

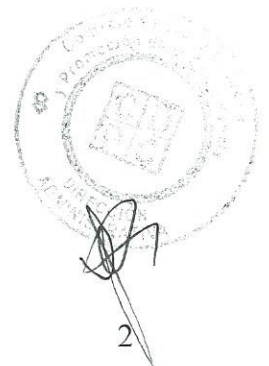
Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

PLAN OPERATIVO ANUAL 2018

ENERO, 2018

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 2018	5
VII.	PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PRESUPUESTO 2018	6
VIII.	ANEXOS	10
	NO. 1 ORGANIGRAMA DE LA CDPC	10
	NO. 2 PRESUPUESTO POR OBJETO DEL GASTO 2018	11
	NO. 3 PRESUPUESTO RESUMIDO 2018	



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-2018 se fundamenta en dos (2) grandes programas; (i) Defensa de la Competencia y, (ii) Promoción de la Competencia. A cada programa se le suman dos actividades, así: para defensa las acciones encaminadas a procurar el ordenamiento y eficiencia de los mercados que puedan derivarse en beneficios tangibles en el bienestar de los consumidores; en tanto que para la promoción las acciones que conlleven al desarrollo de una cultura de competencia entre la Ciudadanía, y que eviten conflictos entre leyes relacionadas con normas de competencia.



El esfuerzo de la elaboración de POA-2018 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) de una posición de 86 en 2011 a 50 en el 2038.

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 escalando a la posición 70 para el año 2022.
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 productos finales como: (i) mercados sanos y funcionando bajo las reglas de competencia; (ii) una sociedad más conocedora y empoderada de los derechos y beneficios de la competencia y; (iii) Mercados eficientes sin distorsiones que limitan el proceso de libre competencia.

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. Elevar el nivel de cultura de competencia en la sociedad Hondureña.
3. Promover las condiciones necesarias de competencia para que los mercados funcionen eficientemente.

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 2018

A. DEFENSA DE LA COMPETENCIA

1. Implementada a nivel administrativo la norma de competencia
2. Mercados ordenados y eficientes, funcionando bajo reglas de competencia

Producto Final	Productos Intermedios	Actividad/ obra
Programa 11		Programado
Mercados ordenados y eficientes, funcionando bajo reglas de competencia.	Concentraciones Económicas	5
	Investigaciones de Oficio	1
	Investigaciones por Denuncia	2

- a. Resolver cinco (5) casos de concentraciones económicas.
- b. Resolver un (1) caso de investigación de oficio.
- c. Resolver un (1) caso de investigación por denuncia.

B. PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

1. Generar 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 para una sociedad más conocedora y empoderada de los derechos y beneficios de la competencia.

2. Realizar eventos para promocionar la cultura de competencia en la sociedad hondureña realizados.
3. Fomentar la libre competencia mediante Actividades de Abogacía.

Producto Final	Productos Intermedios	Actividad/obra
Programa 12		Programado
Generados los 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	Eventos para promocionar la cultura de competencia en la sociedad hondureña realizados.	
	Capacitaciones sobre mejores prácticas para incentivar la competencia a Gremios (productores, empresariales, profesionales, consumidores, eventos regionales, talleres, etc.) realizados	16
	Capacitación en procesos de compras procompetitivos entre los Representantes del Sector Público	8
	Capacitación sobre derecho de la competencia a Universidades Nacionales	12
	Socialización de resultados de estudios de mercado sectoriales e investigaciones por la realización de prácticas anticompetitivas	2
	Diplomado sobre competencia	1
	Socialización de guía de competencia para asociaciones empresariales y gremiales	6
	Socialización de reformas de la ley de competencia hacia grupos específicos y público en general de la sociedad hondureña	12
	Publicaciones y notas periodísticas	40
	Actividades de Abogacía para promocionar la cultura de competencia	
	Estudios de mercado	2
	Recomendaciones de política pública	2
	Publicación de resultados de estudios e investigación en medios escritos	2
	Dictámenes, Opiniones y Consultas sobre la aplicación de la ley de competencia	5
	Guías con lineamientos pro competitivos	1

- a. Realizar diez (16) eventos de capacitación a gremios, a productores, empresariales profesionales y consumidores.
- b. Desarrollar cinco (8) eventos de capacitación a representantes del sector público.
- c. Desarrollar diez (12) eventos de capacitación a universidades a nivel nacional.
- d. Realizar un (2) taller de socialización sobre resultados de estudios e investigaciones.
- e. Realizar un (1) diplomado sobre competencia.
- f. Realizar cinco (6) talleres de socialización de guía de competencia para asociaciones.
- g. Realizar diez (12) eventos de socialización de las reformas de la ley de competencia.
- h. Realizar treinta y cinco (40) 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.
- i. Realizar dos (2) estudios de mercado.
- j. Realizar dos (2) recomendación de política pública.



- k. Realizar una (2) publicaciones de resultados de estudios e investigaciones en medio escritos a nivel nacional.
- l. Realizar cuatro (5) dictámenes opiniones y consultas sobre la aplicación de la ley de competencia.
- m. Elaborar una (1) guía con lineamientos pro competitivos

VIII. PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PRESUPUESTO 2018

En el marco de las acciones prioritarias definidas en el Plan Estratégico de la Comisión, se tiene previsto lo siguiente: i) una adecuada implementación del programa de Clemencia Administrativa aprobado por el Congreso Nacional mediante Decreto No. 4-2015; ii) la adecuada implementación de la ampliación del alcance geográfico de la Comisión, ya que en el año 2017 se creó la agencia regional de competencia en San Pedro Sula; iii) la identificación de regulaciones del mercado que limitan la competencia; iv) el rol de la Comisión en la implementación de nuevas regulaciones; y v) 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.
- Aumentar el número de personal técnico necesario para dar trámite a todas las solicitudes de clemencia a fin de investigar, desmantelar y sancionar a los demás miembros del cartel económico denunciado.
- Dotar a la Comisión de una sala de interrogatorios con la tecnología adecuada.
- Adquisición de tecnología para allanamientos sorpresa. Software e instrumentos necesarios para recuperar información borrada (informática forense).

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) IMPLEMENTACIÓN DE PLATAFORMA TECNOLÓGICA INTEGRADA DE SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES DE LA COMISIÓN

Que servirá para recopilar información de cada caso (concentración económica, investigación por prácticas y conductas anticompetitivas por su naturaleza o por su efecto, consultas, y otros aspectos relevantes) en tiempo real a lo interno de la institución.

Mediante este sistema, se pretende tener varias alternativas para el seguimiento de las actividades y procesos a lo interno de la institución así como para los agentes económicos. Además, con esta plataforma informática, la Comisión apunta en el mediano plazo a implementar un sistema de gestión de calidad que permita interrelacionar los procesos y realizar un adecuado registro, seguimiento y control de las actividades que ejecuten sus funcionarios.

Adicionalmente, con este sistema a implementar se prevé incorporar un sistema de emisión de alertas sobre los tiempos de la duración de la investigación, de la instrucción de la autoridad y de las diligencias o pericias por parte de las unidades de seguimiento. Esto, permitirá generar reportes oportunos y reales sobre la actuación en tiempo real.

6) CREACIÓN Y LANZAMIENTO DE UNA APLICACIÓN DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN Y LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Con esta herramienta se pretende contribuir con el proceso de fomento de la cultura de la competencia a nivel nacional. La finalidad de dicha aplicación será la exponer al público interesado a través de una aplicación para Smartphone en sistemas operativos Android e IOS, la información más relevante de los estudios realizados, la posibilidad de consultar los distintos casos resueltos por la institución e igualmente, se mostrará un detalle de las diferentes etapas de los casos en proceso, incluyendo aquellos que han sido recurridos en sede judicial.

Asimismo, en la aplicación se podrán consultar los datos por períodos en que fueron abiertos los casos, cronología del mismo, resoluciones y montos por sanciones impuestas. Todos estos aspectos serán presentados en un ambiente virtual altamente interactivo, fácil de utilizar y con un lenguaje de fácil comprensión para los usuarios.



7) CERTIFICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMAS ISO A LA CDPC.

Mediante estas normas se aplicarán Sistemas de Gestión de Calidad (SGC), centrándose en todos los elementos de administración de calidad con los que la institución podrá contar y así disponer de un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos y servicios.

Se prevé que con estas normas la CDPC podrá ofrecer mejores tiempos de respuesta a denuncias, solicitudes, elaboración de opiniones reclamos y sugerencias, de así como monitoreo más eficiente al seguimiento de los casos que prestan los agentes económicos de los diferentes mercados en el país.

Paralelamente, se pretende que con la Certificación ISO, los distintos procesos administrativos de la Comisión se apeguen a los estándares más altos de calidad, se eficiente el presupuesto de la institución, se mejoren los tiempos de respuesta, se aprovechen mejor sus recursos humanos, pero sobre todo, se asegure que las obligaciones de los agentes económicos para el cumplimiento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, se apeguen a cabalidad.

8) 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.


LIC. KENIA MENDOZA
Directora Administrativa



LIC. ARTURO OCHOA
Director Técnico