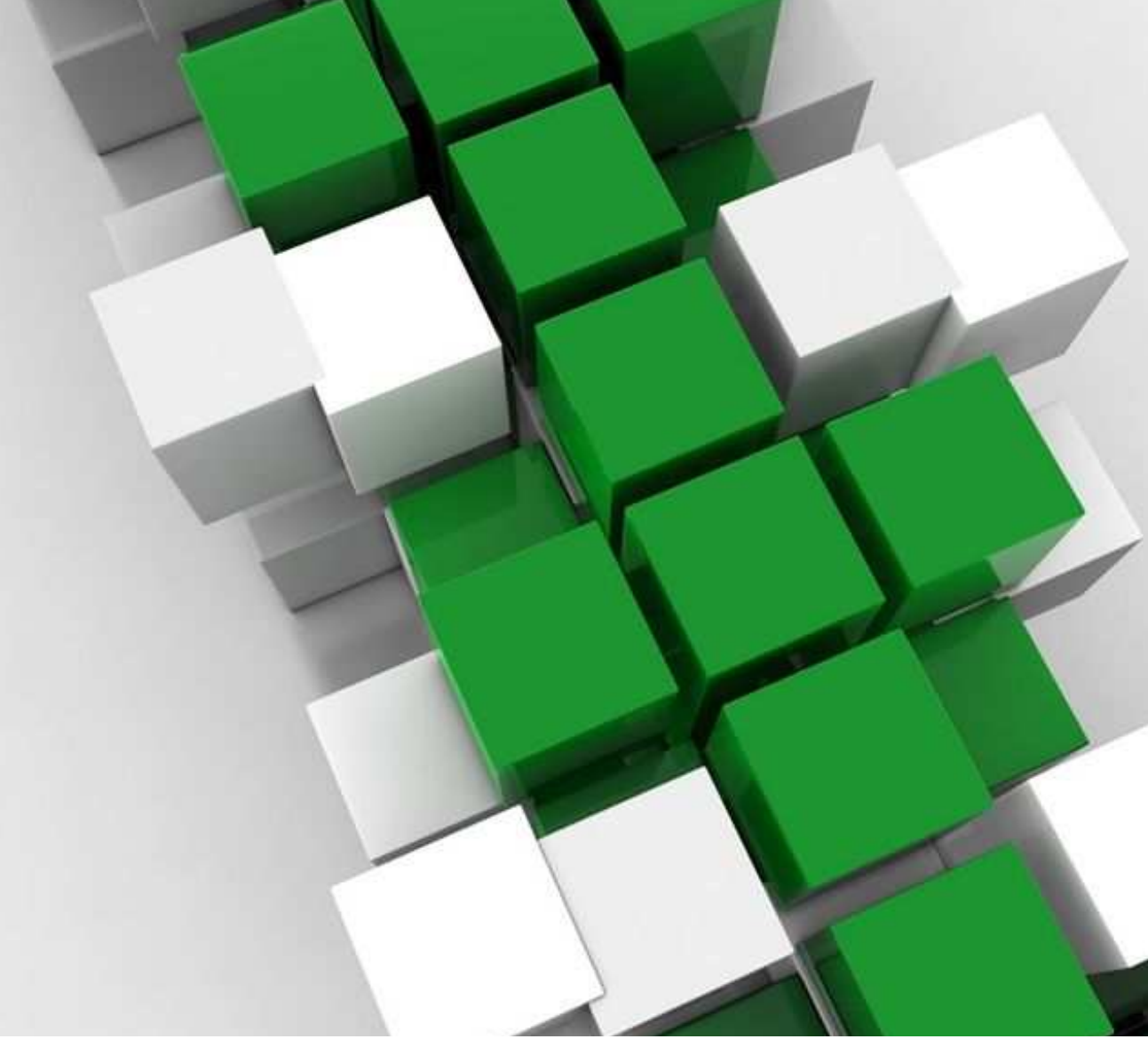
PLAN ESTRATÉGICO 2020-2024



consumur
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN RED

ÍNDICE

1 QUIÉNES SOMOS 4

2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES 8

3 LÍNEAS ESTRATÉGICAS 11

4 REVISIÓN Y SEGUIMIENTO 24

1 QUIÉNES SOMOS

1. QUIÉNES SOMOS

CONSUMUR es una organización de consumidores y usuarios dotada de personalidad jurídica propia, autonomía patrimonial y plena capacidad de obrar, de acuerdo con lo establecido en el artículo 22 y 51 de la Constitución Española; el 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; y la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.

CONSUMUR se rige por principios democráticos, de participación y con pleno respeto al pluralismo, carece de ánimo de lucro y es independiente de los poderes públicos y de cualquier otra organización u entidad política, religiosa, cultural, profesional o económica.

Nuestra finalidad

La Defensa, Representación, Información, Orientación, Educación y Formación de los asociados a la organización. Por extensión, estos fines abarcarán a todos los ciudadanos, en su calidad de consumidores y usuarios.

Objetivos

Entre los objetivos de la organización destacamos:

- La **defensa** y **protección** de los intereses generales de los ciudadanos, en su calidad de consumidores y usuarios, en especial de aquellos que se encuentren en una posición de inferioridad, subordinación, indefensión o desprotección.

- La **representación** a los ciudadanos, en su calidad de consumidores y usuarios, en todos aquellos órganos e instituciones donde se haga necesaria la defensa de los derechos y/o intereses de éstos.

- La promoción y la articulación de la i**nformación**, e**ducación** y f**ormación** del consumidor y usuario, y en particular de los socios de la organización, de modo que sean capaces y estén preparados, desde la infancia, para actuar como consumidores y usuarios conscientes, críticos y responsables.

- La **colaboración**, a todos los niveles, con las Administraciones.

- El establecimiento de **contacto** y **diálogo** con los interlocutores económicos de la producción, el comercio y los servicios y el impulso de la concertación, el acuerdo, la cooperación y mediación.

- El establecimiento de relaciones de **cooperación** y colaboración con las entidades sociales que persiguen objetivos y fines coincidentes con la organización.

- El fomento y la promoción de la **participación** de los ciudadanos en la vida pública, en su calidad de consumidores y usuarios, así como del **asociacionismo** y el **voluntariado**.

Pilares fundamentales

Los contenidos de este Plan Estratégico están inspirados en la política que la Junta Directiva de CONSUMUR quiere implantar dentro de la organización, basandose en los siguientes pilares:

Mejorar de manera continua la calidad de los servicios que la organización presta a la sociedad en general, incrementando el grado de satisfacción de los asociados.

Instaurar una política de gestión de la organización, fundamentada en los principios de eficiencia y eficacia

Implantar estrategias de recursos humanos que permitan lograr que el equipo humano se sienta motivado y comprometido con la organización

2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión

Defender los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, a través de la representación de los mismos y el asociacionismo de consumo, informándoles, sensibilizándoles y formándoles para que puedan actuar como consumidores y usuarios críticos y responsables.

Visión

Ser reconocida como organización referente en la defensa de los derechos de los consumidores y usuarios, desempeñanado su misión conforme a los valores definidos, todo ello con una clara orientación de servicio a la sociedad en general.

Valores

- **Independencia**, **objetividad** y **transparencia** en la gestión.
- **Responsabilidad**, **profesionalidad** y **lealtad** del equipo de la organización.
- Promoción de la **igualdad** de oportunidades.
- **Cooperación** y **participación**.
- **Innovación** y **adaptación** al cambio.

Nuestra misión, visión y valores son la base para la planificación de las actividades de CONSUMUR durante los próximos cuatro años

3 LÍNEAS ESTRATÉGICAS

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

A

LÍNEA ESTRATÉGICA A

Contribuir a la promoción de un modelo de organización participativo

A1 Fomentar la participación de los asociados en la consecución de los objetivos de la organización.

A2 Promover sinergias en el trabajo en equipo entre los órganos de gobierno, personal laboral, colaboradores y voluntarios.

A3 Realizar acciones que involucren y refuercen el papel de los diferentes grupos de interés dentro de la organización.

ACCIONES

1

Generar espacios abiertos de participación que permitan conocer las opiniones, intereses, iniciativas y propuestas tanto de los miembros de la organización como de la ciudadanía en general

2

Creación de una Intranet para los asociados, a través de la cual se informará de las distintas posibilidades de participación en la organización

3

Realización de reuniones trimestrales en las que se promoverán la participación de asociados, colaboradores y personal voluntario

B

LÍNEA ESTRATÉGICA B

Desarrollo de un sistema de gestión responsable

B1 Mejorar la gestión económica de la organización, diversificando las fuentes de financiación y fomentando la autofinanciación.

B2 Potenciar los recursos humanos de la organización, impulsando su desarrollo, motivación y eficiencia.

B3 Optimizar los sistemas de gestión de la organización en materia de calidad y mejora continua.

B4 Implantar mecanismos que mejoren la transparencia en la gestión.

ACCIONES

1

Diseño e implantación de una Estrategia de Sostenibilidad Económica

2

Puesta en marcha de un Plan de Formación ue garantice el aprendizaje y la mejora continua del equipo de la organización

3

Incorporar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) certificado

4

Creación de un apartado específico en la página web destinado a la transparencia de la organización

LÍNEA ESTRATÉGICA C

Aumentar la incidencia del consumo en la agenda política

C

Hacer visible el papel social del consumo. C1

Incidir en las políticas de consumo. C2

ACCIONES

1

Elaboración de una estrategía de comunicación e imagen dirigida a la ciudadanía en general

2

Favorecer espacios de formación e intercambio en los que participe, además de la ciudadanía, el sector público y privado

3

Generar espacios de diálogo con las administraciones públicas para alcanzar posiciones consensuadas sobre el ámbito consumerista

4

Difusión entre los principales representantes políticos del documento "45 Propuestas sobre Políticas de Consumo"

LÍNEA ESTRATÉGICA D

Fomentar el asociacionismo de consumo

D

Promover el conocimiento sobre las características y funcionamiento de las asociaciones de consumidores y usuarios.

D1

Analizar las necesidades del consumidor y usuario actual.

D2

ACCIONES

1

Desarrollo de campañas informativas para dar a conocer el asociacionismo de consumo

2

Realización de estudios de mercado para identificar y analizar los nuevos escenarios del mercado

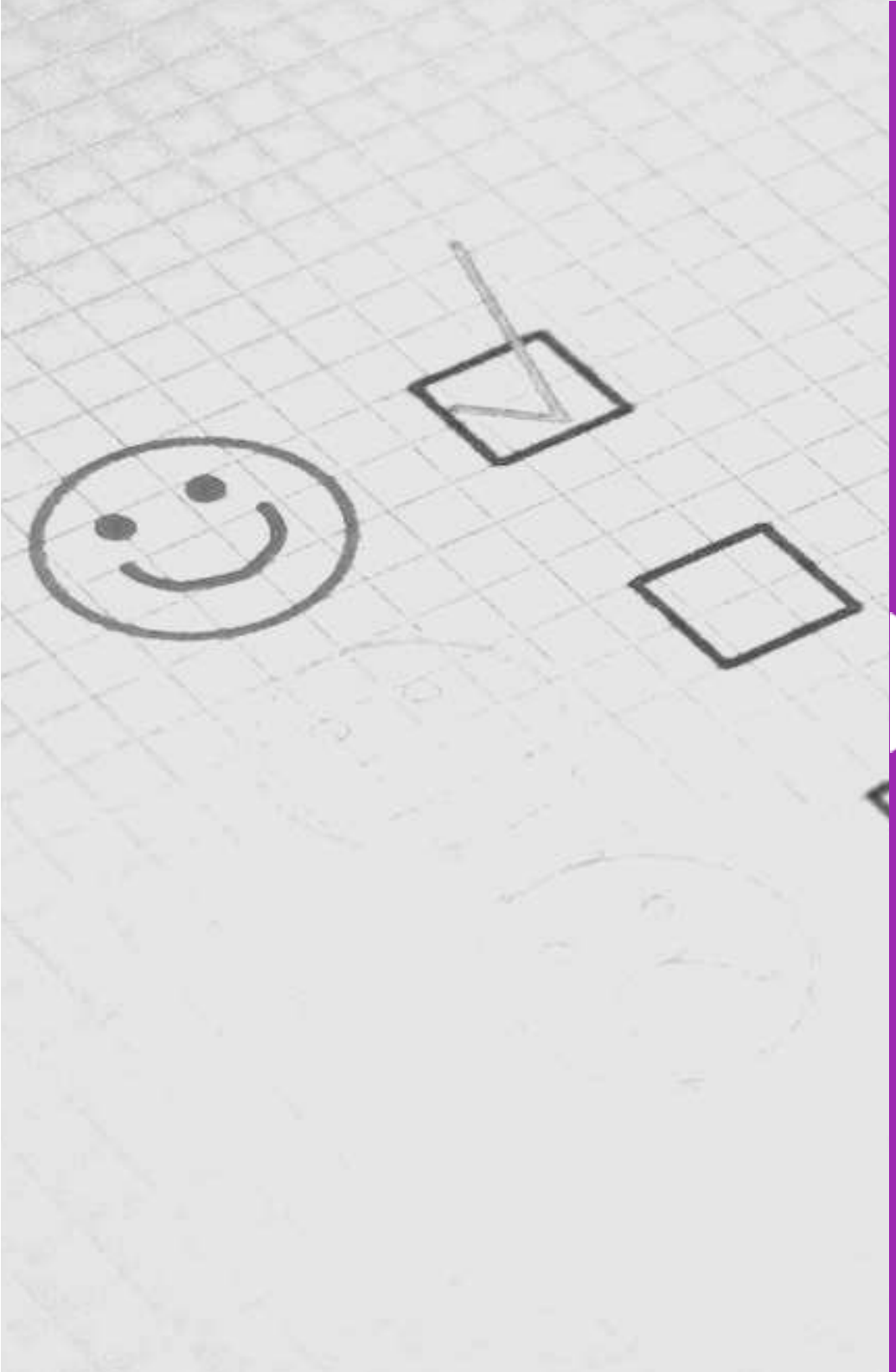
4 REVISIÓN Y SEGUIMIENTO

4. REVISIÓN Y SEGUIMIENTO

El presente Plan Estratégico pretende ser un documento dinámico durante los años de su ejecución (2020 - 2024), estableciendose evaluaciones con carácter anual.

Las mismas se llevarán a cabo durante el primer trimestre del año, coincidiendo con la elaboración de la memoria anual.

Los resultados serán analizados por la Junta Directiva de la entidad y el equipo técnico, haciendo participe de este análisis a los asociados y equipo de colaboradores y personal voluntario.



consumur
ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS EN RED