

Comisión para la Defensa y
Promoción de la
Competencia

PLAN OPERATIVO ANUAL 2015



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

ENERO 2015

INDICE DE CONTENIDO

I.	PRESENTACIÓN	3
II.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA CDPC	4
III.	ESTRATEGIA OPERATIVA	4
IV.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	4
V.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
VI.	METAS FÍSICAS 2014	4
VII.	JUSTIFICACIÓN DEL PRESUPUESTO 2014	5
VIII.	ANEXOS	7
	NO. 1: ORGANIGRAMA DE LA CDPC	8
	NO. 2: CALENDARIZACIÓN DE METAS POA-2014	9
	NO. 3: PRESUPUESTO POR OBJETO DEL GASTO 2014	10
	NO. 4: PRESUPUESTO RESUMIDO 2014	11

MISIÓN Y VISIÓN DE LA CDPC

1. **MISIÓN:** Somos una institución rectora de la política de competencia que desarrolla acciones eficaces y eficientes, orientadas a la promoción y protección del ejercicio de la libre competencia, con el fin de procurar el funcionamiento eficiente de los mercados, con consecuencias positivas, tanto para los agentes económicos como para los consumidores en general.
2. **VISIÓN:** Ser una institución transparente, técnica, ágil, eficiente y de alta credibilidad frente a los agentes y organizaciones económicas privadas y públicas y la sociedad nacional e internacional, y comprometida con la aplicación del marco legal correspondiente para ordenar los mercados y con ello incrementar el bienestar de los consumidores a nivel local, y contribuir a que Honduras mejore su posición en el Índice Global de Competitividad, escalando a la posición 70 para el año 2022.

II. ESTRATEGIA OPERATIVA

Para el logro de las metas propuestas para 2015, la estrategia operativa de la CDPC está fundamentada en un esfuerzo mayor en generar cultura de competencia, no solo para educar y empoderar a la población en esta temática sino porque con la promoción se mejoran las condiciones de competencia en los mercados y con ello se benefician los ciudadanos, las empresas y el mismo Estado.

III. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

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.

IV. ESPECÍFICOS

1. Aplicar la ley, tanto para defender como para promover la competencia.
2. Realizar acciones para conocer la estructura y funcionamiento de los mercados.
3. Desarrollar acciones mediáticas para promover y defender la competencia.
4. Realizar acciones de difusión y de abogacía para generar cultura de competencia.

V. METAS FÍSICAS 2015

A. DEFENSA DE LA COMPETENCIA

1. Disminuir la generación de prácticas y conductas anticompetitivas con cambios positivos en la eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores.

No.	Descripción de las Metas	Unidad de Medida	Metas 2014	Metas 2015
1	Investigaciones de oficio	Casos Resueltos	2	2
2	Investigaciones por denuncia	Casos Resueltos	1	2
3	Autorización de concentraciones económicas	Casos Resueltos	4	4
4	Estudios de Mercado	Estudios Realizados	3	1
5	Recomendaciones de Política Pública	No Políticas	0	8
6	Emisión de Resoluciones del Pleno	Doctos Emitidos	108	16



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

I. PRESENTACIÓN

Se parte del hecho que la política de competencia, contribuye al logro de objetivos comunes de la política económica de los países, como son el aumento en la productividad, la competitividad, el dinamismo emprendedor y, consecuentemente, incrementa el nivel de ingreso de los ciudadanos lo que a su vez conlleva a elevar el bienestar de la sociedad en general.

Así, el Plan Operativo Anual, POA, para 2015 se fundamenta en dos grandes programas, defensa de la competencia y promoción de la competencia, mismos que están fuertemente vinculados y complementados. En el marco de estos **dos programas**, en el POA 2015, la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), se propone obtener dos grandes **resultados de gestión**: primero, que se incremente el índice de competencia local en el marco del Índice Global de Competitividad y, segundo, que se mejore la percepción de cultura de la competencia en la sociedad. Al final, lo que se espera, como **productos finales**, son dos: uno, mercados sanos y funcionando bajo reglas de competencia y, otro, una sociedad más conocedora, empoderada y ejerciendo los derechos y beneficios de la competencia.

Los **productos intermedios** están expresados en el conjunto de actividades que se deben desarrollar en 2015. Así, en materia de defensa de la competencia, se incluyen seis (6) actividades que van desde la realización de investigaciones por violación a la ley hasta las resoluciones tomadas por el Pleno. Para la promoción de la competencia, se han definido once (11) actividades, mismas que van desde la difusión de resultados de estudios de mercado hasta las publicaciones de comunicados y notas periodísticas relacionadas con la competencia. Vale la pena recalcar que en términos de **metas programadas**, hay un marcado énfasis en acciones de promoción de la competencia en el 2015, con 61% de las actividades totales y 39% para defensa, lo cual indica un interés por generar cultura de competencia en el país.

denegadas rotundamente. Así, de las 71 autorizaciones entre 2007 y 2014, 56 se otorgaron sin condiciones, incluyendo 20 no verificadas, pero 15 fueron condicionadas para prevenir daños futuros a la competencia¹.

Los **estudios de mercado** por su parte, tienen como finalidad conocer el funcionamiento y la estructura de los mercados y desde allí poder configurar conductas anticompetitivas de los agentes económicos. Los estudios realizados entre el 2007 y el 2014 son los siguientes:

No.	DESCRIPCIÓN	No.	DESCRIPCIÓN
1	PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	13	AGROQUÍMICOS Y FERTILIZANTES
2	CEMENTO	14	SERVICIOS PRIVADOS EN EL SECTOR SALUD
3	AZÚCAR	15	ENERGÍA ELÉCTRICA
4	TARJETAS DE CRÉDITO	16	SERVICIOS DE SEGUROS
5	COMBUSTIBLES LÍQUIDOS DE PETRÓLEO	17	HARINA DE TRIGO
6	TRANSPORTE AÉREO DE PASAJEROS	18	ÚTILES ESCOLARES
7	TRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA Y PASAJEROS	19	PRODUCTOS AVÍCOLAS
8	SUPERMERCADOS	20	TRANSPORTE DE CARGA MARÍTIMO
9	SERVICIOS DE TELEFONÍA MÓVIL	21	LECHE Y DERIVADOS
10	GRANOS BÁSICOS	22	ACEITES Y MANTECAS VEGETALES
11	ALIMENTOS BALANCEADOS PARA CONSUMO ANIMAL	23	BANCA MINORISTA
12	VARILLA DE HIERRO		

De estos 24 estudios realizados, resultaron en 35 estructuras de mercado estudiadas, de las cuales la mayoría no son competitivas, esto es, monopolios, monopsonios, duopolios y competencia monopolística. No obstante, lo más importante y concluyente en estos estudios es que en Honduras los mercados no operan bajo principios de competencia, por el contrario, muestra un alto grado de concentración y de integración, ineficiencias que suelen ser pagadas por los consumidores, distorsiones que generan altos precios, barreras legales, económicas y acuerdos entre competidores que limitan la libre competencia.

En relación a los logros en **promoción de la competencia**, debe admitirse que esta es una tarea pendiente de la CDPC, pero que su plena ejecución ha dependido de la disponibilidad de cantidades considerables de recursos que, hasta ahora, la Comisión no ha podido disponer. Sin embargo entre 2007 y 2014, se ha realizado un promedio de 20 eventos de socialización y difusión de resultados de estudios e investigaciones por año, en las modalidades de charlas, conferencias, seminarios, foros, talleres, ensayos, artículos, etc., a gremios empresariales, gremios profesionales, Cámaras de Comercio, universidades, periodistas, gremios de productores, representantes del sector público. A estos eventos han concurrido un promedio de 85 personas a cada uno, para un total de 1,700 por año y unas 15,300 en los nueve años. Aun no se ha podido medir el efecto que estas acciones sobre la generación de cultura de competencia en la sociedad hondureña, por el alto costo que representa este tipo de medición.



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

¹ A partir del 14 de diciembre del 2012 las empresas no están obligadas a notificar operaciones de concentración económica, cuando: (i) No sobrepasen los 10,000 salarios mínimos en activos, (ii) no sobrepases los 15,000 salarios mínimos en ventas, (iii) Cuando excedan el 50% de participación en el mercado relevante.

B. PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA

1. Elevar el nivel de cultura de competencia en la sociedad hondureña.

No	Descripción de las Metas	Unidad de Medida	Metas 2014	Metas 2015
1	Capacitación a Gremios Empresariales	No Eventos	0	6
2	Capacitación a Gremios de Productores	No Eventos	8	6
3	Capacitación a Gremios de Profesionales	No Eventos	0	5
4	Capacitación a Representantes del Sector Público	No Eventos	0	8
5	Capacitación a Miembros de Sociedad en General	No Eventos	1	3
6	Capacitación a Universidades nacionales	No Eventos	8	10
7	Publicación Resultados de Estudios/Investigaciones	No Publicaciones	3	1
8	Dictámenes relacionados con Aplicación de la Ley	No Dictámenes	1	3
9	Opiniones Sobre Proyectos de Ley Relacionados	No Opiniones	1	2
10	Consultas de Agentes Económicos	No Consultas	3	3
11	Publicaciones y Notas Periodísticas	No Publicaciones	12	4

VI. JUSTIFICACIÓN DEL PRESUPUESTO 2015

La asignación para 2015 es de 22,536,456.00 Lempiras, de los cuales aproximadamente 81.15% son Servicios Personales, 17.06% Servicios No Personales, 1.22% para Materiales y Suministros, 0.29% para Bienes Capitalizables y para transferencias y donaciones 0.22%, distribución que es congruente con la naturaleza de las funciones de la CDPC, ya que la mayor parte de actividades son desarrolladas en base a la contratación de recursos humanos externos y disponibles de la CDPC.

Los principales logros obtenidos por la CDPC durante el periodo 2007 a 2014 se describen en la tabla siguiente:

En términos de **defensa de la competencia** los principales logros son:

Descripción	2007 - 2014
Investigaciones de Oficio	14
Investigaciones por Denuncia	25
Concentraciones Económicas	71
Estudios de Mercado	23

Respecto a las investigaciones de **oficio y por denuncia**, de los 39 casos evacuados, 26 fueron desestimadas por improcedentes, 6 fueron archivados sus expedientes por incumplimiento en requerimiento de información y, 7 finalizaron en sanciones por violación a la ley de competencia por un monto 8 veces el presupuesto asignado a la CDPC para 2014.

Además, con esta multas se evitó daños a los consumidores equivalente a 10 veces el presupuesto asignado a la CDPC acumulado del 2006 al 2014. Lo anterior también indica que la CDPC no solo es una institución generadora neta gastos al erario público sino que con sus acciones ha aportado al presupuesto ya que las multas son pagadas a la Tesorería General de la República.

En cuanto a las **concentraciones económicas**, la CDPC tiene la potestad de conocer y autorizar este tipo de operaciones con el propósito de prevenir prácticas o conductas anticompetitivas o para que, a través de estas fusiones no se impongan barreras a la entrada de potenciales competidores al mercado. Así, estas operaciones pueden ser autorizadas sin ninguna condición, condicionadas a ciertas restricciones o bien ser

VIII. ANEXOS

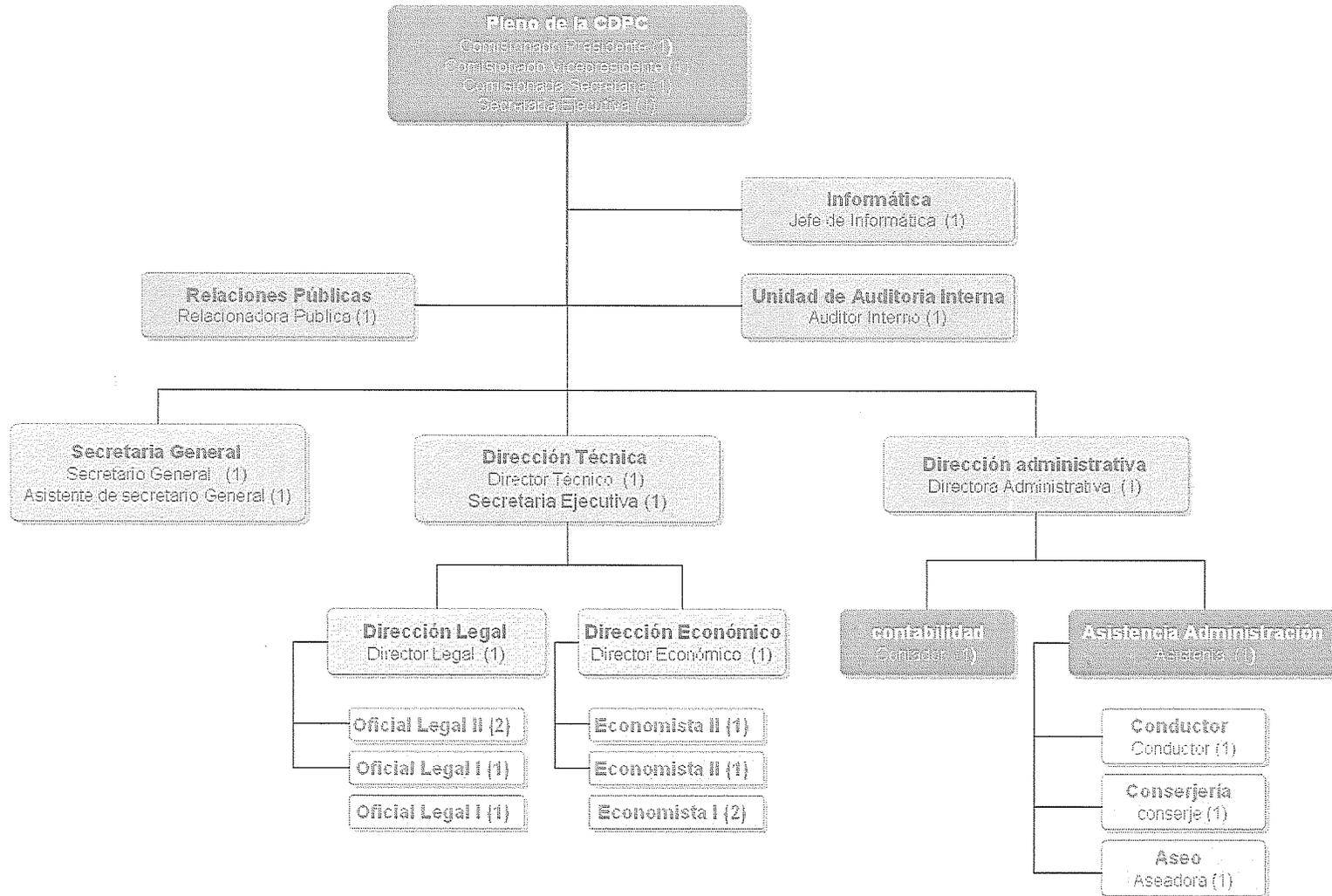


Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

ll

ANEXO 1

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

11

ANEXO 2

CALENDARIZACIÓN DE METAS POA-2015

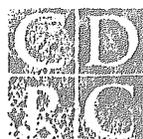
Programa/Objetivo Estratégico/Metas	UNIDAD MEDIDA	ENE	FEB	MAR	TOTAL TRIM	ABR	MAY	JUN	TOTAL TRIM	JUL	AGOS	SEPT	TOTAL TRIM	OCT	NOV	DIC	TOTAL TRIM	TOTAL ANUAL	
DEFENSA DE LA COMPETENCIA																			
P.1	#(REF)																		
1	Investigaciones de Oficio	Casos Resueltos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2	
2	Investigaciones por Denuncia	Casos Resueltos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2	
3	Concentraciones Económicas	Casos Resueltos	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	4	
4	Estudios de Mercado	Estudios Realizados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	
5	Recomendaciones de política pública	No. Políticas presentada	0	1	1	2	0	1	1	2	0	1	1	2	1	1	0	8	
5	Resoluciones (Pleno)	Doctos. Emitidos	0	0	2	2	0	0	2	2	0	0	2	2	8	0	2	16	
SUB TOTAL METAS DEFENSA			0	1	4	5	0	1	4	5	0	1	4	5	14	1	3	33	
PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA																			
P.2	Eleva el nivel de cultura de competencia en la sociedad hondureña.																		
1	Capacitación a Gremios Empresariales	No. Eventos	0	1	1	2	0	0	2	2	1	0	0	1	1	0	0	1	6
2	Capacitación a Gremios de productores	No. Eventos	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	2	1	1	0	2	6
3	Capacitación a Gremios profesionales	No. Eventos	0	1	1	2	0	1	0	1	1	0	1	2	0	0	0	5	
4	Capacitación a Representantes del Sector Público	No. Eventos	0	1	2	3	2	0	0	2	1	0	0	1	1	1	0	2	8
5	Capacitación a Miembros de Sociedad en General (semana competencia)	No. Eventos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	3	
6	Capacitación a Universidades Nacionales	No. Eventos	0	1	1	2	2	1	0	3	1	0	2	3	2	0	0	2	10
7	Publicación de resultado de estudios/ investigación en medios escrito	No. Publicación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
8	Dictamen relacionados con la aplicación de la ley de competencia	No. Dictamen	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	3
9	Opiniones sobre proyectos de ley relacionados con competencia	No. Opiniones	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	2
10	Consulta de agentes económicas sobre la aplicación de la ley	No. Consulta	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	3
11	Publicación y notas periodísticas	No. Notas	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	4
SUB TOTAL METAS PROMOCIÓN			0	4	8	12	5	3	5	13	5	4	7	16	6	3	1	10	51
TOTAL GENERAL			0	5	12	17	5	4	9	18	5	5	11	21	20	4	4	28	84



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

ANEXO 3 (Presupuesto por objeto del gasto 2015)

Objetivo del Gasto	Denominación	Presupuesto del 2015
10000	Servicios Personales	18287,825.43
11000	Personal Permanente	18287,825.43
11100	Sueldos Básicos	13204,342.18
14000	Adicionales	0.00
11500	Aguinaldo y décimo Cuarto Mes	2689,684.50
11510	Décimo Tercer Mes	1095,827.69
11520	Décimo Cuarto Mes	988,629.21
11600	Complemento (Vacaciones)	605,227.60
11700	Contribuciones Patronales	1975,905.41
11710	Contribuciones al Injupemp	1674,524.00
11750	Contribuciones La IHSS	136,458.00
11760	Contribuciones al Infop	164,923.41
	Gastos de representación	345,000.00
16000	Beneficios y Compensaciones	72,893.34
20000	Servicios No Personales	3844,344.09
21100	Energía Eléctrica	438,000.00
21200	Agua	44,214.03
21400	Comunicaciones	49,366.69
21420	Telefonía Fija	49,366.69
22000	Alquileres y Derechos Sobre Bienes Intangibles	835,933.94
22100	Alquileres de Edificios, Viviendas y Locales	835,933.94
23000	Mantenimiento Reparaciones Y Limpieza	140,628.00
23100	Mantenimiento Y Reparación de Edificio y Locales	53,860.50
23200	Mantenimiento Y Reparación de Equipo y Medio de Transporte	22,638.15
23350	Mantenimiento Y Reparación de Equipo de Computación	57,229.35
23500	Limpieza Aseo y Fumigación	6,900.00
24000	Servicios Profesionales	411,293.00
24200	Estudios Investigación y Análisis de Factibilidad	400,000.00
24300	Servicios Jurídicos	5,293.00
24500	Servicios de Capacitación	6,000.00
24900	Otros servicios técnicos profesionales	0.00
25000	Servicios Comerciales y Financieros	632,376.53
25300	Servicios de Imprenta, Publicaciones y reproducciones	37,323.00
25400	Primas y Gastos de Seguro	421,799.53
25500	Comisiones y Gastos Bancarios	4,750.00
25600	Publicidad y Propaganda	0.00
25700	Servicios de Internet	168,504.00
25900	Otros Servicios Comerciales Y financieros	0.00
26000	Pasajes y Viáticos	980,802.02
26100	Pasajes	232,662.14
26110	Pasajes Nacionales	0.00
26120	Pasaje al Exterior	232,662.14
26200	Viáticos	748,139.88
26210	Viáticos Nacionales	313,625.96
26220	Viáticos Al Exterior	434,513.92
27200	Impuestos Derechos Tasas y Gastos	8,502.00
27210	Tasa	8,502.00
29000	Otros Servicios No Personales	303,227.88



fl

29100	Ceremonial Y Protocolo	223,937.15
29200	Servicios de Vigilancia	79,290.73
30000	Materiales Y Suministros	288,762.44
31000	Alimentos Productos Agropecuarios y Forestales	50,762.44
31100	Alimentos y Bebidas para Personas	50,762.44
34000	Cuero Pieles y sus Productos	19,000.00
34400	Llantas Y Cámara de Aire	19,000.00
35000	Productos Químicos Farmacéuticos, Combustibles	72,000.00
35600	Combustibles y Lubricantes	72,000.00
39000	Otros Materiales y Suministros	147,000.00
39100	Elementos de Limpieza y aseo Personal	56,000.00
39200	Útiles de Escritorio, Oficina Y Enseñanza	91,000.00
40000	Bienes Capitalizables	65,524.04
42000	Maquinaria y Equipo	65,524.04
42100	Equipo de Oficinas y muebles	65,524.04
42120	Equipos Varios de Oficina	65,524.04
50000	Transferencias y Donaciones	50,000.00
52000	Transferencias y Donaciones	50,000.00
52110	Transferencias y Donaciones a Instituciones de la	30,000.00
52120	Transferencias y Donaciones a Instituciones	20,000.00
	TOTAL PRESUPUESTO	22536,456.00

ANEXO 4 (Presupuesto Resumido 2015)

Objetivo del	Denominación	Presupuesto del
Gasto		2015
10000	Servicios Personales	18287,825.43
20000	Servicios No Personales	3844,344.09
30000	Materiales Y Suministros	288,762.44
40000	Bienes Capitalizables	65,524.04
50000	Transferencias y Donaciones	50,000.00
	TOTAL PRESUPUESTO	22536,456.00




 José Arturo Ochoa
 Director Técnico Interino




 Kenia Mendoza
 Directora Administrativa