







# II PLAN ESTRATÉGICO 2025-2029





# ÍNDICE

	QUIÉNES SOMOS .....	4
	MISIÓN, VISIÓN Y VALORES .....	8
	LÍNEAS ESTRATÉGICAS .....	11
	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 **información, educación y formación** 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, basándose 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.

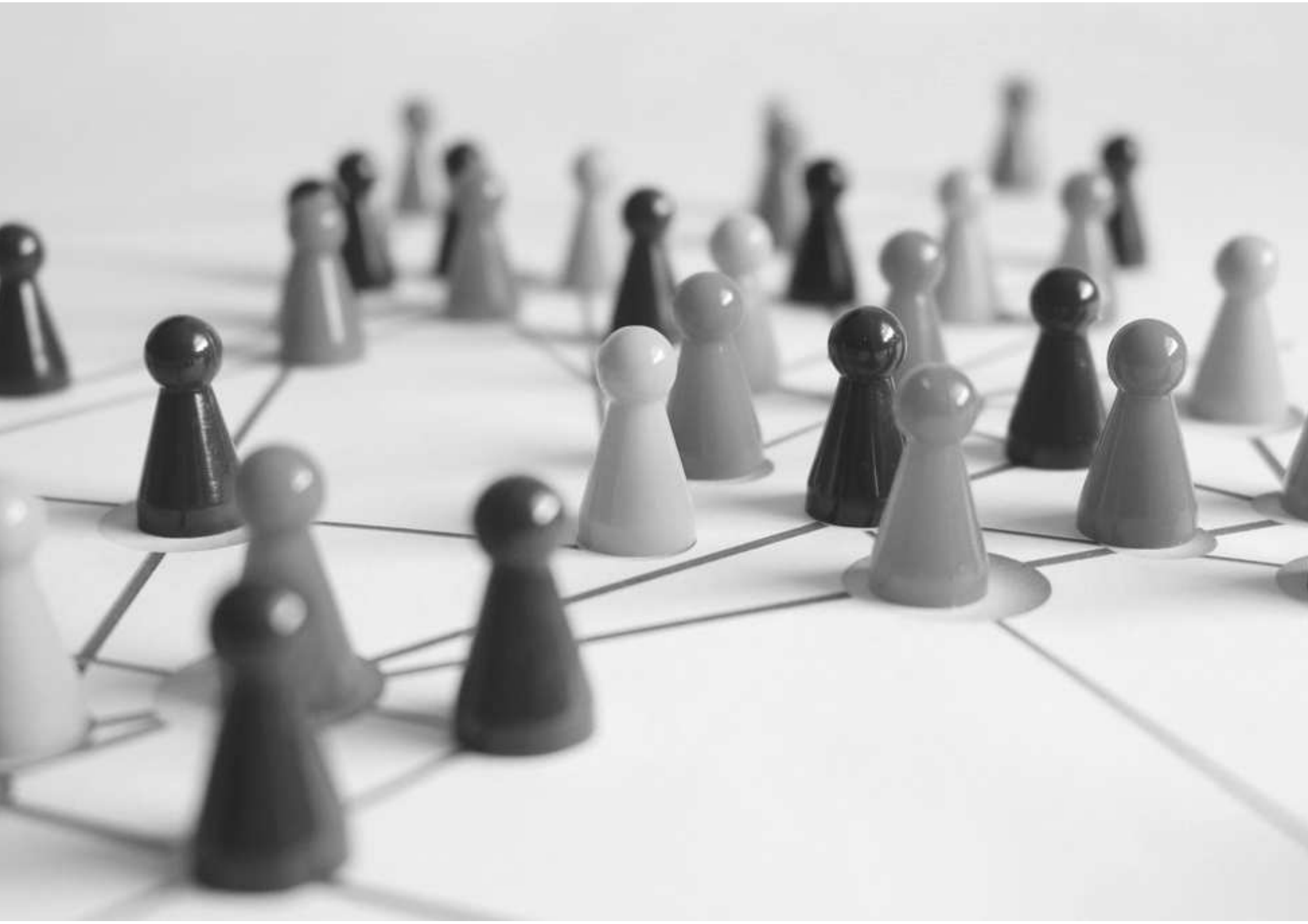


Instaurar una política de gestión de la organización, fundamentada en los principios de eficiencia y eficacia



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, desempeñando 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

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

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.







## LÍNEA ESTRATÉGICA C

Aumentar la incidencia del consumo en la agenda política



Hacer visible el papel social del consumo.



Incidir en las políticas de consumo.



## ACCIONES

1

Elaboración de una estrategia 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 (2025 - 2029), estableciéndose 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 partícipe de este análisis a los asociados y equipo de colaboradores y personal voluntario.

