REPUBLICA DE HONDURAS
SECRETARIA DE FINANZAS

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL (PEI)

MODIFICACIONES

EJERCICIO: 2025

REP:R00824625
GESTION:2025
11/03/2025 02:43:44 p.m.

Estado: AUTORIZADO

Institución: 514 - Comisión Para La Defensa Y La Promoción de la Competencia

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.
VISIÓN:	Ser la institución 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 para mejorar su posición en el índice de competitividad global.

OBJETIVO ESTRATEGICO	1	Disminuir la generación de prácticas y conductas anticompetitivas para generar cambios positivos en la eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores así como incrementar la concientización en los gremios, sector público, universidades, agentes económicos y consumidores en materia de la libre competencia, para reducir los niveles de conflictividad legal.

VINCULACIÓN PLANIFICACIÓN

OBJETIVO ESTRATEGICO SUB-SECTORIAL (PES)	0	SIN VINCULACION PES
RESULTADO SUB-SECTORIAL (PES)	0	SIN VINCULACION PES
OBJETIVO ESTRATEGICO DE GOBIERNO (PEG)	1	Construir un modelo económico alternativo para eficientar la producción y promover el desarrollo, la justicia social, y la distribución de la riqueza y el ingreso nacional.
RESULTADO DE GOBIERNO (PEG)	7	Erradicada la especulación de precios, especialmente de los productos de primera necesidad.
OBJETIVO VISIÓN DE PAIS	1	Una Honduras sin pobreza extrema, educada y sana con sistemas consolidados de previsión social.
META VISIÓN DE PAIS	6	--SIN VINCULACIÓN CON META DE VP--

	2025	2026	2027	2028
Vigencia del Objeto Estratégico	S	S	S	N

RESULTADO INSTITUCIONAL	1	Disminuida la generación de prácticas y conductas anticompetitivas, conservado el nivel de competencia en los mercados
SUSPUESTOS		

Clasificación: 18 CONSUMIDORES **Población:** 78 A NIVEL NACIONAL **Medio de Verificación:** INFORME

RESULTADO INSTITUCIONAL	2	Incrementada la generación de espacios de comunicación y formación de el fomento de la cultura de la competencia en gremios, representantes del sector público, universidades, agentes económicos y consumidores.
SUSPUESTOS		

Clasificación: 18 CONSUMIDORES **Población:** 78 A NIVEL NACIONAL **Medio de Verificación:** INFORME