para solución de conflicto de consumo.</li> <li>▪ Las empresas perciben el sistema de arbitraje como un factor de competencia en los mercados de sus productos.</li> </ul>

## Productos del Programa

<b>Detalle del producto</b>	
<b>Producto 3000644 Agentes de relación de consumo adecuadamente informados sobre sus derechos y obligaciones</b>	
<b>Unidad de medida: 581 Agente</b>	
¿Quién recibe el producto o sobre quién se interviene? –Grupo poblacional que recibe el producto.	Los agentes (consumidores y proveedores) que son parte de una relación de consumo
¿Qué bienes y/o servicios –específicos– recibirá dicho grupo poblacional?	Recibirán información sobre temas de protección al consumidor (derechos de los consumidores y obligaciones de los proveedores) y sobre mecanismos de solución de conflictos.
¿Cuál es la modalidad de entrega del producto a dicho grupo poblacional?	La modalidad de entrega del producto es a través de charlas, talleres, capacitaciones en temas de protección al consumidor, campañas de difusión y promoción sobre los mecanismos de solución de conflictos y el desarrollo e implementación de un portal Informativo especializado en temas de consumo.
¿Quién realiza la entrega del producto?	Se entregará a través de la Sede Central en Lima y a través de la Gerencia de Oficinas Regionales (GOR) a nivel nacional. La Dirección de Protección al Consumidor (DPC) será el área encargada de liderar el diseño y entrega del producto en coordinación con la Gerencia de Promoción y Difusión (GPD) del Indecopi.
¿Dónde se entrega el producto?	Se realizará de manera presencial en Lima a través de la Sede Central y en provincias a través de las Oficinas Regionales (GOR); las cuales podrán derivar el lugar de entrega a varios puntos de la ciudad.

<b>Detalle del producto</b>	
<b>Producto 3000645 Proveedores sujetos a procesos de verificación del cumplimiento normativo</b>	
<b>Unidad de medida: 053 Expediente resuelto</b>	
¿Quién recibe el producto o sobre quién se interviene? –Grupo poblacional que recibe el producto.	Los proveedores de los sectores priorizados (se prioriza los sectores, temas y proveedores con mayores incidencias de reclamos y denuncias y según la cantidad potencial de consumidores afectados por sector)
¿Qué bienes y/o servicios –específicos– recibirá dicho grupo poblacional?	Acciones de supervisión y fiscalización impactarán en la corrección de la conducta infractora de los proveedores y con ello los consumidores estarán menos expuestos a un comportamiento oportunista de los primeros en una relación de consumo

¿Cuál es la modalidad de entrega del producto a dicho grupo poblacional?	Las acciones de supervisión y fiscalización son delegadas por las Secretarías Técnicas de las Comisiones de Protección al Consumidor a la Gerencia de Supervisión y Fiscalización (GSF), para que ésta programe las acciones de supervisión, desarrolle el procedimiento administrativo sancionador de oficio y, en caso de verificar la existencia de un incumplimiento, proponga las medidas correctivas y sanciones.
¿Quién realiza la entrega del producto?	La Gerencia de Supervisión y Fiscalización (GSF) y los Órganos Resolutivos (SPC y CPC).
¿Dónde se entrega el producto?	La Supervisión y Fiscalización (los procedimientos sancionadores) a nivel regional está a cargo de la GSF. Esta requerirá el apoyo de la Gerencia de Oficinas Regionales (GOR) para coordinar con las Oficinas Regionales (ORI).

<b>Detalle del producto</b>	
<b>Producto 3000555 Consumidores con mecanismos alternativos de solución de controversias en materia de consumo</b>	
<b>Unidad de medida: 476 Solicitud</b>	
¿Quién recibe el producto o sobre quién se interviene? –Grupo poblacional que recibe el producto.	Consumidores a nivel nacional
¿Qué bienes y/o servicios –específicos– recibirá dicho grupo poblacional?	El producto comprende tres mecanismos alternativos de solución de controversias: <sup>1</sup> la mediación, la conciliación y el arbitraje. Con ellos se busca ofrecer a los consumidores y proveedores alternativas –distintas a la denuncia administrativa– para la resolución de sus conflictos de forma célere y eficaz.
¿Cuál es la modalidad de entrega del producto a dicho grupo poblacional?	La entrega del producto se hará ofreciendo más canales de acceso a los servicios con un centro de contacto enmarcado en herramientas de gobierno electrónico (atenciones virtuales, interactivas y llamadas telefónicas).
¿Quién realiza la entrega del producto?	Los servicios de asesoría, mediación y conciliación se realizarán a través del Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) y la Gerencia de Oficinas Regionales (GOR) y para la implementación del sistema de arbitraje de consumo estará a cargo de la DPC.
¿Dónde se entrega el producto?	La mediación y conciliación, dichos servicios son actualmente brindados en el SAC del Indecopi a nivel nacional y para el caso de controversias de alta complejidad, la DPC se encargará de implementar un sistema de arbitraje de consumo (en dos regiones del interior del país), tomándose como base el diseño

<sup>1</sup> La definición de los medios alternativos de solución de conflictos es la siguiente:

- La negociación es un mecanismo a través del cual las partes involucradas de manera directa evitan o superan un conflicto sin la intervención de un tercero.
- La conciliación es el medio alternativo para solucionar conflictos, a través del cual las partes resuelven directamente un litigio con la intervención o colaboración de un tercero que puede proponer fórmulas conciliatorias.
- La mediación es un mecanismo de resolución de conflictos, en cual un tercero imparcial busca facilitar la comunicación para que las partes por sí mismas sean capaces de resolver un conflicto.
- Cabe destacar que, en el arbitraje, las partes nombran a un tercero independiente, denominado árbitro, quien será el encargado de resolver el conflicto mediante la emisión de un laudo arbitral.

del piloto de arbitraje previsto a implementarse en Lima en el 2014.

### Actividades del Programa Presupuestal

Producto 3000644 Agentes de relación de consumo adecuadamente informados sobre sus derechos y obligaciones				
Actividad	Unidad de medida	Niveles de Gobierno que ejecutan		
		Nacional	Regional	Local
5004979 Difusión e investigación sobre temas de consumo	014 Campaña	X		
5004980 Capacitación sobre temas de consumo	086 Persona	X		
5004981 Implementación de canales virtuales informativos para las relaciones de consumo	587 Herramienta	X		

Producto 3000645 Proveedores sujetos a procesos de verificación del cumplimiento normativo				
Actividad	Unidad de medida	Niveles de Gobierno que ejecutan		
		Nacional	Regional	Local
5004982 Fiscalización y supervisión de proveedores	109 Supervisión	X		
5004983 Desarrollo de herramientas tecnológicas	587 Herramienta	X		
5004984 Implementación de acciones para reforzar la eficiencia y eficacia resolutive	053 Expediente resuelto	X		

Producto 3000555 Consumidores con mecanismos alternativos de solución de controversias en materia de consumo				
Actividad	Unidad de medida	Niveles de Gobierno que ejecutan		
		Nacional	Regional	Local
5004232 Asesorías, mediación y conciliación en materia de consumo	476 Solicitud	X		
5004233 Arbitraje en materia de consumo	476 Solicitud	X		