



MIC

**MINISTERIO DE
INDUSTRIA Y COMERCIO**
REPÚBLICA DOMINICANA

Plan Operativo Anual 2015

Preparado por:
Dirección de Planificación y Desarrollo

1 de marzo de 2015

1. Resumen Ejecutivo

El siguiente documento, constituye el Plan Operativo Anual del Ministerio de Industria y Comercio, el cual describe las actividades a realizar durante el año 2015.

Este instrumento permitirá hacer operativas las metas y objetivos definidos en el Plan Estratégico 2013-2017, para el cumplimiento de nuestra misión de “fomentar el desarrollo sostenible de la productividad y competitividad de la industria, el comercio y las PYMES”.

Este Plan Operativo responde a las necesidades identificadas en el análisis estratégico realizado en el periodo septiembre-octubre 2012, en el cual se definió el Plan Estratégico Institucional del Ministerio de Industria y Comercio. Este esfuerzo es el resultado del trabajo llevado a cabo mediante reuniones colectivas con todas las áreas del Ministerio, y su posterior revisión de manera individual durante el mes de diciembre del 2014.

El Plan consta de ciento setenta y ocho (178) productos, segmentados en tres (3) ejes estratégicos, seis (6) objetivos estratégicos y veinte (20) estrategias.

El Eje Estratégico 1: Desarrollo Sostenible de la Industria y el Comercio, contiene sesenta y seis (66) productos orientados a lograr el mejoramiento de la productividad del sector industrial, articular los sectores productivos, mejorar las oportunidades de internacionalización de los productos dominicanos, mejorar los procesos del mercado y fomentar el uso de energía más económicas y viables.

El Eje Estratégico 2: Fortalecimiento del Sector Pymes, consta de treinta y cuatro (34) productos, cuyos resultados están orientados a incrementar los niveles de formalización de la economía dominicana, internacionalización de las Pymes, incremento de los niveles de asociatividad, mejoramiento de la calidad productiva, incremento del emprendimiento y facilidades financieras incrementadas.

El Eje Estratégico 3: Fortalecimiento Institucional, consta de setenta y ocho (78) productos que responden a mejorar la gestión institucional y el desempeño del personal; armonizar el marco normativo institucional y mejorar la imagen institucional del Ministerio.

Este documento presenta inicialmente el marco estratégico de la institución, así como el detalle de la estructura del plan operativo.

2. Involucrados en el Proceso

Para el desarrollo de este Plan Operativo Anual 2015, se contó con la participación activa de todos los viceministerios y unidades organizacionales de la institución, que se citan a continuación:

- Viceministerio de Comercio Exterior
- Viceministerio de Comercio Interno
- Viceministerio de Desarrollo Industrial
- Viceministerio de Fomento a las Pymes
- Viceministerio de Zonas Francas y Regímenes Especiales
- Dirección Administrativa y Financiera
- Dirección de Comunicaciones
- Dirección de Estudios Económicos
- Dirección Jurídica
- Dirección de Planificación y Desarrollo
- Dirección de Recursos Humanos
- Dirección de Tecnología de la Información
- Departamento de Equidad de Género
- Oficina de Acceso a la Información
- Comisión de Ética del MIC
- Cuerpo especializado de Control de Combustibles (CECCOM)
- Plan Regulador Nacional de Combustibles

3. Marco Legal del Ministerio

El Ministerio de Industria y Comercio (MIC), es la institución gubernamental responsable de formular y aplicar la política industrial, comercial y minera, participando también en la formulación de la política de energía, de acuerdo con la política económica y planes generales del Gobierno Central.

Está comprometida con el fomento, desarrollo, calidad, productividad y competitividad de la industria y el comercio, y muy especialmente del sector de las pequeñas y medianas empresas, promoviendo la competencia efectiva entre todos los agentes económicos, procurando una posición de equilibrio entre éstos.

Promueve, además, la adecuada protección de los derechos de los consumidores, velando también por el control y protección de la Propiedad Industrial.

Asimismo, está comprometida con la apertura de nuevos mercados para los bienes y servicios nacionales, y es responsable de administrar e implementar los tratados de libre comercio suscritos por la República Dominicana.

El Ministerio de Industria y Comercio fue creado en la primer Constitución de la República Dominicana promulgada el 6 de noviembre de 1844 en la Ciudad de San Cristóbal, la cual planteó para el Poder Ejecutivo una estructura organizativa de cuatro (4) Secretarías de Estado, entre las cuales estaba, el órgano precursor de este Ministerio, el entonces Ministerio de Hacienda y Comercio. Posteriormente, y con la promulgación, en 1934, de la Ley de Secretarías de Estado No. 786-34, esta cartera fue rebautizada con el nombre de "Secretaría de Estado de Trabajo, Agricultura e Industria y Comercio". En 1935, son separadas las gestiones en materia laboral y agrícola de las funciones de Industria y Comercio al instituirse una nueva Secretaria de Comercio e Industria, en mayo del citado año.

Desde el año 1936 y hasta 1956, se reincorporan a las funciones de esta cartera la gestión de políticas públicas en materia laboral, convirtiéndose esta vez en "Secretaría de Estado de Comercio, Industria y Trabajo". No obstante, en el mes de diciembre de 1956, se emite el Decreto Núm. 2306 (bis) que, entre otros cambios, la denomina "Secretaría de Estado de Industria y Comercio". Este cambio fue, sin embargo, efímero, pues el 11 de septiembre de 1959, y en virtud del Decreto Núm. 5137, se refunden las Secretarías de Estado de Agricultura y la de Industria y Comercio en una sola entidad, con la denominación de "Secretaría de Estado de Agricultura y Comercio", traspasando las ejecutorias de políticas laborales a una nueva Secretaria de Estado Trabajo.

No es sino hasta 1961, que con la promulgación del Decreto No.6603-61, se separan definitivamente las regulaciones de las actividades comerciales e industriales. Y finalmente, en el año 1966, el Congreso Nacional aprueba la Ley No. 290 orgánica de este Ministerio, cuyo reglamento orgánico y funcional fue dictado por el Poder Ejecutivo con el No. 186-66, en fecha 12 de agosto de 1966, definiendo la estructura interna y

atribuciones específicas de cada unidad organizacional del Ministerio de Industria y Comercio.

Entre los marcos legales que definen funciones y atribuciones al Ministerio de Industria y Comercio se destacan, adicionalmente la Ley No. 6186, de fecha 12 de febrero del año 1963, sobre Almacenes Generales de Depósitos, cuya autorización de instalación es otorgada por el Ministerio de Industria y Comercio. Asimismo, la Ley No. 603-77, de fecha 11 de mayo del año 1977, sobre Hipotecas de Naves Marítimas, y la subsecuente Ley No. 688-77, de fecha 26 de octubre del año 1977 que modifica dicha ley.

En materia de regulación del mercado de combustibles fósiles y derivados del petróleo, la Ley Tributaria No. 112-00, de fecha 29 de noviembre del año 2000, y su Reglamento de Aplicación No. 307-01, de fecha 2 de marzo del año 2001, que estableció los procedimientos y controles para la comercialización en el sector de hidrocarburos.

En términos organizacionales y en virtud de la Ley No. 247-12, o Ley Orgánica de la Administración Pública, de fecha 09 de agosto del año y mediante el Decreto No. 536-12, el Presidente Danilo Medina Sánchez nombró seis (6) Viceministros cuyas funciones expresas son las de dirigir, coordinar, evaluar y controlar un subsector homogéneo a la actividad productiva nacional bajo la competencia de nuestro Ministerio de Industria y Comercio. Dichos Viceministerios son: 1. Viceministerio de Desarrollo Industrial, 2. Viceministerio de Zonas Francas y Regímenes Especiales, 3. Viceministerio de Comercio Exterior, 4. Viceministerio de Comercio y Mercado Interno, 5. Viceministerio de Fomento de la Pequeña y Mediana Empresa (Pymes) y 6. Viceministerio de Energía y Minas.

4. Marco Estratégico

4.1. Misión

Fomentar el desarrollo sostenible de la productividad y competitividad de la industria, el comercio y las Pymes, mediante la formulación y aplicación de políticas públicas.

4.2. Visión

Ser reconocida como la institución líder, implementando políticas públicas efectivas que contribuyan al mejoramiento de la productividad y competitividad, fomentando el desarrollo e innovación del sector comercial e industrial del país.

4.3. Valores

Compromiso: Cumplimos con dedicación, puntualidad, esmero y calidad las responsabilidades asumidas y consignadas.

Integridad: Actuamos con honestidad, coherencia y entereza, apegados siempre a los principios éticos y morales.

Liderazgo: Somos modelo de referencia haciendo lo correcto.

Trabajo en equipo: Preferimos los compromisos compartidos, asumiendo nuestras responsabilidades y compromisos en colaboración y cooperación con otros.

Transparencia: No ocultamos nada, somos honestos y probos, abiertos siempre al escrutinio público en todo lo que hacemos.

5. Alineamiento Estratégico.

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DEL MIC	
ARTICULACIÓN MISIONAL	
VISIÓN DE LA END	
República Dominicana es un país próspero, donde se vive con dignidad, seguridad y paz, con igualdad de oportunidades, en un marco de democracia participativa, ciudadanía responsable e inserción competitiva en la economía global, y que aprovecha sus recursos para desarrollarse de forma innovadora y sostenible.	
OBJETIVO GENERAL 3 DE LA END	
Una economía articulada, innovadora y ambientalmente sostenible, con una estructura productiva que genera crecimiento alto y sostenido con empleo decente, y se inserta de forma competitiva en la economía global.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA END	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estabilidad macroeconómica favorable al crecimiento económico sostenido. 2. Energía confiable y eficiente 3. Ambiente favorable a la competitividad y a la innovación 4. Empleo decente 5. Estructura productiva articulada e integrada competitivamente a la economía global 	
MISIÓN	VISIÓN
Fomentar el desarrollo sostenible de la productividad y competitividad de la industria, el comercio y las PYMES, mediante la formulación y aplicación de políticas públicas.	Ser reconocida como la institución líder, implementando políticas públicas efectivas que contribuyan al mejoramiento de la productividad y competitividad, fomentando el desarrollo e innovación del sector comercial e industrial del país.
MARCO ESTRATÉGICO DEL MIC	

5.1. Eje Estratégico 1: Desarrollo Industrial y Comercial

Definición:

Eje construido para fortalecer, en todos los aspectos, la estructura nacional de la industria y el comercio, a través de la generación de políticas que promuevan, faciliten y en esencia creen el marco adecuado para el desarrollo sostenible de estas actividades.

Objetivo:

El objetivo final es el aumento del PIB que llevará aparejado la reducción del desempleo y por ende la reducción de la pobreza. El aumento de la riqueza nacional, se aborda con la elaboración de líneas de acción.

Alcance:

Integrado por políticas que abarcan los aspectos que influyen en la mejora de la competitividad; desde el acceso a la financiación, promoción del encadenamiento productivo, e impulso del I+D, pasando por una mejora del marco regulador que agilice trámites, una implantación de sistemas de información e inteligencia de mercados, y dando un impulso decidido a los biocombustibles.

5.2. Eje Estratégico 2: Fortalecimiento de las PYMES.

Definición:

Construido para potenciar la mejora de la competitividad de las Pymes existentes, reforzando el emprendimiento, y favoreciendo la formalización y el desarrollo de estas, de forma que ese tejido sea el soporte fundamental del sector industrial y comercial generando el empleo que la República Dominicana necesita.

Objetivo:

Mejorar el nivel de competitividad de las Pymes existentes, aumentar el número de Pymes activas, formalizadas y en operación a través de leyes que mejoren el marco regulador, faciliten el acceso a los servicios financieros y a los mercados internacionales.

Alcance:

Integrada por políticas y programas que abarcan desde mejoras del marco jurídico, promoción de la formalización, impulso de las iniciativas de asociatividad hasta el apoyo en los trámites de financiamiento, incluyendo el realizado a través de fondos de garantía para favorecer la internacionalización de las empresas.

5.3. Eje Estratégico 3: Fortalecimiento Institucional.

Definición:

Eje sobre el que van a girar las estrategias destinadas a articular la Institución, tanto en su papel externo de función en la sociedad como en el ámbito interno.

Objetivo:

El objetivo es que la Institución tenga el puesto que debe ocupar un Ministerio de Industria, Comercio y Pymes en una sociedad moderna, contribuyendo de manera fundamental a la riqueza del país. Como objetivo a evaluar se busca el reconocimiento social y el interno en la satisfacción profesional del funcionario por la tarea desarrollada.

Alcance:

El alcance es doble en su aspecto externo e interno, abarcando desde políticas de desarrollo organizacional, programas de estandarización de la gestión, hasta acciones de armonización del marco institucional, acabando en un programa de comunicación integral.

6. Objetivos Estratégicos de la Institución

1. Propiciar el desarrollo sostenible de la industria dominicana en un marco competitivo e innovador
2. Formular y ejecutar las políticas y estrategias de comercio exterior para facilitar el acceso de los bienes y servicios nacionales en los mercados internacionales.
3. Desarrollar un entorno regulador que asegure un funcionamiento ordenado de los mercados y un clima de inversión local y negocios pro-competitivo en un marco de responsabilidad social.
4. Impulsar el desarrollo sostenible del uso y producción de los combustibles no convencionales, con énfasis en la energía renovable y la eficiencia energética.
5. Mejorar los niveles de productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
6. Fortalecer y desarrollar la capacidad de gestión del MIC que aseguren el cumplimiento efectivo de su visión y misión institucional.

7. Alineamiento de Ejes, Objetivos y Estrategias.

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.						
ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO						
MISIÓN Y VISIÓN	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS		
<p>MISIÓN Fomentar el desarrollo sostenible de la productividad y competitividad de la industria, el comercio y las PYMES, mediante la formulación y aplicación de políticas públicas.</p> <p>VISIÓN Ser reconocida como la institución líder, implementando políticas públicas efectivas que contribuyan al mejoramiento de la productividad y competitividad, fomentando el desarrollo e innovación del sector comercial e industrial del país.</p>	<p>1. Desarrollo industrial y comercial</p>	<p>1.1 Propiciar el desarrollo sostenible de la industria dominicana en un marco competitivo e innovador</p>	<p>Establecer las herramientas que faciliten el financiamiento al sector industrial.(No tomada en cuenta en el POA 2015).</p>	<p>Establecimiento de fondos de garantías que permitan el desarrollo de la industria local en su expansión en el exterior y en el suministro a la Administración.</p>		
			<p>Promover el proceso de encadenamiento productivo industrial</p>	<p>Establecimiento de relaciones entre las empresas tractoras nacionales y las Pymes desarrolladas</p>		
			<p>Desarrollo del sector industrial *</p>	<p>Apoyar la realización de procesos de I+D+i en las empresas en colaboración con universidades e instituciones de investigación</p>		
			<p>Fortalecimiento de Sistema de Información del Sector Zonas Francas (Nueva Estrategia)</p>			
			<p>Fomento de la Competitividad en proyectos de Zonas Francas (Nueva Estrategia)</p>			
				<p>1.2 Formular y ejecutar las políticas y estrategias de comercio exterior para facilitar el acceso de los bienes y servicios nacionales en los mercados internacionales.</p>	<p>Fortalecimiento del entorno regulador.</p>	<p>Hacer una revisión de los elementos legales que requerirán ser mejorados (eliminados o integrados) para las actividades comerciales</p>
					<p>Mecanismo de información y formación sobre acuerdos comerciales vigente y comercio exterior *</p>	<p>Facilitar, promover la entrada de productos dominicanos en otros mercados, ampliando la oferta exportable. Dicho proceso estará apoyado de manera importante en las actividades de inteligencia de mercados.</p>
					<p>Fortalecimiento de capacidades de exportación de los sectores productivos *</p>	<p>Las garantías del acceso de bienes y servicios a otros mercados se sustentan en las capacidades productivas con que cuentan los exportadores o futuros exportadores, por ello la necesidad del fortalecimiento de dichas capacidades para la mejora de la productividad y la competitividad. Primero producir (y bien) para luego exportar con calidad.</p>
					<p>Sistema de información y comunicación sobre los acuerdos.</p>	<p>Garantizar un entendimiento de los acuerdos comerciales que permita su administración y aprovechamiento, además de facilitar los procesos de consultas y capacitaciones sobre dichos acuerdos.</p>

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN Y VISIÓN	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS
		1.3 Desarrollar un entorno regulador que asegure un funcionamiento ordenado de los mercados y un clima de inversión local y negocios pro-competitivo en un marco de responsabilidad social.	Simplificar los procesos para la facilitación del comercio *	Facilitar el acceso a la Administración
			Desarrollo de los sectores productivos priorizados (Cambio de estrategia. Antes: Promover el consumo de productos nacionales)	Desarrollo del mercado interior
			Sistema de Inteligencia de Mercados (No se tomó en cuenta en el POA 2015).	Establecer los mecanismos que viabilicen las herramientas para la identificación de oportunidades de mercados, para los productos dominicanos. Apoyado en un equipo especializado y con los sistemas de información requeridos, para garantizar resultados correctos y oportunos (Eficiencia y efectividad)
			Apoyar la Infraestructura Nacional de Calidad (Nueva Estrategia)	
		1.4 Impulsar el desarrollo sostenible del uso y producción de los combustibles no convencionales, con énfasis en la energía renovable y la eficiencia energética.	Fomento de la energía renovable	Realización de programas de apoyo a la fabricación e implantación de sistemas de generación de energía renovable.
			Promover el uso eficiente y racional de la energía.	Realización de campañas permanentes de promoción de la eficiencia energética.
			Suministro de combustibles confiable, diversificado y en condiciones de sostenibilidad ambiental (Nueva Estrategia)	

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN Y VISIÓN	EJES ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN DE LAS ESTRATEGIAS
	2. Fortalecimiento de las Pymes	2.1 Mejorar los niveles de productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.	Desarrollo técnico de las Pymes *	Realización de programa de apoyo en capacitación técnica de las Mipymes.
			Promoción del emprendimiento (Cambio de la estrategia. Antes: Desarrollo del Emprendimiento)*	Realización de campañas de promoción de nuevos empresarios.
			Fomento de la inclusión financiera *	Realización de programas de mejora de acceso a los servicios bancarios aumentando el grado de bancarización de las compañías Mipymes dominicanas.
	3. Fortalecimiento institucional	3.1. Fortalecer y desarrollar la capacidad de gestión del MIC que aseguren el cumplimiento efectivo de su visión y misión institucional.	Fortalecimiento organizacional (Cambio de Estrategia. Antes: Programa de desarrollo organizacional)	Se corresponde con la implementación de un conjunto de estrategias orientadas a desarrollar y mejorar la efectividad del desempeño institucional del MIC.
			Fortalecimiento del posicionamiento institucional (Cambio de Estrategia. Antes: Programa de posicionamiento institucional).	Esta estrategia supone considerar el conjunto de acciones orientadas a restablecer, en el imaginario social y económico de la R.D., el rol rector del MIC, como hacedor, articulador y armonizador de políticas públicas orientadas a favorecer el desarrollo industrial y comercial del país.
			Fortalecimiento Proceso Análisis y Toma de Decisión del MIC	

* Es preciso señalar que algunas estrategias fueron modificadas en cuanto a su redacción, con la finalidad de permitir una mejor claridad de los mismos.

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

PLAN OPERATIVO 2015

EJE: 1
DESARROLLO INDUSTRIAL Y COMERCIAL

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015

Eje Estratégico 1: Desarrollo Sostenible de la Industria y Comercio				
Objetivo Estratégico 1: Propiciar el desarrollo sostenible de la industria dominicana en un marco competitivo e innovador				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
1. Desarrollo del sector industrial.	1. Mejoramiento de la productividad del sector industrial.	1. Anteproyecto de Ley Código Marítimo.	1. Número de reuniones de trabajo.	20
		2. Implementación de las Propuestas Consensuadas en el 2do. Congreso de la Industria.	2. Número de reuniones de trabajo.	30
			3. Número de iniciativas iniciadas.	0
			4. Número de informes sobre iniciativas en proceso.	12
			5. Número de iniciativas implementadas.	5
		3. Red Nacional de Producción Más Limpia (P+L) y Uso Eficiente y Sostenible de los Recursos.	6. Número de Estudios elaborados.	1
			7. Número de planes de trabajo elaborados.	1
			8. Nivel de avance de página web sobre el proyecto.	100%
			9. Número de miembros de la Red y expertos nacionales capacitados en P+L y uso eficiente y sostenible de los recursos.	20
			10. Número de foro eventos conjuntos (nacionales/ internacionales) organizados en áreas temáticas específicas.	1

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
			11. Número de propuestas conjuntas de proyectos para implementación a nivel nacional de P+L discutidas con potenciales organismos y gobiernos donantes.	3
			12. Número de diagnósticos de P+L realizados a industrias y empresas.	18
			13. Número de total de premios y/o reconocimientos otorgados a industrias y empresas que han implementado P+L.	1
		4. Establecimiento Acuerdos Interinstitucionales Producción Más Limpia (P+L).	14. Número de nuevos acuerdos interinstitucionales firmados	1
		5. Servicio de información estadístico del sector industrial.	15. Nivel de avance de la plataforma del Registro Industrial.	100%
2. Promover el proceso de encadenamiento productivo industrial.	2. Articulada la relación entre los sectores productivos con potencial para efficientizar la cadena de valor.	6. Programa para promoción de encadenamientos productivos.	16. Porcentaje de formulación del Programa de Encadenamiento Productivo.	100%
		7. Proyecto para el encadenamiento zonas francas-sector productivo local definido.	17. Número de proyectos.	1
		8. Definición de un programa para la vinculación de las empresas de zonas francas con el sector productivo local.	18. Número de programas.	1

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
3. Fortalecimiento de Sistema de Información del Sector Zonas Francas (Establecer un sistema de información oportuna de las empresas del sector Zonas Francas, Regímenes Especiales, así como de las empresas instaladas bajo la Ley 28-01 tanto a nivel interno como a nivel externo de la institución.)	3. Grupos de interés vinculados entre ellos, con conocimiento de información confiable y oportuna. para la planificación de políticas públicas de apoyo a dicho sector.	9. Sistema de Información de empresas de Zonas Francas instalado.	19. % avance de los trabajos de instalación del sistema.	50%
		10. Enlace institucional establecido.	20. % de reuniones realizadas.	100%
		11. Matriz Estadística actualizada.	21. Cant. de reportes generados cuatrimestralmente.	3 Reportes al año
		12. Registro de Empresas Actualizado.	22. No. empresas levantadas.	6 Empresas Levantadas
	4. MAI más informada para toma de decisión (3.1 Elaboración de Informes de coyuntura, que serán utilizados por la MAI para la toma de decisión.)	13. Informes de Coyuntura.	23. Cant. de informes realizados.	4 Informes realizados
4. Fomento de la Competitividad en proyectos de Zonas Francas (Promover la instalación de proyectos que impulsen, mejoren o promuevan la competencia y el desarrollo de las Zonas Francas y los Regímenes Especiales)	5. Incremento de proyectos de zona franca instalados en el país.	14. Mecanismo interinstitucional de Evaluación Conjunta instalado.	24. Número de proyectos sometidos evaluados correctamente con el nuevo mecanismo.	6 Proyectos
		15. Servicio de Reconsideración de proyectos para empresas de zonas francas.	25. % de proyectos debidamente documentados y presentados para su reconsideración.	100%

**MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015**

Eje Estratégico 1: Desarrollo Sostenible de la Industria y Comercio				
Objetivo Estratégico 2: Formular y ejecutar las políticas y estrategias de comercio exterior para facilitar el acceso de los bienes y servicios nacionales en los mercados internacionales.				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
5. Fortalecimiento del entorno regulador.	6. Fortalecidos los mecanismos de prevención y para tomar acción ante casos de arbitraje.	15. Programa para la prevención y solución de controversias.	26. Número de asistencia técnica y/o capacitaciones.	25
		16. Servicio de atención a casos de controversia.	27. Cantidad de casos atendidos.	2*
	7. País con relaciones comerciales internacionales saludables.	17. Marco legal en materia de comercio exterior revisado y actualizado.	28. Número de legislaciones revisadas.	2
6. Fortalecimiento de Capacidades de exportación de los sectores productivos.	8. Aumentada las exportaciones de productos dominicanos.	18. Guías sobre procesos de defensa comercial.	29. Número de guías completadas.	1 Guía
		19. Guía interactiva sobre política comercial.	30. Número de guías online elaboradas.	
		20. Servicio de coordinación de proyectos de asistencia técnica para el sector productivo.	31. Número de empresas, instituciones públicas y operadores beneficiados con proyectos de asistencia técnica.	40
7. Mecanismo de información y formación sobre acuerdos comerciales vigentes y comercio exterior.	9. Sectores productivos en capacidad de aprovechar los acuerdos comerciales.	21. Consultas realizadas.	32. Número de consultas realizadas.	80*
		22. Asistencia técnica realizada.	33. Número de asistencias técnicas realizadas por personal de DICOEX.	50
		23. Capacitaciones realizadas.	34. Número de personas capacitadas.	150
		24. Biblioteca virtual de comercio exterior.	35. Número de bibliotecas instaladas.	1
8. Sistema de Información y comunicación sobre los acuerdos comerciales.	10. Aprovechados los beneficios de los acuerdos comerciales.	25. Información Estratégica disponible en el país.	36. Número de informaciones estratégicas emitidas.	5
		26. Punto Contacto OMC funcionando.	37. Porcentaje de usuarios atendidos.	100%

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015

Eje Estratégico 1: Desarrollo Sostenible de la Industria y Comercio				
Objetivo Estratégico 3: Desarrollar un entorno regulador que asegure un funcionamiento ordenado de los mercados y un clima de inversión local y negocios pro-competitivo en un marco de responsabilidad social.				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
9. Simplificar los procesos para la facilitación del comercio.	10. Reducidos los tiempos de formalización de las actividades comercial e industrial.	27. Servicio de información sobre el sector industrial, comercial.	38. Porcentaje de completación de la base de datos.	30%
		28. Guía de trámites para 35 tipos de negocios en RD.	39. Número de guías elaboradas.	1
			40. Cantidad de actividades de difusión de la guía.	5
		29. Servicios de clasificación: emisión, renovación y duplicado a las empresas.	41. Porcentaje de certificaciones de empresas MIPYMES clasificadas respecto al total solicitadas.	90%
			42. Porcentaje de empresas MIPYMES renovadas respecto al total de solicitudes de renovación.	90%
			43. Porcentaje de duplicados entregados MIPYMES.	95%
			44. Porcentaje de capacitaciones sobre clasificación de empresas respecto a las planificadas en el plan de calidad.	70%

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		30. Autorizaciones de Almacenes Generales de Depósito (AGD).	45. Número de licencia de operación de AGD.	2
			46. Porcentaje de extensiones de Licencia de AGD.	100% de las solicitadas
			47. Número de Renovación de Licencia de AGD.	4
			48. Número de Habilitaciones de Almacenes.	30
			49. Número de renovaciones de habilitación de Almacenes.	80
			50. Porcentaje de capacitaciones sobre buenas Prácticas de Almacenamiento respecto a las planificadas en el plan de calidad.	70%
		31. Permisos de No Objeción de empresas industriales.	51. Número de permisos otorgados.	2
		32. Elaboración del instrumento de Supervisión de Registro Mercantil.	52. Nivel de avance en la elaboración del Instrumento de Supervisión de Registro Mercantil.	80%
		33. Diagnóstico situación Cámaras de Comercio en funcionamiento.	53. Nivel de avance.	80%
		34. Servicio de información de los trámites para hacer negocio en la R. D.	54. Porcentaje de las solicitudes de información satisfechas.	100%

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
10. Desarrollo de los sectores productivos priorizados. (Cambio de estrategia)	11. Aumento del consumo del producto nacional.	35. Ejecución del Programa República Dominicana Produce.	55. Nivel de desarrollo de los sectores priorizados.	70%
			56. Porcentaje de actividades de regulación de internación de productos respecto a las programadas.	70%
		36. Capacitaciones impartidas sobre mejores prácticas de producción y empresariales.	57. Porcentaje de capacitaciones impartidas respecto a las programadas.	70%
		37. Servicio de apoyo a las ferias locales y/o ruedas de negocio de promoción de productos nacionales.	58. Número de ferias promovidas.	3
11. Sistema de inteligencia de mercados.	12. Disponible información pertinente y oportuna para la toma de decisiones.	38. Informes de estudio de mercado.	59. Número de informes de mercado elaborados.	
	13. Desarrollo de los productos-mercados identificados como estratégicos.	39. Sistema de información en materia de comercio interno.	60. Número de informes difundidos.	
12. Apoyar la Infraestructura Nacional de Calidad. (Nueva).	14. Infraestructura Nacional de Calidad en funcionamiento.	40. Elaboración de la Política Nacional de la Calidad.	61. Número de políticas elaboradas	1
		41. Modificación de la Ley No. 166-12.	62. Número de leyes modificadas	1
		42. Estructura de la Secretaría General del CODOCA definida.	63. Cantidad de actividades realizadas.	8
	15. Ejecutadas las actividades previstas en el plan de calidad e inocuidad del sector alimentario.	43. Plan de calidad e inocuidad del sector alimentario.	64. Número de planes elaborados.	1
	16. Ejecutadas las actividades previstas en el plan de calidad en los almacenes.	44. Plan de Acción de calidad para los almacenes generales de depósito.	65. Porcentaje de actividades realizadas respecto al total programada.	70%

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015

Eje Estratégico 1: Desarrollo Sostenible de la Industria y el Comercio				
Objetivo Estratégico 4: Impulsar el desarrollo sostenible del uso y producción de los combustibles, con énfasis en la energía renovable y la eficiencia energética.				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
12. Fomento de la energía renovable.	16. Cambio de la matriz energética.	44. Licencia para distribución de etanol: mayorista/detallista.	66. Número de licencias otorgadas.	2
		45. Licencia para importador de etanol.	67. Número de licencias otorgadas.	1
		46. Licencia para transporte de etanol.	68. Número de licencias otorgadas.	2
		47. Licencia para almacenamiento de biodiesel.	69. Número de licencias otorgadas.	2
		48. Licencia para transporte de biodiesel.	70. Número de licencias otorgadas.	1
		49. Licencia para distribución mayorista de biodiesel.	71. Número de licencias otorgadas.	1
		50. Licencia para la importación de gas natural.	72. Número de licencias Otorgadas.	1
		51. Licencia para transporte por gaseoducto de GN.	73. Número de licencias Otorgadas.	3
		52. Licencia para transporte de GNL.	74. Número de licencias otorgadas.	2
		53. Licencia para estaciones de GNV.	75. Número de licencias otorgadas.	60

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		54. Licencia operación de taller conversión a GNV.	76. Número de licencias otorgadas.	10
		55. Licencia para importación y distribución de equipos a GNV.	77. Número de Licencias Otorgadas.	5
		56. Emisión Carta de no Objeción para la importación de equipos de GN.	78. Número de licencias otorgadas.	40
13. Promover el uso eficiente y racional de la energía.	17. Ahorro energético.	57. Conversión vehicular.	79. Número de vehículos convertidos.	2.200
14. Suministro de combustibles confiable, diversificado y en condiciones de sostenibilidad ambiental.	18. Mercado de combustibles regulado.	58. Precio semanal de combustibles.	80. Cantidad de precios calculados.	1.040
		59. Evaluación inicial de terrenos.	81. Porcentaje de evaluaciones realizadas respecto a las solicitudes recibidas.	100%
		60. Carta de construcción del proyecto.	82. Porcentaje de cartas de construcción de proyecto emitidas respecto a las solicitudes que cumplen.	100%
		61. Evaluación final.	83. Porcentaje de evaluaciones respecto a las solicitudes recibidas.	100%
		62. Licencia para transportar combustibles líquidos.	84. % de licencias otorgadas del total solicitada.	80%
		63. Inspección de las unidades transportadoras de combustibles.	85. Número de unidades verificadas.	1.002

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		64. Licencia o permiso para clasificación de empresas generadoras de electricidad privada (EGO).	86. % de licencias otorgadas del total solicitada.	100%
		65. Sistema de vigilancia del trasiego de los combustibles fortalecido.	87. Número de operativos	2.500
			88. Por ciento de camiones que cumplen con las normativas.	90%
			89. Por ciento de Puntos Diesel de combustibles que cumplan las normativas vigentes.	60%
			90. Por ciento de depósitos de almacenamiento de combustibles de empresa, instalados para el consumo propio que cuenten con los permisos correspondientes.	60%
		66. Seguridad de los combustibles fortalecida.	91. Por ciento de vehículos que transportan combustibles con sus permisos al día y con la inspección técnica aprobada.	90%

Nota: anterior objetivo estratégico 1.5. con la salida de Minería (1.4) paso a ocupar este lugar.

EJE: 2

FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES

**MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015**

Eje Estratégico 2: FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PYMES				
Objetivo Estratégico 5: Mejorar los niveles de productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
15. Desarrollo Técnico de las MIPYMES.	19. Incrementados los niveles de formalización de la economía dominicana.	67. Ventanilla Única de Formalización fortalecida.	92. Número de provincias incorporadas a la VUF.	6
			93. Presencia importante en las páginas que conforman la VUF.	Dimensionar la presencia del portal formalizate.gob. en los portales de las instituciones que conforman la VUF.
			94. Número de ciudadanos/as que conocen y utilizan la herramienta.	Difusión de la VUF en 6 provincias nuevas.
			95. Cantidad de instituciones integradas a la VUF.	2
		68. Proyecto de Formalización de PYMES.	96. Cantidad de PYMES sensibilizadas sobre la formalización.	500
			97. Cantidad de PYMES asistidas técnicamente para la formalización.	120
			98. Cantidad de MIPYMES formalizadas.	120 formalizadas

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
	20. Incremento de la internacionalización de las MIPYMES.	69. Asistencia para la Internacionalización de las MIPYMES.	99. Cantidad de empresas capacitadas en planes de exportación.	15
			100. Cantidad de empresas asistidas para mejorar su oferta exportable.	2 empresas asistidas
	21. Incremento de la incorporación de las MIPYMES como proveedores gubernamentales.	70. Promoción de la incorporación de MIPYMES como proveedoras del Estado.	101. Cantidad de MIPYMES capacitadas.	200
			102. Cantidad de MIPYMES registradas como proveedoras.	20
		71. Promoción de los procesos para Mipymes.	103. Cantidad de MIPYMES que reciban la información.	500 mipymes con información de los procesos destinados al sector
	22. Incremento de las iniciativas asociativas en el país.	72. Agencias de Desarrollo Local.	104. Cantidad de ADEL creadas.	2
			105. Cantidad de ADEL fortalecidas.	2
		73. Implementación Un Pueblo Un Producto (OVOP).	106. Cantidad de provincias sensibilizadas con la metodología OVOP.	4
			107. Cantidad de provincias funcionando bajo la metodología OVOP	1
		74. Propuesta de marco legal para la operación formal de grupos asociativos productivos.	108. Borrador de Proyecto.	1
		75. Fortalecimiento de la capacidad asociativa de sectores productivos.	109. Cantidad de sectores productivos fortalecidos.	3

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		76. Capacitación y asistencia técnica para el fortalecimiento de territorios.	110. Cantidad de territorios diagnosticados.	2
			111. No. de reuniones de la Red PYMES celebradas.	6
			112. Cantidad de territorios fortalecidos.	2
			77. Desarrollo de encadenamientos productivos.	113. Cantidad de MIPYMES encadenadas con empresas tractoras.
	23. Mejora del acceso a servicios de desarrollo empresarial.	78. Implementación de los Centros de Apoyo Integral a las PYMES.	114. Cantidad de MIPYMES capacitadas	1,200
			115. Cantidad de MIPYMES que reciben asistencia técnica.	120
			116. Cantidad de MIPYMES vinculadas a instituciones públicas y empresas privadas.	180
			117. No. De Mipymes recibiendo asesoría empresarial.	600
	24. Mejorar los niveles de calidad en la operación de las PYMES y emprendedores.	79. Reconocimiento a la Excelencia PYMES.	118. Cantidad de PYMES postulantes al reconocimiento a la excelencia.	18
	25. Difusión masiva de los servicios de apoyo a las PYMES y emprendedores.	80. Foro Mesoamericano de PYMES y Semana PYMES.	119. Cantidad de PYMES participantes en la Semana PYMES.	5
	26. Mejora de los niveles de competitividad de los artesanos dominicanos.	81. Fortalecimiento del tejido empresarial del sector artesanal en la Región Enriquillo.	120. Cantidad de artesanos capacitados.	100
		82. Circuito de ferias artesanales en destinos turísticos.	121. Cantidad de participantes en ferias artesanales.	50

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta	
	27. Información estadística de MIPYMES actualizada.	83. Estadística de MIPYMES.	122. Cantidad de Encuesta MIPYMES.	1	
			123. Cantidad de boletines de MIPYMES.	10	
	28. Incremento de la competitividad del sector TIC en la República Dominicana.	84. Programa de Alfabetización Digital para PYMES.	124. Cantidad de PYMES capacitadas en el uso de las TIC.	250	
			85. Herramientas de gestión en línea para PYMES (SME Toolkit)	125. Cantidad de MIPYMES y emprendedores que utilizan el servicio.	150%
			86. Educación financiera digital para la inclusión social	126. Cantidad de personas capacitadas mediante la plataforma.	5.000
	16. Fomento de la Inclusión Financiera.	29. Mejora de la Inclusión Financiera de las MIPYMES.	87. Jornadas de financiamiento con la banca formal	127. No. De jornadas de financiamiento.	2
			88. Programa de educación financiera a las PYMES.	128. Cantidad de Charlas de Sensibilización en Educación Financiera.	10 Charlas de Sensibilización en Educación Financiera
129. Cantidad de talleres a empresarios Pymes.				10	
130. Cantidad de MIPYMES asistidas.				250	
89. Sistema de Garantías Mobiliarias.			131. Cantidad de proyectos de ley de garantías mobiliarias elaborados.	1	
	132. Cantidad de propuestas de registro de garantías mobiliarias elaboradas.	1			

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
17. Promoción del Emprendimiento	30. Instituciones de Apoyo al Emprendimiento Articuladas.	90. Promoción de la integración de las instituciones de apoyo al emprendimiento.	133. Número de instituciones en la Red.	40
		91. Programa de capacitación y promoción de Inversionistas Ángeles.	134. Número de personas capacitadas para crear nuevas redes de inversionistas ángeles.	30
			135. % de personas capacitadas en inversiones ángeles integradas a redes.	10%
	31. Programa de Desarrollo del Espíritu Emprendedor implementado.	92. Programa nacional de desarrollo y fomento de cultura emprendedora en estudiantes de los niveles básico y medio (Aprender para emprender).	136. Cantidad de estudiantes de nivel medio capacitados.	300
			137. Cantidad de profesores de nivel medio capacitados.	75
			138. Cantidad de estudiantes de nivel básico capacitados.	125
			139. Cantidad de profesores de nivel básico capacitados.	50
		93. Desarrollo del Comportamiento Emprendedor – Empretec.	140. Cantidad de emprendedores capacitados.	120
	32. Sistema Nacional de Incubadoras de Empresas establecido.	94. Fomento a la creación de incubadoras de negocios.	141. Cantidad de Incubadoras constituidas.	1
			142. Cantidad de Coworking Spaces constituidos.	2
			143. Cantidad de empresas creadas.	30

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		95. Fortalecimiento y apoyo a las incubadoras existentes.	144. Cantidad de empresas creadas.	30
			145. Cantidad de incubadoras fortalecidas.	1
	33. Proyecto Nacional de Apoyo a Iniciativas Emprendedoras a Través Del Desarrollo de Comunidades Emprendedoras y La Construcción de Capacidades (Emprendimiento por necesidad y por oportunidad).	96. Reto Ciudad (3).	146. Cantidad de proyectos empresariales que completan el programa.	100
			147. Cantidad de empresas que reciben capital semilla.	10
			148. Cantidad de emprendedores capacitados.	300
			149. Entrenadores de emprendimientos capacitados.	45
		97. Reto Sector (1).	150. Cantidad de proyectos empresariales que completan el programa.	50
			151. Cantidad de empresas que reciben capital semilla.	5
			152. Cantidad de Emprendedores capacitados.	100
			153. Entrenadores de Emprendimientos capacitados.	45
		98. Reto Empresa (1).	154. Cantidad de proyectos empresariales que completan el programa.	20
			155. Cantidad de Empresas que reciben capital semilla.	5

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
			156. Cantidad de Emprendedores capacitados.	50
			157. Entrenadores de Emprendimientos capacitados.	15
		99. Reto Universidades (1).	158. Cantidad de proyectos empresariales que completan el programa.	25
			159. Cantidad de Empresas que reciben capital semilla.	5
			160. Cantidad de Emprendedores capacitados.	150
			161. Entrenadores de Emprendimientos capacitados.	15
		100. Reto Acelerador (1).	162. Cantidad de proyectos empresariales que completan el programa.	25
			163. Cantidad de Empresas que reciben capital semilla.	5
			164. Cantidad de Emprendedores capacitados.	50
			165. Entrenadores de Emprendimientos capacitados.	15

EJE: 3

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
PLAN OPERATIVO ANUAL 2015

Eje Estratégico 3: Fortalecimiento Institucional				
Objetivo Estratégico 6: Fortalecer y desarrollar la capacidad de gestión del MIC que aseguren el cumplimiento efectivo de su visión y misión institucional.				
1	2	3	4	5
Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
18. Fortalecimiento Organizacional.	34. Mejorada la gestión institucional.	101. Manual de funciones actualizado.	166. Porcentaje de funciones actualizadas.	100%
		102. Manual de cargos actualizado.	167. Porcentaje de cargos actualizados.	100%
		103. Manual de procesos y procedimientos actualizado.	168. Porcentaje de procesos y procedimientos definidos.	100%
		104. Manual de políticas internas elaborado.	169. Porcentaje de políticas definidas.	25%
		105. Proyecto CAF.	170. Porcentaje de proyecto ejecutado.	40%
		106. Carta Compromiso MIC.	171. Porcentaje de avance de la Carta Compromiso.	100%
		107. Monitoreo y evaluación POA.	172. Número de evaluaciones efectuadas.	2
		108. Plan Plurianual Institucional.	173. Número de plan elaborado.	1
		109. Anteproyecto de presupuesto.	174. Número de anteproyectos.	1
		110. Cuota de compromiso trimestral.	175. Número de cuotas.	5
		111. Informe de ejecución presupuestaria.	176. Número de informes.	13

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		112. Normas de liderazgo.	177. Número de documentos normas de liderazgo elaborados.	1
		113. Manual de políticas de Recursos Humanos.	178. Número de manuales de políticas de Recursos Humanos elaborados.	1
		114. Buzones de sugerencias.	179. Número de buzones instalados.	5
		115. Código de ética.	180. Porcentaje de empleados que conocen el código de ética.	100%
		116. Diccionario de competencias.	181. Número de diccionarios de competencias elaborados.	1
		117. Manual de cargos por competencias.	182. Número de manuales de cargos por competencias elaborados.	1
		118. Encuesta de Satisfacción Servicios Internos MIC.	183. Número de encuestas realizadas.	3
		119. Encuesta de Clima Organizacional.	184. Número de encuesta realizada.	1
		120. Matriz de Perfil Organismos Internacionales.	185. Número de matrices realizadas.	2
		121. Matriz de Proyectos y Misiones en proceso.	186. Número de matrices entregadas.	10
		122. Asistencia técnica para la formulación de Perfil de proyectos.	187. Porcentaje de asistencia técnica ejecutada.	90%
		123. Perfiles de proyectos revisados y remitidos al SNIP.	188. Porcentaje de perfiles de proyectos revisados respecto a los solicitados.	80%
			189. Porcentaje de perfiles de proyectos remitidos al SNIP.	80%

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		124. Implementación procesos de gestión de proyectos.	190. Número de áreas del MIC implementando el proceso de gestión de proyectos.	6
		125. Concientización prácticas de gerencia de proyectos en el MIC.	191. Porcentaje implementado.	100%
		126. Implementación uso herramienta virtual para manejo de proyectos.	192. Porcentaje implementado.	100%
		127. Implementación procesos de monitoreo y control de proyectos.	193. Porcentaje implementado.	100%
		128. Servicio de información sobre la industria y el comercio.	194. Porcentaje de consultas brindadas respecto a las solicitadas.	80%
		129. Servicio de correspondencia.	195. Porcentaje de comunicaciones despachadas.	100%
			196. Porcentaje de comunicaciones externas recibidas.	100%
		130. Sistema Institucional de Archivo en la Oficina Regional Este (La Romana).	197. Porcentaje de oficinas Integradas.	80%
			198. Porcentaje de expedientes descritos en base datos.	80%
		131. Propuesta para la eliminación de documentos.	199. Número de propuestas elaboradas.	1
		132. Cuadro de Clasificación del MIC actualizado.	200. Porcentaje de nuevas áreas identificadas.	100%
			201. Porcentaje de nuevas series identificadas.	100%

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		133. Tabla de retención documental del MIC actualizada.	202. Porcentaje de áreas nuevas entrevistadas.	100%
			203. Porcentaje de documentos clasificados.	100%
		134. Sistema Institucional de Archivo implementado en áreas nuevas del MIC.	204. Porcentaje de documentos integrados al sistema.	100%
			205. Porcentaje de documentos descritos.	100%
		135. Servicio de mantenimiento del SIA del MIC.	206. porcentaje de transferencias realizadas.	100%
			207. Porcentaje de documentos descritos en base de datos.	100%
		136. Centro de Documentación del MIC actualizado.	208. Número de intercambios de material bibliográfico.	3
			209. Cantidad de material bibliográfico adquirido.	50
			210. Número de actualizaciones base de datos.	1
		137. Programa de Promoción y Difusión Centro de Documentación MIC.	211. Número de medios informativos utilizados.	3
			212. Número de promociones realizadas.	4
			213. Número de visitas a centros educativos.	5
			214. Cantidad de Brochure elaborados.	1.500

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		138. Modernización Plataforma Tecnológica de Correspondencia.	215. Porcentaje de comunicaciones registradas en la base de datos.	80%
		139. Encuesta de servicio al cliente.	216. Porcentajes de resultados favorables de encuesta satisfacción de servicio.	80%
		140. Unificación y mejoramiento de redes del MIC.	217. Número de localidades unificadas.	1
			218. Número de mejoras aplicadas a la red del MIC.	1
		141. Unificación central telefónica.	219. Número de centrales unificadas.	2
		142. Actualizaciones de equipos y softwares tecnológicos obsoletos.	220. Número de Software actualizados.	410
			221. Número de Hardware actualizados.	51
		143. Automatización de procesos y servicios.	222. Porcentaje de procesos y servicios automatizados.	25%
		144. Servicio a usuarios internos.	223. Porcentaje de asistencia ofrecida con relación a solicitudes.	100%
			224. Número de charlas de promoción de cultura digital.	2

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta	
		145. Tramitación solicitud de información de los usuarios. OAI.	225. Porcentaje de respuestas de solicitudes recibidas.	100% de las solicitudes que cumplen con los requerimientos	
			226. Porcentaje de información entregada dentro del plazo establecido.	80%	
		146. Portal actualizado.	227. No. de Link actualizados.	90%	
	35. La DAEIC instalada y en pleno ejercicio de su labor.		147. Actividades de intercambio de expertos con Colombia para los procesos de elaboración de manuales de productos.	228. Porcentaje de actividades realizadas respecto a las planificadas.	100%
			148. Guía para recopilación y análisis de data de la DAEIC.	229. Porcentaje de completación del documento.	100%
			149. Personal capacitado en las áreas requeridas.	230. Porcentaje de empleados capacitados según requerimientos.	100%
			150. Resolución Interna del MIC para la gestión de la DAEIC.	231. Nivel de finalización del proceso.	100%
	36. Mejorado e incrementado el desempeño del personal.		151. Capacitación del personal.	232. Número de personal capacitado.	800
			152. Incentivos al personal por desempeño.	233. Porcentaje de empleados incentivados por desempeño, acorde a los requerimientos.	100%
			153. Programa de sensibilización en género.	234. Número de charlas impartidas.	12
				235. Número de talleres realizados.	4
				236. Número de actividades de promoción de la equidad de género.	2

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
		154. Asesoría a empleados del MIC y oficinas adscritas violentadas interna y externamente.	237. % de asesoría para empleados del MIC violentados internamente.	100%
			238. % de asesoría para empleados del MIC violentados externamente.	100%
		155. Asistencia técnica a los Viceministerios del MIC para la inclusión de la perspectiva de género en sus áreas regulatorias.	239. Número de asistencias brindadas.	6
			240. Número de reuniones brindadas.	8
		Informe de actividades.	241. % de eventos asistidos.	80%
		156. Análisis Instalación Escuela de Industria y Comercio del MIC.	242. Nivel de completación del análisis.	100%
	37. Armonizado el marco normativo Institucional.	157. Revisión de Normativas.	243. % de Normativas revisadas.	90%
		158. Elaboración de Resoluciones.	244. % de Resoluciones Elaboradas.	90%
		159. Asistencia legal a las áreas.	245. % de asistencia legal otorgada respecto a solicitada.	100%
		160. Elaboración de contratos.	246. % de contratos elaborados respecto a solicitados.	100%
19. Fortalecimiento del Posicionamiento Institucional.	38. Reconocida y valorada la imagen institucional del MIC.	161. Socialización de logros del PEI del MIC.	247. Número de actividades de difusión realizadas.	3
	39. Reconocida y valorada la imagen de la DAEIC.	162. Alianzas estratégicas de capacitación e investigación.	248. Número alianzas Institucionales realizadas	4 de alianzas concertadas
		163. Imagen de la DAEIC.	249. Porcentaje usuarios del MIC que reconocen la labor de la Dirección.	25% de los usuarios.
		164. Informes económicos.	250. Número de informes presentados.	4
	251. Nivel de satisfacción del usuario.		85%	

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
20. Fortalecimiento Proceso Análisis y Toma de Decisión del MIC.	40. Decisiones de políticas públicas en industria, comercio y pymes, fundamentadas en análisis estadístico, estratégico para contribuir al desarrollo económico inclusivo.	165. Informes estadísticos de sectores industrial, comercial y Pymes.	252. Número de informes publicados.	4 informes trimestrales publicados
			253. Número de informes provinciales publicados.	6
		166. Informes de seguimiento a avances institucionales del Doing Business.	254. Nivel de cumplimiento en entrega de informes.	100%
		167. Informe análisis panorama de hidrocarburos.	255. Nivel de actualización semanal del análisis.	100%
		168. Conciliaciones de las importaciones de hidrocarburos y GN.	256. Porcentaje de conciliaciones aprobadas.	100%
		169. Informes de seguimiento a las metas presidenciales del MIC.	257. No. de informes elaborados.	12
		170. Informe de seguimiento a las iniciativas de la Zona Económica de Petrocaribe.	258. No. de informes elaborados.	3
		171. Servicios de asesoría al Comité Estratégico Interinstitucional.	259. Porcentaje de reuniones asistidas.	90%
		172. Análisis económicos sectoriales.	260. Porcentaje de estudios elaborados respecto al total de sectores definidos.	20%
173. Informe de seguimiento al Comité Técnico de Cuentas Satélites de la Cultura.	261. No. de Informes elaborados.	3		

Estrategia	Resultado Esperado	Producto(s)	Indicador	Meta
	41. Alineación discurso estratégico y económico del Ministerio.	174. Discursos del Ministros elaborados.	262. Porcentaje de discursos elaborados y aprobados.	100%
		175. Soporte técnico a las notas de prensa semanales de hidrocarburos.	263. Porcentaje de notas de prensa revisadas respecto a las generadas.	100%
		176. Servicios de asesoría y supervisión a la elaboración de documentos externos.	264. Porcentaje de documentos revisados respecto al total recibido.	100%
		177. Servicio de monitoreo de las cotizaciones de los precios de internacionales de los combustibles.	265. Nivel de cumplimiento del monitoreo.	85%
		178. Indexación trimestral del impuesto específico de los combustibles.	266. Nivel de cumplimiento.	100%