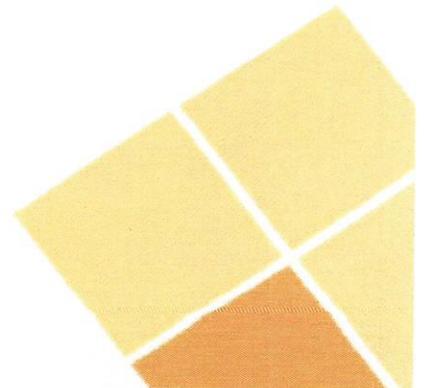




Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

INFORME DE EJECUCIÓN FÍSICA 2018

FEBRERO DE 2019



INDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA CDPC	4
III.	ESTRATEGIA DE GOBIERNO	4
IV.	ESTRATEGIA INSTITUCIONAL	4
V.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	5
VI.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
VII.	METAS INSTITUCIONALES 2017	5
VIII.	CUMPLIMIENTO DE METAS FÍSICAS 2017	8
IX.	Balance Anual I Cumplimiento de Metas Físicas	11



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-2017 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 actividades se refieren al ordenamiento y eficiencia de los mercados funcionando bajo reglas de competencia; en tanto que para la promoción las actividades se relacionan con el desarrollo de la cultura de la competencia y, con la prevención de conflictos entre leyes que se relacionan con la norma de competencia.

El esfuerzo de la elaboración de POA-2017 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; (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

i. 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 II		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.

ii. 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 Publico	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
	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 publica	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 dieciséis (16) eventos de capacitación a gremios, a productores, empresariales profesionales y consumidores.
- b. Desarrollar ocho (8) eventos de capacitación a representantes del sector público.
- c. Desarrollar doce (12) eventos de capacitación a universidades a nivel nacional.
- d. Realizar dos (2) taller de socialización sobre resultados de estudios e investigaciones.
- e. Realizar seis (6) talleres de socialización de guía de competencia para asociaciones.
- f. Realizar doce (12) eventos de socialización de las reformas de la ley de competencia.
- g. Realizar cuarenta (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.
- h. Realizar dos (2) estudios de mercado.
- i. Realizar dos (2) recomendación de política pública.
- j. Realizar dos (2) publicaciones de resultados de estudios e investigaciones en medio escritos a nivel nacional.
- k. Realizar cinco (5) dictámenes opiniones y consultas sobre la aplicación de la ley de competencia.
- l. 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.
- 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) 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.

IX. CUMPLIMIENTO DE METAS FÍSICAS 2018

A. DEFENSA DE LA COMPETENCIA

1. Concentraciones Económicas: Se sobre paso la meta programada ya que se presentaron y analizaron 11 concentraciones económicas en los mercados de agroindustria, servicios de entretenimiento, insumos agrícolas, servicios financieros, energía, sector alimenticio y comercio, lo cual generó una sobre ejecución de 120% en esta actividad. Es importante mencionar que las operaciones de concentración económica adicionales fueron presentadas en el mes de octubre y noviembre, lo cual hizo imposible una modificación de metas puesto que la fecha límite para modificaciones es en el mes de septiembre.
2. Investigaciones de Oficio: Se analizaron los indicios económicos y legales en el mercado de servicios educativos y energía, mercados que se investigaron después de un proceso de concentración no notificado a esta Comisión. Producto del análisis anterior se emitió la resolución final de los mismos. En ese sentido, la meta de una investigación de oficio fue sobrepasada en un 100%.
3. Investigaciones por Denuncia. Durante el año se aperturó un expediente de investigación por presuntas prácticas anticompetitivas en el sector de distribución de medicamentos. Después del análisis económico y legal se determinó que la denuncia era improcedente por carecer de suficientes elementos relacionados con prácticas anticompetitivas. De esta manera la ejecución alcanzada fue de un 50%. Es importante mencionar que las denuncias son acciones de los agentes económicos privados cuando se sienten afectados por el comportamiento anticompetitivo de uno o varios agentes que participan en el mercado. De ahí que, la ejecución o cumplimiento de esta actividad no depende directamente de la CDPC puesto que el proceso de denuncia por presuntas prácticas anticompetitivas es una acción que depende de los agentes económicos y está en relación a los posibles efectos observados en el mercado.



De esta manera, la programación de metas para el programa de Defensa de la Competencia alcanzó una ejecución global de 175% un 75% adicional a lo programado, principalmente por la sobre ejecución del renglón de concentraciones económicas que dependen enteramente de la decisión de los agentes económicos puesto que estos toman la decisión estratégica de acuerdo a su plan de inversiones de llevar a cabo procesos de fusión de empresas que son posteriormente notificados a la Comisión y el renglón de investigaciones de oficio ya que se emitió una resolución con multa en el sector de energía de la que en principio no se tenía suficientes indicios y no se tenía programada su finalización en el presente año, sin embargo posteriormente debido al proceso de investigación se logró formular los cargos respectivos.

B. PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

1. Capacitación a Gremios Empresariales: Durante el año se ejecutaron 16 capacitaciones equivalente a un 100% de cumplimiento de la meta programada.
2. Capacitación a Representantes del sector Público: 100% de cumplimiento de la meta establecida, al capacitar a ocho instituciones del Gobierno sobre la guía de lineamientos pro-competitivos en las compras y contrataciones del Estado.
3. Capacitación a Universidades: 116.7% de cumplimiento de la meta establecida, al ejecutarse 14 capacitaciones de las 12 programadas inicialmente. Cabe hacer notar que la sobre ejecución se debió a la solicitud a finales de año de dos universidades a fin de que se impartiera una capacitación en temas de competencia, lo cual no genero un costo adicional para la institución.
4. Socialización de resultados de estudios e investigaciones: se obtuvo un 100% de ejecución de la meta planificada, al realizar dos eventos de socialización relacionados con la temática de telecomunicaciones y centrales de información crediticia (central de riesgo).
5. Socialización de guía de competencia para asociaciones: 116.7% de cumplimiento de la meta establecida al ejecutarse 7 actividades de las 6 planificadas inicialmente.
6. Socialización de reformas de la Ley de competencia: De las 12 actividades programadas se realizaron un total de 12 capacitaciones, equivalente a un 100% de cumplimiento de la meta anual.
7. Publicaciones y Notas Periodísticas: 127.5% de ejecución en relación a la meta anual de 40 publicaciones y notas periodísticas. Se observó una sobre ejecución de 11 notas periodísticas mismas que están en relación a los temas cubiertos en el último trimestre del año y por darse posterior a la fecha de modificación no pudieron ser reprogramadas. Sin embargo vale aclarar que dicha sobre ejecución no implicó costos adicionales en el presupuesto asignado en vista que fueron emitidas por los distintos medios de comunicación en relación a temas de la Comisión.
8. Estudios de Mercado: Respecto a esta actividad se finalizaron 2 estudios de mercado (Impacto de la Competencia en Variables Económicas e Industria del Plástico) alcanzándose una ejecución del 100% respecto a la meta programada.
9. Recomendaciones de política pública. Se realizaron recomendaciones de políticas públicas relacionadas con los mercados estudiados de telecomunicaciones y centrales de información crediticia, lo cual permitió una ejecución del 100% de lo programado.



10. Publicación de Resultados de Estudios o Investigaciones en Medios Escritos: se publicó un resumen del estudio de mercado de telecomunicaciones lo cual permitió alcanzar una ejecución del 50% de la meta programada para este renglón. No se logró publicar los resultados del estudio impacto de la competencia en variables económicas ya que el mismo se recibió en su versión final hasta finales del año.
11. Dictámenes y Opiniones sobre la aplicación de la Ley de Competencia: 140% de ejecución de la meta prevista, al ejecutarse 7 actividades de las 5 programadas. Es importante mencionar que estas son acciones de terceros y que la Comisión no tiene control directo de la cantidad de opiniones o consultas realizadas por los agentes económicos interesados, en ese sentido, el cumplimiento de la meta está en función de las solicitudes presentadas por terceros y no depende directamente de la Comisión.
12. Guía con Lineamientos Pro Competitivos: Se elaboró la guía sobre evaluación de la competencia para hacedores de política pública, la cual da lineamientos para identificar a priori si las leyes, decretos o resoluciones, contienen elementos que pueden distorsionar la competencia. Con ello se logró una ejecución del 100% de la meta prevista.

En términos de promoción de la competencia, el cumplimiento de las metas ascendió a un 113.9% al ejecutarse 123 de 108 actividades programadas para el año, influido principalmente por la sobre ejecución en los renglones de notas periodísticas mismas que están en relación a los temas cubiertos en el último trimestre del año y por darse posterior a la fecha de modificación no pudieron ser reprogramadas. Sin embargo vale aclarar que dicha sobre ejecución no implicó costos adicionales en el presupuesto asignado en vista que fueron emitidas por los distintos medios de comunicación en relación a temas de la Comisión, así mismo, la sobre ejecución en el renglón de dictámenes, opiniones y consultas sobre aplicación de la ley las cuales son formuladas por terceros y que la Comisión no tiene control directo de la cantidad de opiniones o consultas realizadas por los agentes económicos interesados y cuya reformulación fue imposible dado que se dieron en el último trimestre del año.

En general, el cumplimiento total de las metas físicas incluyendo los dos programas alcanzó una ejecución global del 118.1%, lo cual se considera dentro de los parámetros normales de ejecución.


Abogado Marvin Discua Singh
Director Técnico



EJECUCIÓN METAS FÍSICAS

Objetivo Operativo - Producto	Programado	Ejecutado	% Ejecucion
Mercados ordenados y eficientes, funcionando bajo reglas de competencia			
Análisis de Concentraciones Económicas para determinar los posibles efectos sobre la competencia realizados	5	11	220.0
Investigaciones de Oficio por presuntas prácticas anticompetitivas realizadas	1	2	200.0
Investigaciones por Denuncia de presuntas prácticas anticompetitivas o realizadas	2	1	50.0
Total Programa Defensa de la Competencia	8	14	175.0
Eventos para promocionar 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.) realizados	16	16	100.0
Capacitación en procesos de compras procompetitivos entre los Representantes del Sector Público realizados.	8	8	100.0
Capacitación sobre derecho de la competencia a Universidades Nacionales realizados.	12	14	116.7
Socialización de resultados de estudios de mercado sectoriales e investigaciones por la realización de prácticas anticompetitivas realizados	2	2	100.0
Socialización de guía de competencia para asociaciones empresariales y gremiales realizadas.	6	7	116.7
Socialización de reformas de la ley de competencia hacia grupos específicos y público en general de la sociedad hondureña realizadas.	12	12	100.0
Publicación y Notas Periodísticas realizadas	40	51	127.5
Actividades de Abogacía realizadas para promocionar la cultura de competencia			
Estudios de Mercado realizados	2	2	100.0
Recomendaciones de Política Pública generadas	2	2	100.0
Resultados de Estudios e Investigaciones publicados en Medios Escritos	2	1	50.0
Dictámenes, Opiniones y Consultas sobre la aplicación de la Ley de Competencia elaborados	5	7	140.0
Guía con Lineamientos procompetitivos elaborada	1	1	100.0
Total Programa Promoción de la Competencia	108	123	113.9
Total General	116	137	118.1

