



Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

**PLAN OPERATIVO ANUAL (POA) 2021,
PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL (PEI)
2021-2023**

INDICE DE CONTENIDO

I.	PRESENTACIÓN	3
II.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA CDPC	4
III.	ESTRATEGIA OPERATIVA	4
IV.	OBJETIVO ESTRATÉGICO	5
V.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
VI.	METAS INSTITUCIONALES 2021	5
VII.	PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PRESUPUESTO 2021	6
VIII.	ANEXOS	10
	NO. 1 ORGANIGRAMA DE LA CDPC	10
	NO. 2 PRESUPUESTO POR GRUPO DEL GASTO 2021	11
	NO. 3 PRESUPUESTO POR OBJETO Y GRUPO DEL GASTO 2021	12
	NO. 4 PROYECCIÓN INGRESOS Y GASTOS AÑO 2022-2023	13

Escriba el texto aquí



I. PRESENTACIÓN

La competencia es el principal incentivo para que los mercados sean cada vez más eficientes. Esto se debe a que los consumidores, al gozar de total libertad para elegir a su proveedor, buscan al que cumpla de manera más completa con sus demandas. Es por esta razón que las empresas en competencia tienen mayores incentivos para innovar, ampliar la oferta (precios más bajos) y mejorar la calidad de sus servicios.

Estas acciones a mediano y largo plazo traen mayores beneficios a la sociedad, pues fortalecen el crecimiento de la economía: los individuos y empresas ante la demanda de una mayor eficiencia e incorporación de nuevas tecnologías, elevan su productividad. Sin embargo, la competencia puede, en ocasiones, no desarrollarse de forma natural en un determinado sector productivo o en un determinado ámbito geográfico, pudiendo existir incentivos por parte de determinadas empresas para acometer prácticas y/o estrategias restrictivas del nivel de competencia, con el objeto de consolidar o ganar poder de mercado. En estos casos, los órganos de defensa de la competencia deben evitar estos comportamientos de concentración, colusión y falta de competencia.

El objetivo de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) es “promover y proteger el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar del consumidor”, cuyo cumplimiento se enmarca en dos funciones, defensa y promoción de la competencia.

El Plan Operativo es un instrumento que asegura el cumplimiento no solo del objetivo de la Institución, sino del conjunto de programas y actividades que se derivan de dichas funciones. La Comisión cuenta con una estrategia definida por los programas operativos anuales, los cuales incluyen las acciones institucionales y las metas programadas.

Dichas acciones responden a las necesidades definidas en las líneas estratégicas establecidas en el Plan y buscan alcanzar los objetivos institucionales. De esta forma, año con año, las áreas de la Comisión realizan proyectos enfocados en el cumplimiento de la política de competencia, así como en su esquema de planeación institucional.

El POA-2021 y Plan Estratégico Institucional 2021-2023, se fundamenta en dos (2) grandes programas; (i) Defensa de la Competencia y, (ii) Promoción de la Competencia. Ambos programas apuntan como resultado final a mejorar la competitividad y el ambiente de negocios para la atracción de inversiones

La planificación Anual para el año 2021, y Plan Estratégico Institucional 2021-2023 tiene dos propósitos, primero, alinear las acciones de la CDPC a la Visión de País, al Plan de Nación y al Plan de Gobierno, enfatizando en la responsabilidad del Estado en velar por el buen funcionamiento de los mercados y la competencia, mediante la inclusión del lineamiento

estratégico “Competitividad”, en el cual la competencia tiene un papel protagónico y, segundo, contribuir a mejorar la posición de Honduras en el Índice de Competitividad Global (ICG).

II. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA CDPC

1. **MISIÓN:** Somos la institución rectora de la política de competencia que promueve y protege su ejercicio, ejecutando acciones orientadas a procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor, contribuyendo al alcance del desarrollo económico del país.
2. **VISIÓN:** La COMISION PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA (CDPC) será reconocida, a nivel nacional e internacional, por su credibilidad e imparcialidad para promover y proteger el ejercicio de la libre competencia, procurando el funcionamiento eficiente del mercado y contribuyendo al desarrollo económico del país y a mejorar su posición en el índice global de competitividad.
3. **VALORES:** Son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de la CDPC y permiten crear las pautas de comportamiento. Siendo los valores parte importante para el cumplimiento de la visión y la misión se han definido cuatro y se detallan en la figura siguiente:
 - a. **Compromiso:** en la CDPC tenemos colaboradores comprometidos a poner al máximo sus capacidades para cumplir con todo aquello que se les ha confiado.
 - b. **Liderazgo:** Capaces de influir de forma positiva en las personas haciendo su trabajo con entusiasmo en el logro de las metas y objetivos.
 - c. **Ética:** colaboradores con un comportamiento correcto y honesto actuando de manera responsable ante las diversas situaciones.
 - d. **Profesionalismo:** siendo objetivos y efectivos en las actividades que desempeñan.

III. ESTRATEGIA DE GOBIERNO

Estabilizar la situación macroeconómica del país, como elemento fundamental para apoyar el saneamiento de las finanzas públicas, el crecimiento económico y la inversión en programas de reducción y alivio de la pobreza; mediante la definición de un amplio programa económico de mediano plazo. Mejorando indicadores de competencia y de protección a los consumidores, indicando la facilidad para hacer negocios en Honduras.

IV. ESTRATEGIA INSTITUCIONAL

Esta estrategia pretende que los mercados funcionen bajo reglas de competencia y que la sociedad hondureña conozca y se empodere de los derechos y beneficios de la competencia, con resultados tales como: (i) Disminuida la generación de prácticas y conductas anticompetitivas y conservando el nivel de competencia en los mercados; (ii) Generados los espacios de comunicación y formación para el fomento de la cultura de la competencia en gremios, representantes del sector público, universidades, agentes económicos y consumidores; (iii) Fomentada la libre competencia mediante actividades de abogacía.



V. OBJETIVO ESTRATÉGICO

1. Disminuir la generación de prácticas y conductas anticompetitivas con cambios positivos en la eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores.
2. Generar espacios de comunicación y formación para fomento de la cultura de la competencia en gremios, representantes del sector público, universidades, agentes económicos y consumidores para una sociedad más conocedora y empoderada de los derechos y beneficios de la competencia.
3. Fomentar la libre competencia mediante Actividades de Abogacía.

VI. OBJETIVOS OPERATIVOS Y ESPECÍFICOS

1. Aplicar la ley en pro de la defensa de la competencia.
2. Realizar acciones de abogacía para promover la libre competencia.
3. Realizar acciones de difusión y de abogacía para generar cultura de competencia.
4. Realizar acciones para conocer la estructura y funcionamiento de los mercados.
5. Desarrollar acciones mediáticas para promover y defender la competencia.
6. Mejorar el índice de competencia local, en el marco del índice de competitividad global-ICG
7. Mejorada la percepción de cultura de la competencia en la sociedad Hondureña.

VII. METAS INSTITUCIONALES 2021

A. DEFENSA DE LA COMPETENCIA

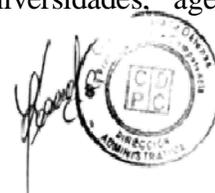
Disminuida la generación de prácticas y conductas anticompetitivas y conservado el nivel de competencia en los mercados.

Producto Final	Productos Intermedios	Actividad/ obra		
		Programado		
		2021	2022	2023
Resoluciones emitidas a agentes económicos sobre casos de defensa de la competencia.	Análisis de Concentraciones Económicas para determinar los posibles efectos sobre la competencia realizados	8	8	10
	Investigaciones de Oficio por presuntas prácticas anticompetitivas realizadas	2	2	2
	Investigaciones por Denuncia de presuntas prácticas anticompetitivas realizadas	2	2	2

- a. Resolver cuatro (8) casos de concentraciones económicas.
- b. Resolver un (2) caso de investigación de oficio.
- c. Resolver un (2) caso de investigación por denuncia.

B. PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

1. Generados los espacios de comunicación y formación para el fomento de la cultura de la competencia en gremios, representantes del sector público, universidades, agentes económicos y consumidores.
2. Fomentada la libre competencia mediante actividades de abogacía.



Producto Final	Productos Intermedios	Actividad/ obra		
		Programado		
		2021	2022	2023
Programa 12				
Eventos de promoción realizados para el fomento de la cultura de competencia en la sociedad hondureña.	Eventos de promoción realizados para el fomento de la cultura de competencia en la sociedad hondureña.			
	Capacitaciones sobre mejores prácticas para incentivar la competencia a Gremios (productores, empresariales, profesionales, consumidores, eventos regionales, talleres, etc.) realizadas.	8	10	10
	Capacitación en procesos de compras procompetitivos y guía para hacedores de política, entre los representantes del Sector Público realizadas.	5	5	5
	Capacitación sobre derecho de la competencia a Universidades Nacionales realizadas.	8	10	11
	Socialización de guía de competencia para asociaciones empresariales y gremiales realizadas.	4	5	6
	Socialización de resultados de estudios de mercado sectoriales e investigaciones por la realización de prácticas anticompetitivas realizadas.	1	1	1
	Publicaciones y notas periodísticas.	25	27	28
Acciones de promoción o abogacía de la competencia con efectos pro competitivos	Acciones de promoción o abogacía de la competencia con efectos pro competitivos			
	Estudios de Mercado Realizados.	1	1	2
	Recomendaciones de política a instituciones públicas, entes reguladores, agentes económicos y asociaciones generadas.	1	2	3
	Consultas técnicas de instituciones públicas, redes internacionales de competencia, agencias pares e instituciones académicas sobre la aplicación del derecho de la competencia y funcionamiento institucional evacuadas.	30	30	30
	Opiniones y consultas de agentes económicos sobre la aplicación de la ley de competencia, elaborados.	5	5	6
	Notas técnicas sobre distintos mercados con enfoque pro competitivo, elaboradas.	2	2	3

- a. Realizar ocho (8) eventos de capacitación a gremios, a productores, empresariales profesionales, consumidores, eventos regionales, talleres a nivel nacional.
- b. Desarrollar cinco (5) eventos de capacitación a representantes del sector público.
- c. Desarrollar ocho (8) eventos de capacitación a universidades a nivel nacional.
- d. Realizar cuatro (4) capacitaciones de socialización de guía de competencia para asociaciones.
- e. Realizar una (1) socialización sobre resultados de estudios e investigaciones.
- f. Realizar veinticinco (25) publicaciones y notas periodísticas relacionadas con las resoluciones, los eventos, la socialización de los estudios, documentos realizados por la Comisión y sobre temas de competencia en general.
- g. Realizar un (1) estudio de mercado.
- h. Realizar una (1) recomendación de política pública.
- i. Realizar treinta (30) consultas técnicas de instituciones públicas, redes internacionales de competencia, agencias pares e instituciones académicas sobre la aplicación del derecho de la competencia y funcionamiento institucional.
- j. Realizar cinco (5) opiniones y consultas sobre la aplicación de la ley de competencia.
- k. Elaborar dos (2) notas técnicas sobre distintos mercados con enfoque pro competitivo.



VIII. PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PRESUPUESTO 2021

En el marco de las acciones prioritarias definidas en el Plan Estratégico de la Comisión, se tiene previsto lo siguiente: i) la identificación de regulaciones del mercado que limitan la competencia; ii) el rol de la Comisión en la implementación de nuevas regulaciones; y iii) una adecuada capacitación del personal de la Comisión.

1) SOBRE LA ADECUADA IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE CLEMENCIA ADMINISTRATIVA

Desarrollar una estrategia de socialización y comunicación del programa de clemencia a fin de mostrar los beneficios de dicho programa e incentivar a los agentes económicos para que se acojan al mismo. Con ello se reduciría el número de carteles económicos operando en los distintos mercados. Se estima que los precios de los productos o servicios en donde opera un cartel económico se incrementan entre un 10% hasta un 30% por sobre el precio competitivo, perjudicando el bienestar de los consumidores en especial de aquellos más pobres, en ese sentido, el desmantelamiento de carteles económicos beneficiaría directamente al consumidor y permitiría la entrada de nuevos competidores con mejor calidad e innovación en sus productos.

2) SOBRE LA IDENTIFICACIÓN DE REGULACIONES DEL MERCADO QUE LIMITAN LA COMPETENCIA

Una de las funciones de mayor relevancia de la Comisión, es la Promoción de la Competencia que hace referencia a todas aquellas actuaciones al fomento de un entorno competitivo para el desarrollo de las actividades económicas mediante el empleo de mecanismos no coercitivos. Uno de los mecanismos más destacados de la política de promoción de la competencia lo constituye la identificación de barreras regulatorias que limitan o distorsionan la libre competencia, máxime cuando estas barreras introducen importantes distorsiones y alteran el juego competitivo en los mercados.

Para determinar las condiciones de competencia bajo las cuales operan los distintos sectores de la economía es necesario la elaboración de estudios sectoriales o de mercado. El propósito es identificar y recomendar las medidas adecuadas para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia en las diferentes etapas de la cadena de valor.

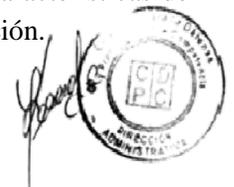
3) SOBRE EL ROL DE LA COMISIÓN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS REGULACIONES

La evaluación y opinión sobre nuevas regulaciones, anteproyectos de ley o proyectos de reglamento, son uno de los elementos de gran relevancia de las agencias en la promoción de la competencia, ya que con ello se pretende identificar de manera anticipada los posibles efectos restrictivos sobre la competencia y valorar si las restricciones se encuentran o no justificadas sobre la base de otros objetivos de interés general, identificando la existencia o no de una alternativa regulatoria de similar eficacia pero menos restrictiva.

4) SOBRE LA ADECUADA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LA COMISIÓN

Sobre la base de un componente estratégico referido al liderazgo de la institución en materia de competencia económica, se hace necesario enfocar el talento humano como valor agregado, puesto que el recurso humano se convierte en el activo más importante de la institución, cuando se complementa con una política de gestión humana justa, efectiva y que cree un excelente clima laboral, potenciando el desarrollo de características de liderazgo, creatividad, iniciativa y compromiso a través de un fuerte componente de capacitación.

5) SOBRE LOS ADECUADOS INCENTIVOS ECONÓMICOS AL PERSONAL DE LA COMISIÓN



Sobre la base de un componente estratégico referido al liderazgo de la institución en materia de competencia económica, se hace necesario enfocar el talento humano como valor agregado, puesto que el recurso humano se convierte en el activo más importante de la institución, cuando se complementa con una política de gestión humana justa, efectiva y que cree un excelente clima laboral, potenciando el desarrollo de características de liderazgo, creatividad, iniciativa y compromiso a través de un fuerte componente de una política salarial que mantenga el valor del poder adquisitivo de los salarios complementada con incentivos adicionales como bonificaciones y ajustes por productividad.

6) APOYO Y ACOMPAÑAMIENTO A LAS AUTORIDADES DE COMERCIO EN LA TEMÁTICA DE COMPETENCIA EN EL MARCO DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO.

Es importante destacar el trabajo que desde hace años viene desarrollando la CDPC como miembro activo de la Red Centroamericana de Autoridades Nacionales Encargadas del Tema de Competencia (RECAC), especialmente en la elaboración de la Norma e Institucionalidad Regional de Competencia que le permitirá a la región contar con una normativa y posteriormente un ente centroamericano de competencia.

Adicionalmente, en las actividades de RECAC se fomenta el intercambio de ideas, análisis de casos de importancia nacional y regional, la colaboración institucional, entre otros. Es por ello que cada año se asiste regularmente a eventos en distintos países de la región para acercar estos lazos de comunicación.

Lo anterior, manifiesta el interés y relevancia de la participación de los funcionarios de la Comisión en eventos internacionales de competencia, por lo que resulta indispensable contar con fondos dentro de su presupuesto para realizar este tipo de actividades, dado el beneficio directo e indirecto que produce a la institución, los mercados y, en general, al mejoramiento de las condiciones de competencia del país.

7) SOBRE EL ADECUADO POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LA COMISIÓN

Por medio de la participación de la Comisión en eventos de organismos de competencia internacionales, así como a través del desarrollo de una amplia cooperación de carácter bilateral y multilateral con autoridades en materia de competencia económica de otros países, se contribuye al posicionamiento de la CDPC en el ámbito internacional.

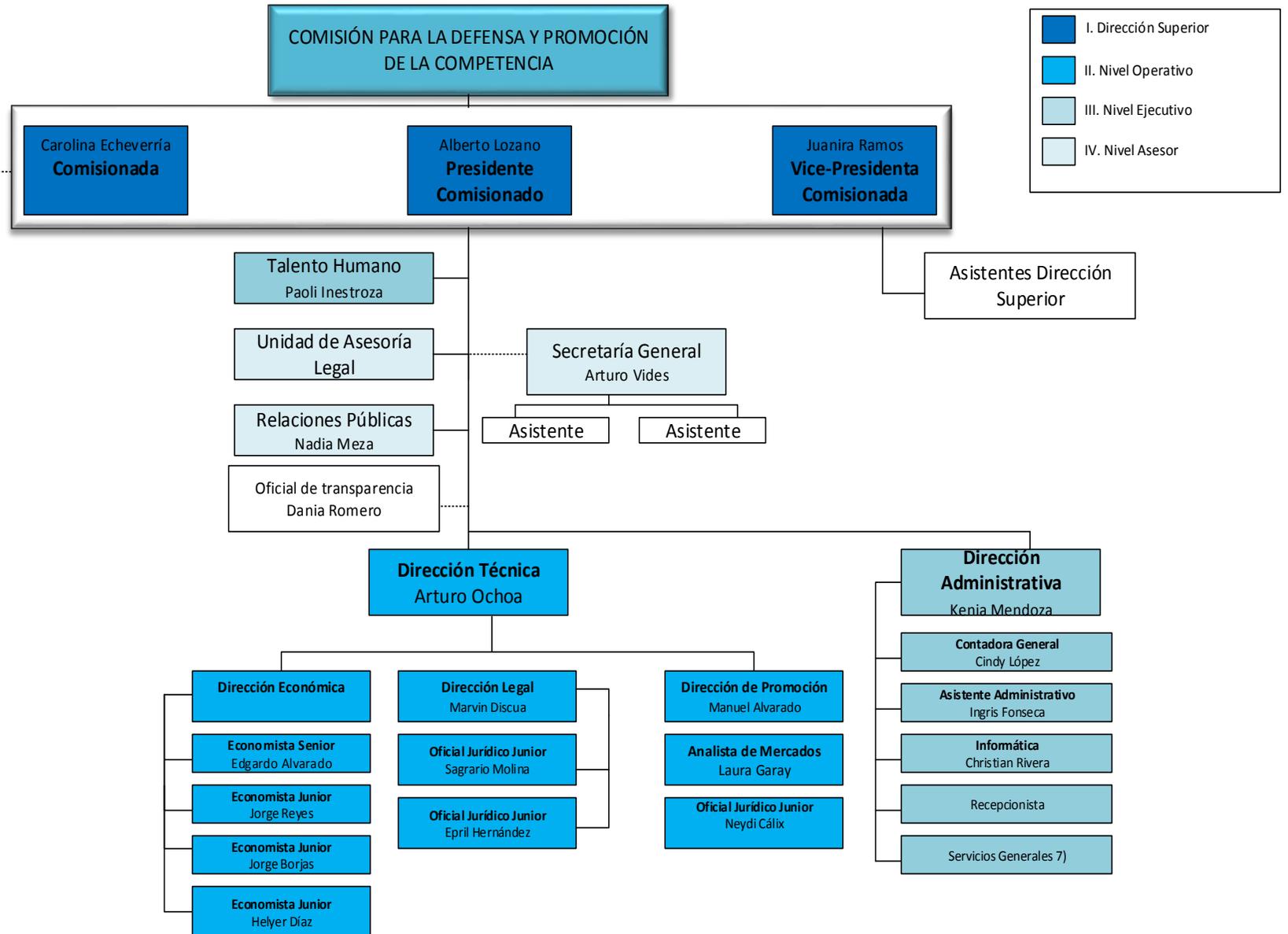


VIII. ANEXOS

Organigrama



Auditor Interno Interino
Roberto Ulises Rodríguez





República de Honduras

**COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y LA PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA
PRESUPUESTO DE EGRESOS POR GRUPO DE GASTO**



17/09/2021 17:05:44

Gestión: 2021

r_fpr_objgas

Página 1 de 1

EJERCICIO: 2021

ETAPA: SOLICITADO GA

GRUPO DE GASTO	NOMBRE	IMPORTE
1 0 0	SERVICIOS PERSONALES	29,448,252
2 0 0	SERVICIOS NO PERSONALES	7,184,158
3 0 0	MATERIALES Y SUMINISTROS	800,000
4 0 0	BIENES CAPITALIZABLES	100,000
5 0 0	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES	20,000
Total General:		37,552,410



República de Honduras

COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y LA PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA
PRESUPUESTO DE EGRESOS POR GRUPO Y OBJETO DEL GASTO



17/09/2021 17:06:13

Gestión: 2021

r_fpr_objgas

Página 1 de 1

EJERCICIO: 2021

ETAPA: SOLICITADO GA

GRUPO DE GASTO	NOMBRE	IMPORTE
1 0 0	SERVICIOS PERSONALES	29,448,252
1 1 0	PERSONAL PERMANENTE	29,448,252
2 0 0	SERVICIOS NO PERSONALES	7,184,158
2 1 0	SERVICIOS BASICOS	229,020
2 2 0	ALQUILERES Y DERECHOS SOBRE BIENES INTANGIBLES	2,116,932
2 3 0	MANTENIMIENTO, REPARACIONES Y LIMPIEZA	597,489
2 4 0	SERVICIOS PROFESIONALES	1,869,627
2 5 0	SERVICIOS COMERCIALES Y FINANCIEROS	1,506,900
2 6 0	PASAJES Y VIATICOS	782,550
2 7 0	IMPUESTOS, DERECHOS, TASAS Y GASTOS JUDICIALES	41,640
2 9 0	OTROS SERVICIOS NO PERSONALES	40,000
3 0 0	MATERIALES Y SUMINISTROS	800,000
3 1 0	ALIMENTOS, PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES	75,000
3 3 0	PRODUCTOS DE PAPEL, CARTÓN E IMPRESOS	87,444
3 4 0	CUEROS, PIELS Y SUS PRODUCTOS	40,000
3 5 0	PRODUCTOS QUIMICOS, FARMACEUTICOS, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	37,000
3 9 0	OTROS MATERIALES Y SUMINISTROS	560,556
4 0 0	BIENES CAPITALIZABLES	100,000
4 2 0	MAQUINARIA Y EQUIPO	100,000
5 0 0	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES	20,000
5 2 0	TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES A INSTITUCIONES DEL SECTOR PUBLICO	20,000
Total General:		37,552,410



Proyección de Ingresos				
No.	Años	2021	2022	2023
1	Ingresos por Tasa de Verificación			
	salario promedio base L. 10,857	12,093.30	12,564.94	13,067.53
	tasa: 250 salarios mínimos			
	Grande (3)	6046,648.50	6282,467.79	6533,766.50
	Mediana (1)	2116,326.98	2198,863.73	2286,818.28
	Pequeña (2)	1511,662.13	1570,616.95	1633,441.63
	Ingreso Anual por Tasa de Verificación	9674,638.00	10051,948.00	10454,026.00
2	Ingresos por Multas			
	Ingresos por multa	-	-	-
	50% de la multa aplicada			
	sujeto a resolución final de la corte, dejando en firme la multa			
	Bajo el supuesto de que los agentes económicos recurren a la corte a fin de revertir la multa			
	Total Ingreso	9674,638.00	10051,948.00	10454,026.00

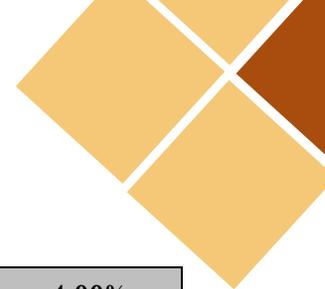
Nota: Las operaciones de concentración económica, son acciones de los agentes económicos privados, que en caso de superar ciertos umbrales deben ser notificadas a la Comisión. Por la verificación de las mismas los agentes económicos pagan una tasa. Sin embargo, el cumplimiento de esta proyección de ingresos no depende directamente de la CDPC puesto que el proceso de notificación de concentraciones económicas es una acción que depende de los agentes económicos y está en relación a las estrategias de mercado de cada una de ellas. En ese sentido, los ingresos proyectados son inciertos para los períodos de proyección.

*ajustado a las condiciones actuales.



Con la Competencia Ganamos Todos: Las Empresas, Los Consumidores y El País.

Centro Morazán, Torre 1, 6to. Piso# 10610, Bulevar Morazán, Apartado Postal 3386
Tegucigalpa M.D.C., Honduras, C.A. (504) 2221-8005, 2221-8111, 2221-4900
email:comision@cdpc.hn, sitio web: www.cdpc.hn



Proyección de Egresos Propios		4.10%	3.90%	4.00%
Objeto	Descripción	2021	2022	2023
11510	Décimo Tercer Mes	1795,414.00	1865,435.00	1940,052.00
16200	Compensaciones	808,000.00	839,512.00	873,092.00
21100	Energía Eléctrica	176,970.00	183,872.00	191,227.00
21200	Agua	26,025.00	27,040.00	28,122.00
21420	Telefonía Fija	26,025.00	27,040.00	28,122.00
22100	Alquileres de Edificios, Viviendas y Locales	2116,931.59	2199,492.00	2287,472.00
23100	Mant. Y Rep. de Edificio y Locales	411,195.00	427,232.00	444,321.00
23200	Mant. Y Rep. De Equipo y Medio de Transp.	25,983.36	26,997.00	28,077.00
23350	Mant. Y Reparación de Equipo de Computación	145,740.00	151,424.00	157,481.00
23500	Limpieza Aseo y Fumigación	14,574.00	15,142.00	15,748.00
24200	Estudios Investigación y Análisis de Factibilidad	1249,200.00	1297,919.00	1349,836.00
24500	Servicios de Capacitación	78,075.00	81,120.00	84,365.00
25300	Servicios de Imprenta, Publicaciones y reprod	88,485.00	91,936.00	95,613.00
25400	Primas y Gastos de Seguro	988,950.00	1027,519.00	1068,620.00
25700	Servicios de Internet	322,710.00	335,296.00	348,708.00
26110	Pasajes Nacionales	52,050.00	54,080.00	56,243.00
26210	Viáticos Nacionales	520,500.00	540,800.00	562,432.00
27210	Tasa	41,640.00	43,264.00	44,995.00
29100	Ceremonial Y Protocolo	156,150.00	162,240.00	168,730.00
31100	Alimentos y Bebidas para Personas	156,150.00	162,240.00	168,730.00
33100	Papel de Escritorio	26,025.00	27,040.00	28,122.00
33400	Productos de Papel y Cartón	52,050.00	54,080.00	56,243.00
33500	Libros revistas y Periódicos	9,369.00	9,734.00	10,123.00
34400	Llantas Y Cámara de Aire	21,652.80	22,497.00	23,397.00
35600	Combustibles y Lubricantes	37,476.00	38,938.00	40,496.00
39100	Elementos de Limpieza y aseo Personal	47,636.16	49,494.00	51,474.00
39200	Útiles de Escritorio, Oficina Y Enseñanza	52,050.00	54,080.00	56,243.00
39400	Útiles de Cocina y Comedor	7,611.09	8,685.00	9,830.00
39600	Otros Repuestos y Accesorios Menores	100,000.00	103,900.00	108,056.00
42120	Equipos Varios de Oficina	100,000.00	103,900.00	108,056.00
52120	Transferencias y Donaciones a Instituciones	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Total		9674,638.00	10051,948.0	10454,026.0



Con la Competencia Ganamos Todos: Las Empresas, Los Consumidores y El País.

Centro Morazán, Torre 1, 6to. Piso# 10610, Bulevar Morazán, Apartado Postal 3386

Tegucigalpa M.D.C., Honduras, C.A. (504) 2221-8005, 2221-8111, 2221-4900

email:comision@cdpc.hn, sitio web: www.cdpc.hn