



**Comisión para la  
Defensa y Promoción  
de la Competencia**

M  
E  
M  
O  
R  
I  
A

2  
0  
1  
3

2  
0  
1  
4

*Memoria Institucional*  
**2013 - 2014**

# Índice

Mensaje Comisionado/as de Competencia .....	2
¿Quiénes Somos? .....	5
Estructura Organizativa .....	6
Avances en la Política de Competencia en Honduras .....	1
A. Defensa de la Competencia .....	2
B. Promoción de la Competencia .....	10
Gestión Administrativa y Transparencia .....	23
Perspectiva para el 2015 .....	26
Anexos .....	27
Agradecimiento.....	31

# Mensaje

## Comisionado/as de Competencia



*Alberto Lozano Ferrera Comisionado Presidente, Juanira Ramos Aguilar Comisionada Vicepresidenta y Carolina Echeverría Haylock Comisionada Secretaria del Pleno.*

Ocho años han transcurrido desde que se aprobó la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC), mediante decreto No. 357-2005 publicado en el Diario Oficial La Gaceta No. 30,920 del 4 de febrero de 2006, misma que autorizaba la creación de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC).

La CDPC se instaló el 8 de agosto de 2006, y desde ese momento ha tenido como Misión: Promover, proteger y garantizar el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor.

En el 2013 la Comisión se planteó la ejecución de programas, en atención a las dos funciones estratégicas que le atribuye su Ley, a saber, la defensa y la promoción de la competencia, de esta manera, con nuestra llegada el seis (6) de septiembre de 2013, nos enfocamos en reorientar la política de competencia, para así dar mayor apoyo al programa de promoción de la competencia, para con ello impulsar el quehacer de la Comisión y que ese quehacer fuera conocido por todos y todas, no solo a nivel nacional, sino también internacional.

En este mismo orden y en atención a las dos funciones estratégicas, para el año 2014 enfocamos todos los recursos institucionales en dos grandes programas, “Atacar las prácticas y conductas anticompetitivas, con cambios positivos en la eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores” y, “Elevar el nivel de cultura de competencia en la sociedad hondureña”, con el propósito de concentrar recursos y esfuerzos en labores de promoción y generación de cultura de competencia.

No obstante, conscientes de la importancia de fijar un horizonte de largo plazo, como nuevas autoridades de la CDPC una de nuestras primeras acciones fue la de estructurar un nuevo Plan Estratégico para el período 2014–2017, acorde con la Visión de País, Plan de Nación y Plan de Gobierno, pero más que todo, para reflejar en dicho plan la filosofía de trabajo de nuestra gestión. Este Plan está enmarcado en el lineamiento estratégico “Competitividad, Imagen País y Desarrollo de Sectores Productivos”, siendo una de las principales metas contribuir a mejorar la posición del país en el ranking de competitividad, al pasar de una posición de 86 en el 2011–2012 a 70 en 2022 y a 50 en el 2038. Este Plan, que desarrollamos en conjunto con el personal de la Comisión, contiene tres líneas básicas, a saber, (i) Institucionalizar a la CDPC en su papel de institución rectora en la protección y defensa del ejercicio de la libre competencia en el país, (ii) Eficacia en la promoción de la competencia para fomentar una cultura entre los consumidores, empresas, la administración pública y la ciudadanía en general y, (iii) Eficiencia en la operatividad de la Comisión, con un mayor énfasis en el rol de prevenir las prácticas y conductas anticompetitivas.

Bajo estas circunstancias, el 2013 se caracterizó por una marcada inclinación hacia las actividades de defensa, las cuales concentraron el 80% del total de acciones anuales, en tanto que el restante 20% correspondió a actividades de promoción. Para el 2014, el énfasis cambio a 54% para promoción y el 46% para defensa, denotando más equidad entre ambas funciones, en tanto que tampoco se han descuidado las labores de defensa, dado que la ley nos instruye destinar recursos y tiempo a la defensa, especialmente en aquellos mercados que tienen un impacto relativo en los consumidores, dado su importancia en el consumo y su participación en el presupuesto de los hogares.

Así, la ejecución de las acciones planificadas para ambos años, 2013 y 2014, estuvieron orientadas en dos grandes líneas así, la primera, relacionada con el cumplimiento de las metas de la planificación operativa y, la segunda, con las actividades de fortalecimiento institucional y el establecimiento y la consolidación de las relaciones con organismos e instituciones nacionales e internacionales vinculadas con la política de competencia.

En términos de cumplimiento de las metas del plan operativo anual 2013, la ejecución del mismo fue de 100%, influenciado por el cumplimiento de las metas relacionadas con la defensa de la competencia y en menor medida por las metas de promoción, lo cual fue congruente con las restricciones presupuestarias enfrentadas en dicho año. Sin embargo, vale la pena destacar que del total de metas programadas tanto para defensa como para

promoción de la competencia, el 47% de las mismas, fueron sobrepasadas considerablemente.

En tanto que para 2014, los resultados fueron satisfactorios, al cerrar el año con un cumplimiento global de más de 125% de ejecución de las metas programadas. Si solo consideramos aquellas metas en las que no hubo una sobre ejecución (en tanto que para el Tribunal Superior de Cuentas no cuentan los cumplimientos por encima del 100%), el cumplimiento de metas ascendió a 80.2%. En ese sentido, la ejecución física del 2014 sobrepasó lo planificado en 25.0%, al haberse ejecutado 128 actividades adicionales por sobre las 513 planificadas. En cuanto a defensa, la meta anual lograda fue de 12 actividades por encima de las 238 programadas, mientras que en promoción se realizaron 116 actividades por encima de las 274 planificadas, todo ello producto de una ejecución eficiente de los recursos asignados.

En síntesis el inicio de nuestra gestión es totalmente satisfactoria para nosotros, ya que han sido casi dos años en los que todas nuestras acciones han ido encaminadas en colocar a nuestro país en alto y que el tema de la Competencia, se convierta en un pilar fundamental para nuestros Gobiernos, y que ese granito que estamos dejando, con el paso del tiempo cultive sus frutos.

# ¿Quiénes Somos?

## 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.

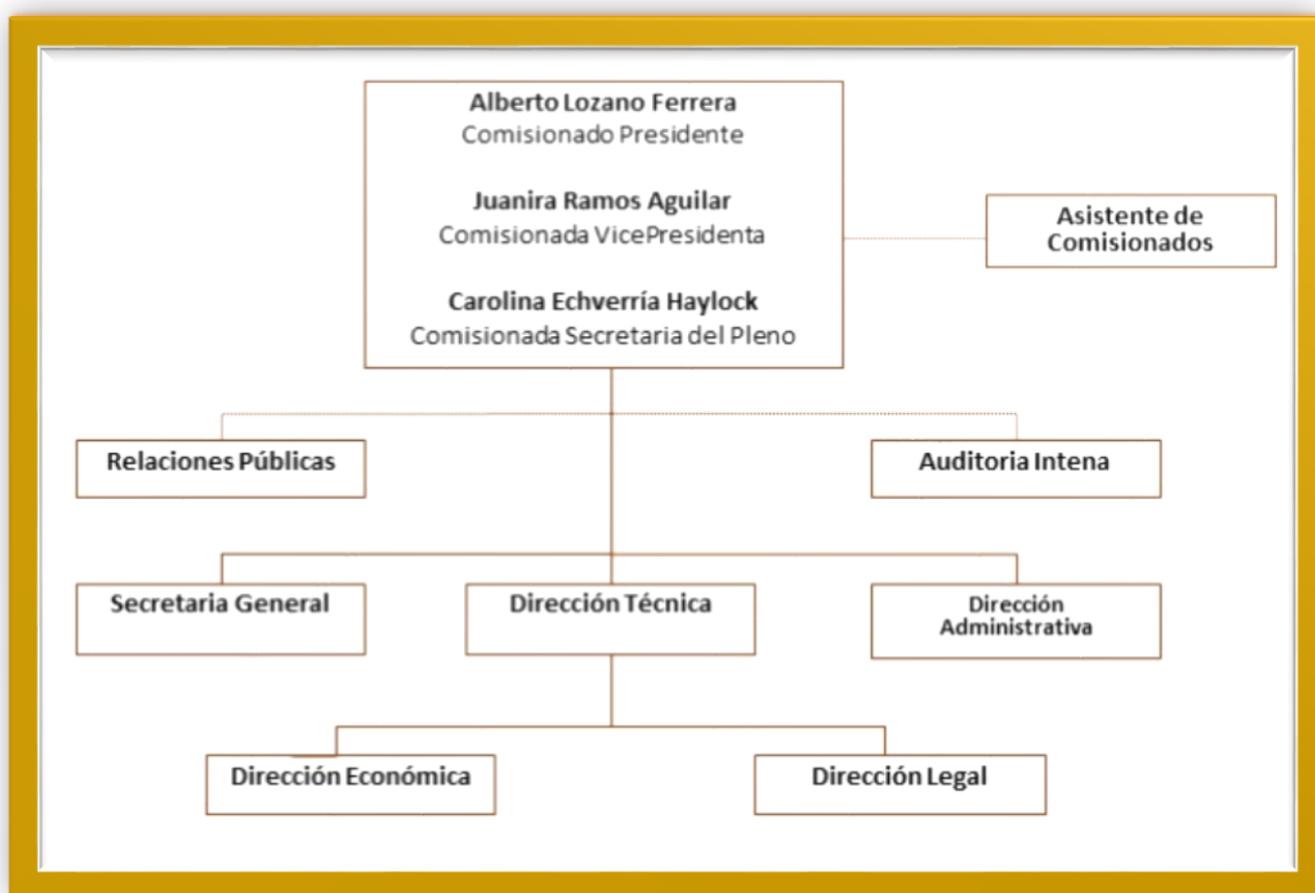
## Visión

La Comisión 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.

## Valores

- Compromiso
- Liderazgo
- Ética
- Profesionalismo

# Estructura Organizativa



# Equipo de Trabajo

## A. Comisionado/as de Competencia (Período 2013–2020)

Alberto Lozano Ferrera	Comisionado Presidente
Juanira Ramos Aguilar	Comisionada Vicepresidenta
Carolina Echeverría Haylock	Comisionada Secretaria del Pleno

---

## B. Asistente de Comisionados

Dania Romero	Asistente Técnico
--------------	-------------------

---

## C. Dirección Técnica

Efraín Corea Yáñez	Director Técnico
--------------------	------------------

---

## D. Dirección Económica

Arturo Ochoa	Director
Edgardo Alvarado	Economista Senior
Jorge Antonio Borjas	Economista Junior
Jorge Antonio Reyes	Economista Junior
Mario Díaz	Economista Junior
Merit Tejeda	Economista Junior

---

## E. Dirección Legal

Marvin F. Discua Singh	Director
Manuel Alvarado	Oficial Jurídico
Fernando Santos	Oficial Jurídico (Hasta Junio 2014)
Antonio Martínez	Oficial Jurídico
César Rodríguez	Oficial Jurídico

---

## F. Secretaría General

Juan Ángel Díaz*	Secretario (Hasta Febrero 2014)
Oscar Ponce	Secretario
Martha Salinas Rostrán	Asistente

---

## G. Dirección Administrativa

Leticia Osorto Chávez	Directora
Kenia Mendoza	Contadora General
Omar Rodríguez	Jefe de Informática (Hasta Mayo 2014)
Cristian Rivera	Jefe de Informática
Juan Carlos Lanza	Servicios Generales
Leticia Rodríguez	Servicios Generales
Ingris Fonseca	Oficial de Información Pública
Fernando Villalobos	Motorista

---

## H. Auditoria Interna

Olga Laínez	Directora
-------------	-----------

---

## I. Relaciones Públicas

Nadia Meza	Jefa
------------	------

---

\* A partir de Marzo de 2014 ocupa el cargo de Asesor Legal Institucional.

# Avances en la Política de Competencia en Honduras

## Pensando en el largo plazo, ¿Cuáles son los propósitos?

1. Alinear las acciones de la CDPC a la Visión de País, al Plan de Nación y al Plan de Gobierno, haciendo énfasis en la responsabilidad del Estado, velando por el buen funcionamiento de los mercados y la competencia, a través del lineamiento estratégico “Competitividad, Imagen País y Desarrollo de Sectores Productivos”, en el cual tiene cabida la competencia.
2. Contribuir a mejorar la posición de Honduras en el Índice de Competitividad Global (ICG), pasando de 89 en el periodo 2009–2010 a la posición 50 en el 2038. Para 2013–2014 Honduras disminuyó su calificación, posicionándose en el puesto 111, pero para el 2014–2015 mejoró su posición al alcanzar el puesto 100 de una muestra de 142 países evaluados

## ¿Cuáles han sido los resultados?

Durante estos dos años y basando sus acciones en los pilares estratégicos de la defensa y la promoción de la competencia, las actividades de la CDPC se enmarcaron en ocho grandes programas, seis para 2013 y dos para 2014. Así los seis programas ejecutados el 2013 fueron: Impulsar y dar seguimiento a los procedimientos administrativos por la CDPC; Aplicar la ley de competencia y; actividades de administración central, para la función de defensa; en tanto que para para promoción los programas fueron: Desarrollar cultura de competencia; Evitar conflictos de leyes con la norma de competencia y; Actividades de administración central.

Mientras que para 2014 los programas fueron mejor focalizados, priorizando las acciones en dos grandes programas, uno para defensa de la competencia y otro para promoción de la competencia con el objeto de disminuir las prácticas y conductas anticompetitivas con cambios positivos en la eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores y elevar el nivel de cultura de competencia en la sociedad hondureña.

## A. Defensa de la Competencia

La defensa de la competencia es una de las dos principales funciones de la CDPC, que consiste en desarrollar acciones para combatir las prácticas y conductas anticompetitivas, complementadas con las diligencias que se realizan para defender las resoluciones emitidas por la CDPC en la Corte Suprema de Justicia (CSJ). Así, en el periodo 2013–2014, las acciones realizadas en esta área fueron las siguientes:

### 1. Investigaciones de Oficio y por Denuncia

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) en su artículo 49, faculta a la CDPC a iniciar procedimientos de oficio o por denuncia, para verificar la existencia de prácticas, actos o conductas anticompetitivas y proceder a la aplicación de dicha ley. Así, las investigaciones de oficio y por denuncia evacuadas en 2013 y 2014 se muestran en la tabla siguiente:

No.	Empresas Investigadas / Denunciadas	Sector Económico
1	Millicom Cable de Honduras, S.A de C.V. (oficio)	Telecomunicaciones
2	Molino Harinero Sula, S A. de C.V. y Búfalo Industrial S.A de C.V. (denuncia)	Agroindustria
3	APROFAIN y Alcaldía Municipal de Intibucá (denuncia)	Industria Farmacéutica
4	Colegio Químico Farmacéutico de Honduras (denuncia)	Industria Farmacéutica
5	Alcaldía Municipal de La Esperanza, Intibucá (denuncia)	Industria Farmacéutica
6	Crowley Latinoamericana Services LLC, Seabord Marine, Dole Ocean Cargo Express y SSI Ocean Services por intermedio de Seabord Solutions de Honduras, S de R L (denuncia).	Transporte Marítimo de Carga

Desde el punto de vista de la planificación operativa, la meta anual para 2013 y 2014 fue de cinco (5) investigaciones, sobre pasando esta meta en 20% al haber evacuado seis (6) casos en los dos años indicados. De estos seis casos, tres fueron sus respectivos expedientes cerrados debido a que no se encontraron indicios razonables de violación a la ley de competencia: agroindustria y transporte marítimo de carga, mientras que uno de los casos de la industria farmacéutica el denunciante desistió de continuar el proceso, por lo tanto, no hubo méritos para iniciar la fase de formulación de cargos en ninguno de estos tres casos. Las restantes tres investigaciones, continuaran en el 2015 hasta agotar la segunda fase, ya que se formularon cargos y debe proseguirse hasta quedar en firme la

resolución de cargos en la instancia administrativa, quedando todavía para los agentes económicos la opción del recurso de lo Contencioso Administrativo.

Es oportuno recalcar que desde antes del 2013 se viene registrando un número inusual de denuncias contra organizaciones de farmacias independientes y corporaciones municipales en diferentes zonas del país, denuncias que tenían como común denominador el hecho que estos dos tipos de organizaciones alteraban las condiciones de libre mercado de productos farmacéuticos.

En efecto, al analizar los hechos denunciados y recabar las evidencias, se llega a la conclusión que tanto las organizaciones farmacéuticas como las corporaciones municipales evidencian no solo desconocimiento de la ley sino que sobre pasan el límite de su rol, como es el caso de las organizaciones de farmacias independientes y, de sus funciones y su propia ley, como es el caso de la corporaciones municipales. Sin duda, que aquí hay un espacio apropiado para la ejecución coordinada de un programa de abogacía de la competencia en la industria farmacéutica para evitar nuevamente la penalidad pecuniaria, ya que en el reciente pasado empresas y organizaciones de este sector fueron multadas por infringir la ley.

## 2. Gestión Judicial

La aplicación de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia dada la naturaleza contenciosa y su vocación sancionadora implica necesariamente una inversión importante en acciones de defensa y gestión judicial. Así pues, cualquiera de los actos administrativos tendientes a la defensa y promoción de la competencia, que requieran disciplinar el comportamiento de los agentes económicos involucrados en los procedimientos sobre investigaciones de prácticas o conductas prohibidas, o sobre verificaciones o investigación de concentraciones económicas, en las que se determine una prohibición total o parcial, no se agotan en la sede administrativa de la CDPC.

Ello necesariamente conlleva librar una batalla legal en los juzgados y tribunales de la república, a efecto de defender las resoluciones dictadas para cumplir con el objetivo de proteger el ejercicio de la libre competencia y procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar de los consumidores.

En 2013 y 2014 se realizó un total de 195 diligencias en los juzgados, tanto en Tegucigalpa como en San Pedro Sula.

Años	Tegucigalpa	San Pedro Sula	TOTAL
2013	117	3	120
2014	75	0	75
<b>TOTAL</b>			<b>195</b>

En términos de las metas de la planificación operativa, estas fueron cumplidas en 100% en el 2013, al haber realizado las 120 diligencias que se proyectaron en dicho año, en tanto que para el 2014 esta meta no se incluyó debido a que la misma es considerada un producto intermedio que forzosamente se debe realizar para evacuar los casos en la CSJ, sin embargo, siempre se registran estas diligencias porque las mismas implican un costo financiero para la CDPC.

La defensa y gestión judicial es sin duda una de las actividades más importantes de la CDPC, en tanto que de ello depende sostener en firme las resoluciones tomadas por la Comisión y con ello no solo imponer sanciones pecuniarias sino que promover el orden y la eficiencia en los mercados, devolviendo a los consumidores el bienestar que pierden con las prácticas y conductas anticompetitivas de los agentes económicos.

En total, fueron 13 casos los que han sido ventilados en la CSJ a lo largo de la existencia de la CDPC, de los cuales, al 31 de diciembre de 2014, 5 son juicios ya fenecidos a su favor, siendo el estado actual de los restantes 8 casos el que se describe en la tabla anterior. Vale decir, que estos 8 casos pendientes ya están en las últimas instancias, pero es oportuno recalcar que uno de los mayores obstáculos que la Comisión ha enfrentado en los procesos de defensa se deriva del hecho de no contar con un Juzgado especial que conozca la causa de competencia, lo que al final se vuelve un riesgo para el cumplimiento del propósito principal de la ley, cual es, ordenar y eficientar los mercados y elevar el bienestar de los consumidores. De poco sirve el trabajo de sustanciación correcta de los casos si el Juez que conoce la causa desconoce la materia y juzga o valora la prueba de manera incorrecta.

### 3. Concentraciones Económicas

El control ex ante de las operaciones de concentración económica es otra de las acciones para la defensa de la competencia, en donde se verifica que dichas operaciones no generen o incentiven prácticas o conductas prohibidas o bien impongan barreras a la entrada de nuevas empresas al mercado, entre otras. La autorización de una concentración económica puede incluir dos procedimientos. Primero, autorización sin previa verificación, cuando dicha operación no cumple con cualquiera de los siguientes criterios:

- a. Cuando el total de activos en Honduras de las empresas concentradas exceda el equivalente a Diez Mil (10,000) salarios mínimos calculado sobre la base del promedio anual.
- b. Cuando el total de ventas en Honduras de las empresas concentradas exceda de Quince Mil (15,000) salarios mínimos calculado sobre la base del promedio anual.
- c. Cuando las empresas concentradas en el territorio nacional excedan una participación de cincuenta por ciento (50%) del mercado relevante.

Segundo, autorización con previa verificación, cuando la operación cumple con cualquiera de los tres criterios anteriores. El análisis de verificación es justamente para identificar barreras o condiciones que puedan afectar el proceso de la libre competencia como producto de la operación de concentración económica. Así, la CDPC puede aprobar la operación, aprobarla con condiciones o prohibir la operación de concentración.

En este contexto, en el 2013 y 2014, se resolvieron siete (7) operaciones de concentración económica, de las cuales solamente una (1) fue autorizada con condiciones, tres (3) fueron autorizadas sin condiciones y tres (3) se autorizaron mediante el procedimiento abreviado, debido a que no cumplían con ninguno de los tres criterios enunciados anteriormente. Las concentraciones aprobadas sin condiciones se deben a que en el análisis respectivo no se encontraron indicios racionales y suficientes de daño futuro a la libre competencia en estas operaciones. En el siguiente cuadro se muestra el detalle de las operaciones de concentración conocidas por la CDPC en dichos años:

No.	Agentes Económicos	Tipo de Resolución	Sector Económico
1	Columbus Networks de Honduras y Multidata y Telefónica Corporativa	Autorizada por el procedimiento abreviado.	Telecomunicaciones
2	OC International Holdings Inc. e Ideal Standard International BVBA	Autorizada por el procedimiento abreviado.	Industria Manufacturera (Cerámica)
3	Credomatic de Honduras y Servicios Financieros Electrónicos	Autorizada por el procedimiento abreviado.	Financiero
4	Cemento Argos y Lafarge Cementos	Autorizada sin condiciones	Industria cementera
5	Cemento UNO de Honduras y Serdam Business	Autorizada sin condiciones	Industria cementera
6	Banco FICOHSA y Banco CITIBANK	Autorizada con condiciones	Financiero
7	Banco de Desarrollo Rural y Aseguradora Rural y Banco Procredit Honduras	Autorizada sin condiciones	Financiero

Las principales condiciones que comúnmente impone la CDPC a las empresas concentradas son las siguientes:

- a. Abstenerse de realizar estrategias de discriminación tanto en precios como en condiciones que favorezcan a una de las partes en el mercado en perjuicio de la otra.

- b. Abstenerse de otorgar exclusividades de cualquier bien o servicio a empresas directa o indirectamente relacionadas con las empresas concentradas, salvo que dicha acción derive en eficiencias plausibles al consumidor.
- c. No imponer a los competidores de las empresas concentradas condiciones distintas o discriminatorias a las que se ofrecen a las firmas relacionadas directa o indirectamente.
- d. Abstenerse de realizar subsidios cruzados.
- e. Abstenerse de realizar negativas de trato a terceros sin justificación económica.
- f. Remitir informes anuales a la CDPC de las acciones que reflejen el traslado de eficiencias.
- g. Abstenerse de realizar prácticas discriminatorias con el objeto de trasladar poder de mercado de alguno de los eslabones superiores a otros eslabones inferiores de la cadena.

El sector más dinámico en materia de concentraciones económicas fue el sistema financiero con tres operaciones en total; el resto de sectores económicos no muestran mucho dinamismo. El total de activos concentrados en las siete (7) operaciones suma 59,605.4 millones de Lempiras, y no necesariamente representan capital fresco, pero si significa transferencia de tecnología y nuevos y mejores productos o servicios.

El promedio de tiempo para resolver cada concentración económica es de 2.0 meses, justo lo que establece la ley (45 días hábiles), sin embargo, estos procesos pueden tomar mucho más tiempo, dependiendo de lo diligente de los apoderados legales en cumplimentar la información que la CDPC comúnmente requiere.

Finalmente, en términos del cumplimiento de las metas anuales de la planificación operativa de los años 2013 y 2014, las metas se cumplieron en 86%, al autorizarse siete (7) concentraciones de las ocho (8) planificadas, con la salvedad que el número de operaciones de concentración económica no dependen de la gestión de la CDPC sino de los agentes económicos impulsados por la dinámica de la economía.

#### 4. Estudios Sectoriales

Los estudios sectoriales o de mercado son una herramienta importante para conocer el estado actual de la competencia a través del entendimiento del funcionamiento y la estructura de los mercados, con el fin de orientar su ordenamiento por medio de la emisión de recomendaciones de política pública.

El costo de la elaboración de un estudio sectorial para la CDPC varía según la modalidad de su realización, mediante contratación de consultores nacionales, que generalmente se

pagan con fondos de cooperación externa, o directamente por el personal técnico de la Comisión. Mediante la modalidad de contratación de consultores nacionales el costo promedio de un estudio es de USD 16,500.00 (con fondos externos) y su realización puede tardar hasta 12 meses dependiendo de la facilidad o dificultad en disponer de la información necesaria, y de aproximadamente L. 285,00.00 con fondos de la CDPC. Cuando el estudio es elaborado por personal técnico de la Comisión, el costo aproximado es de L. 270,000.00 solamente en concepto de salarios, tomando como base al salario promedio del personal técnico, 15 meses para elaborar un estudio y la asignación de dos técnicos para esta actividad.

En la tabla siguiente se muestran los resultados de los estudios realizados:

No.	Mercados	Principales Hallazgos 1 /
1	Leche Industrializada	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Industria en transición en toda la cadena de valor.</li> <li>2. Industria con alto nivel de concentración determinado por la participación de dos empresas con alto nivel de integración vertical.</li> <li>3. El mercado de leche y derivados con problemas de eficiencia tecnológica y de precios, la cual se evidencia por la presencia en el mercado de productos de menor valor agregado y elevados precios en comparación con otros países.</li> <li>4. Las recomendaciones de política van encaminadas a: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fomentar la transparencia del sector a través de mecanismos que permitan acceder a los flujos de información en el mercado.</li> <li>▪ Evaluar reducir gradualmente los aranceles de productos lácteos con países productores y exportadores que en la actualidad no se tengan pactados TLC's.</li> <li>▪ Que el Estado intervenga solo en el cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor, en su Artículo 73.</li> <li>▪ Motivar la realización de acuerdos de cooperación vertical entre productores y plantas artesanales.</li> </ul> </li> </ol>
2	Aceites y Mantecas Vegetales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Es una industria consolidada, con una estructura interna claramente definida cuya demanda (de aceite refinado y manteca vegetal) tiende a mantenerse estable, en contraste con un constante crecimiento del mercado y la demanda internacional de commodities, en el caso de aceite vegetal crudo que representa hasta un 80% de la extracción.</li> <li>2. El consumo per cápita se ubica por encima del promedio de América Latina, y por debajo del consumo promedio de Europa y Estados Unidos.</li> <li>3. Los precios domésticos no incentivan la entrada de competidores potenciales en el largo plazo.</li> <li>4. Tanto el mercado, el de mercado de aceite vegetal refinado, y el mercado de manteca vegetal, están altamente concentrados con una estructura de duopolio.</li> <li>5. En ambos mercados, las principales barreras a la entrada son del tipo estructural, a la vez que existen posibles barreras estratégicas y arancelarias.</li> <li>6. Es poco probable que una empresa de estos mercados por si sola pueda ostentar una participación notable, pero existen condiciones para una participación notable multilateral o conjunta.</li> <li>7. Es recomendable que se generen estadísticas mediante las encuestas del INE pero de manera más específica por aceites de mayor consumo, como son, el aceite vegetal o mezcla de aceite vegetal, el aceite de maíz, aceite de girasol, aceite de canola y aceite de oliva respectivamente.</li> <li>8. Se recomienda que la intervención del Estado en este sector se limite a lo establecido</li> </ol>

No.	Mercados	Principales Hallazgos 1/
		en la Ley de Protección al Consumidor.
3	Granos Básicos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mercados oligopólicos altamente concentrados en la industria de harinas de maíz y en la industria de balanceados de sorgo; un nivel de concentración moderado cercano a alto en la industria de balanceados de maíz; y un nivel de concentración bajo en la industria molinera del arroz.</li> <li>2. Estos mercados exhiben barreras de entrada tales como: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ De tipo legal a potenciales nuevos competidores a través de los convenios de maíz-sorgo en la industria de balanceados, de los convenios de maíz en la industria de harinas y de los convenios de arroz en la industria molinera y de los criterios que se utilizan para acceder al contingente de importación dentro del DR-CAFTA.</li> <li>▪ De tipo económico-estratégico a potenciales competidores en las industrias procesadoras de maíz, sorgo y arroz por las inversiones mínimas, economías de escala y el posicionamiento de productos y marcas preexistentes.</li> <li>▪ Las transferencias económicas (de renta) estimadas de las industrias procesadoras a los productores de maíz, sorgo y arroz en el marco de los convenios, tienden a resultar en una pérdida de bienestar para los consumidores por el traslado de este costo al bien o producto final.</li> </ul> </li> <li>3. Las principales recomendaciones se plantean así: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Que el INE restablezca las encuestas de las condiciones agronómicas de los cultivos de los granos básicos para transparentar los mercados en la toma de decisiones de política al sector.</li> <li>▪ Que se derogue el Sistema de Banda de Precios de Importación, en virtud de su desnaturalización e ineffectividad provocados por el manejo de los convenios y las disposiciones negociadas en el DR-CAFTA.</li> <li>▪ Que se adopten criterios pro-competitivos de participación y definición de la compra/venta de los convenios de comercialización existentes y de los criterios en la asignación de los contingentes de importación.</li> <li>▪ Que la intervención del Gobierno en los mercados se restrinja únicamente a lo establecido en el Artículo 73 de la Ley de Protección al Consumidor.</li> <li>▪ Mejorar la focalización de ayudas de la política agrícola, para beneficiar a aquellos productores en condiciones más precarias.</li> </ul> </li> </ol>

1/ Un mayor detalle de los hallazgos y otro tipo de información de estos y de otros estudios, pueden encontrarse en [www.cdpc.hn](http://www.cdpc.hn)

Industrias altamente concentradas, barreras de entrada a potenciales competidores y una inadecuada intervención estatal, es el común denominador de estos tres mercados, especialmente en granos básicos, donde el establecimiento de convenios entre productores e industriales avalados por el Gobierno, no solo daña los procesos de libre competencia sino que promueve la ineficiencia en la producción debido a la fijación de un precio de garantía al productor.

#### 4. Estudios a Nivel Regional y Extra Regional

A nivel de la región centroamericana y fuera de la misma, se ha dedicado importantes esfuerzos para apoyar o coparticipar en la realización de estudios e investigaciones sobre diferentes temas de competencia, ya sea a través de la Red Centroamericana de

Competencia (RECAC), del Centro Regional de Competencia para América Latina (CRC) y de otras redes fuera de América Latina, con el propósito de fortalecer la capacidad de gestión técnica de las agencias en materia de defensa, promoción y abogacía. Durante 2013 y 2014 se han participado en la elaboración de los siguientes estudios e investigaciones:

- a. Con la Red Centroamericana de Competencia:
  - Estrategia y plan de acción para desarrollar la normativa e institucionalidad de competencia en la región.
  - Estudio para la definición de una Hoja de Ruta Crítica para la inclusión de la Política de Competencia en la agenda Regional de Integración Económica.
  - Modelo Normativo e Institucional para el Desarrollo de una Política de Competencia Regional.
  - Monitoreo de precios de los fertilizantes en Honduras con el objeto de consolidar una visión regional del comportamiento competitivo de este mercado.
- b. Con otras redes u organizaciones afines extra regionales:
  - Guía sobre Efectos Coordinados en casos de Concentraciones Económicas, CRC.
  - Servicios logísticos de transporte en Honduras, Banco Mundial.
  - Actualización de información para Estudio sobre Transporte Aéreo en la Región, CRC.
  - Programa Feed the Future de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América (FTC), Departamento de Justicia de los Estados Unidos de América (DOJ) y la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID).
  - Guía de asociaciones gremiales en Honduras, Banco Mundial.

## B. Promoción de la Competencia

La promoción o abogacía de la competencia es otra de las dos principales funciones de la CDPC, cuyas acciones en el 2013 y 2014 se enmarcaron en dos programas, a saber, “Desarrollar cultura de competencia” y “Evitar conflictos entre leyes relacionadas con la norma de competencia”. Así, las acciones realizadas en esta área fueron las siguientes:

### 1. Socialización de Resultados de Estudios Sectoriales

La promoción de la competencia también incluye acciones relacionadas con la difusión de los resultados de estudios e investigaciones, lo cual permite generar una cultura de la competencia. La socialización de estos resultados lleva consigo el interés no solo de compartir los hallazgos sino de recibir retroalimentación de los



sectores interesados e involucrados sobre la consistencia de dichos resultados. En el 2013 y 2014, se realizaron las siguientes actividades de socialización:

- a. Evento de socialización de los resultados del estudio sobre el mercado de Leche y Derivados, cuyos hallazgos se muestran en la sección anterior.
- b. Evento de socialización de los resultados del estudio sobre el mercado de Aceites y Mantecas Vegetales. Los hallazgos se muestran en el cuadro anterior.
- c. Evento de socialización de los resultados del estudio multisectorial de granos básicos. Los hallazgos principales se muestran en el cuadro anterior.
- d. Evento de socialización de los resultados del estudio en la Industria de los Supermercados en América latina. Estudio elaborado en 2012 por Banco Mundial.
- e. Evento de socialización de los resultados del estudio en la Industria de los Supermercados en Honduras. Estudio elaborado en 2012 por CDPC.
- f. Socialización de los resultados del estudio sobre el Mercado de Banca Minorista en Honduras. Estudio elaborado en 2012 por Banco Mundial.



Es importante destacar que la industria de los **supermercados** muestra un alto grado de concentración según el número de tiendas e ingresos por ventas, principalmente en las cadenas que operan como supermercados e hipermercados. Además, en esta industria se observan niveles de competencia efectiva, lo cual

podría ser un indicativo que las reglas las está dictando el mismo mercado, sin desvirtuar la posibilidad de que aguas arriba exista algún grado de desplazamiento para los productores o proveedores pequeños, por parte de aquellas cadenas más fuertes por la vía de exigencias de ciertas condiciones a estos proveedores.

Respecto al mercado de la **banca minorista** hondureña, este tiene un grado de concentración intermedio, ya que no existe ningún banco que, por sí mismo, pueda ser considerado con posición dominante en el mercado.

Sin embargo, siendo el mercado bancario hondureño cuya demanda parece ser altamente inelástica, se recomienda tener cautela al imponer normas que puedan tener como efecto el aumento de la concentración del mercado bancario, la imposición de nuevas barreras de entrada o la elevación de las barreras existentes, ya que podría generarse un incremento en el poder de mercado de los bancos participantes, que se transmitiría de manera directa a las tasas de interés de sistema.



En términos del cumplimiento de la meta anual 2013 y 2014, la meta prevista para dichos años fue de 6 eventos de socialización, tres en cada año, la cual se cumplido en 100%. Para el cumplimiento de esta actividad se contó con la colaboración del Banco Mundial en la organización y montaje de los eventos que permitieron socializar los resultados de cuatro estudios, Supermercados a nivel latinoamericano, granos básicos, supermercados y banca minorista.

## 2. Capacitación sobre la Ley a Grupos Específicos

No menos importante es la difusión de los principios y alcances de la Ley de Competencia y de nuevo hacer hincapié en el estado actual de la competencia en sectores específicos entre grupos de interés, lo cual también es una fuente de generación de cultura de competencia. Así, en 2013 y 2014 se brindó capacitación a los siguientes grupos específicos:

No.	Descripción de Grupos	Numero de Eventos	Total Participantes
1	Candidato presidenciales y a diputados Partidos Políticos	2	16
2	Productores e industriales granos básicos, leche, aceites vegetales, industria de supermercados, servicios de banca minorista.	5	307
3	Sector público a nivel de los tres poderes	4	327
4	Gremios de profesionales	7	770
5	Periodistas de la fuente económica	2	36
6	Gremios de ONG	1	25
7	Gremios empresariales	1	75
8	Gremios de consumidores	1	85
	<b>TOTALES</b>	<b>23</b>	<b>1,641</b>

Respecto a este tipo de actividades de difusión, las mismas tienen un contenido diferenciado. Así, para los candidatos presidenciales el objetivo era que conocieran los alcances de la ley, los beneficios de la competencia para la sociedad, con el objeto de que incluyeran



en sus programas de gobierno la temática de libre competencia. A los grupos de productores, se hizo de su conocimiento el estado actual de la competencia en sectores estudiados y en los que ellos están involucrados directa o indirectamente.

A los representantes del sector público el propósito de la capacitación fue mostrarles los daños a la competencia y a los consumidores que causan la intervención del Estado en los mercados, especialmente cuando se intenta proteger a productores y a consumidores mediante medidas de fijación de precios de garantía y congelamiento de precios a productos sensibles para la población. Al resto de audiencia como gremios de profesionales, periodistas, empresarios y asociaciones de consumidores, la capacitación gira en torno a los alcances de la ley y el rol de la CDPC en la protección de las condiciones de libre mercado.

En cuanto a la meta de 14 eventos de capacitación, seis para 2013 y ocho para 2014, la misma fue sobre pasada en 16% para 2013 y en 38% para el 2014, debido básicamente al montaje adicional de varios eventos de este tipo en coordinación con el Banco Mundial.

### 3. Capacitación a Universidades

La introducción del tema de competencia al círculo académico siempre es una prioridad para las agencias de competencia en todo el mundo, ya que las universidades son un multiplicador efectivo de conocimientos. En este sentido, las capacitaciones están orientadas a proporcionar los fundamentos teóricos que justifican la existencia de una política y una ley de competencia, el uso de los instrumentos de análisis de prácticas y conductas y los beneficios de la competencia para la sociedad en general. Así, en el 2013 y 2014, se realizaron los siguientes eventos de capacitación:

No.	Universidades	Numero de Eventos	Total Participantes
1	Universidad Nacional Autónoma de Honduras	4	225
2	UNITEC	6	310
3	Universidad Católica de Honduras	1	150
4	Universidad Zamorano	1	35
5	Universidad Tecnológica de Honduras	1	125
	<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>845</b>

En términos de metas anuales, para 2013 se planificaron cinco (5) eventos y ocho (8) para 2014, siendo 100% el cumplimiento en ambos años.

### 4. Publicaciones sobre Resultados de Estudios Sectoriales

El propósito de publicar los resultados de los estudios de los mercados a través de medios de comunicación escritos, es para que un mayor número de habitantes conozca el estado actual de la competencia en dichos mercados, especialmente a los actores involucrados directa e indirectamente en los sectores estudiados, para que estos puedan verse reflejados en los beneficios o daños que pueda causar cierto comportamiento. Además, conocer lo que está ocurriendo en los mercados puede inducir a los agentes económicos y consumidores a tomar ventaja de las recomendaciones que en dichos estudios se hacen, lo cual también es una forma de generar cultura de competencia en la ciudadanía.

Para los años 2013 y 2014, se planificó realizar seis (6) publicaciones en periódicos, tres en cada año, asumiendo que se realizaría igual número de estudios de mercado, los cuales, por restricciones presupuestarias, no se realizaron en su totalidad. Sin embargo, la meta anual del 2013 se cumplió en 100% al haberse realizado las tres publicaciones: leche pasteurizada, mantecas y aceites vegetales y banca minorista, en tanto que, por las razón

antes expuesta, la meta del 2014 solo se cumplió en 33% al haberse publicado uno de las tres planificadas.

## 5. Semana de la Competencia

En la primera semana de agosto de cada año, la CDPC planifica la realización de una serie de eventos y actividades encaminadas a destacar la importancia del tema de competencia y generar cultura de competencia en la sociedad hondureña, conmemorando el “**Día Nacional de la Libre Competencia en Honduras**”, establecido por el Congreso Nacional de la República, el 8 de agosto, mediante el Decreto 188–2009. Dichos eventos y actividades se centran en debates sobre temas sensibles y de impacto para la sociedad hondureña.



En el año 2013, la agenda de la semana de competencia incluyó dos temas, la socialización de los logros de la CDPC en sus primeros siete años de funcionamiento, resaltando las acciones de aplicación de la ley para ordenar y eficientar los mercados, acciones que incluyeron sanciones pecuniarias a varias empresas, bien por conducta colusiva o por abusar de su posición

dominante en el mercado, cuyas consecuencias fueron una reducción en el bienestar de los consumidores. Y el segundo, impartido por un ponente internacional, fue en relación al Rol de la Política de Competencia en el mejoramiento de las condiciones de vida en las naciones.

Para el 2014, la agenda se centró en el tema de “eficiencia de los mercados y el bienestar de los consumidores”, con exposiciones magistrales de técnicos de la Secretaría de Desarrollo Económico y la CDPC, con el apoyo de la FTC, con una presentación sobre “competencia, productividad y crecimiento económico”.



Cabe destacar que en este mismo marco de celebración, se desarrolló el VIII Foro Centroamericano de Competencia, ocasión que las agencias de competencia de la región dispusieron de un espacio para presentar sus experiencias o resultados de investigación en distintas áreas de la competencia, como son: colusión entre agencias publicitarias en

Panamá; guía para incorporar principios de competencia en los marcos normativos en El Salvador; proceso de notificación obligatoria de concentraciones económicas en Costa Rica y; construcción de indicadores de competencia en Nicaragua.



Una actividad importante de la semana de competencia en el marco de la celebración del VIII Foro Centroamericano de Competencia, fue la discusión sobre la adopción del texto de la norma regional de competencia que se someterá a aprobación de las instancias responsables de la integración centroamericana. Además, en este mismo Foro, se discutió sobre el trabajo futuro de la RECAC, y el estado actual de la segunda fase del proyecto de bienes públicos financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

En términos de las metas de los POA 2013 y 2014, su cumplimiento fue de 100%, al haberse celebrado todas las actividades previstas para dichas semanas.

## 6. Dictámenes y Opiniones Sobre Proyectos de Ley

En el POA-2013 se proyectó la realización de un (1) dictamen u opinión sobre proyectos de ley que tienen relación directa o indirecta con la aplicación de la norma de competencia, con el propósito de evitar conflictos entre leyes relacionadas al momento de su aplicación. No obstante, esta actividad depende de la dinámica del Congreso Nacional y no de la CDPC, consecuentemente el cumplimiento de la meta anual fue de 0%; en tanto que para el 2014 se estableció como meta un (1) dictamen u opinión pero se logró sobre pasar esta meta en 200% al haberse evacuado tres dictámenes de opinión.

Cabe señalar que estos dictámenes u opiniones generalmente se hacen sobre anteproyectos de ley discutidos en el Congreso Nacional y que tienen alguna vinculación con la norma de competencia, con lo cual la opinión gira en torno a que las leyes que se aprueben en el Congreso no entren en conflicto con la ley de competencia. Además, estos dictámenes también pueden ser sobre la aplicación de otras leyes que se vinculan con la norma de competencia, como son los dictámenes que se emitieron a solicitud de la Secretaría de Desarrollo Económico, en ocasión de fijar un precio máximo al cemento gris por parte de dicha Secretaría, en atención al numeral 2 del artículo 72 de la Ley de Protección al Consumidor.

En 2014 también destaca el dictamen evacuado relacionado con los alcances que tiene la Ley General de la Industria Eléctrica en materia de libre competencia, en ocasión de su aprobación en el Congreso Nacional.

## 7. Consultas de Agentes Económicos

Otra forma de promover la competencia es mediante la evacuación de consultas que los agentes económicos o el público en general efectúan ante la CDPC, bien para aclaraciones de lo establecido en la Ley o para prevenir acciones anticompetitivas que puedan realizar las empresas. Durante 2013 se proyectó evacuar dos (2) consultas, en tanto que en el 2014 la meta fue de tres (3) consultas resueltas.



En el 2013 la meta se sobre pasó en 50% al haber evacuado tres consultas de agentes económicos, así:

- a. El agente económico Chevron Honduras acude a la CDPC en consulta por un conflicto en la comercialización con las firmas PETRONOR e Interairoports, a lo cual la Comisión concluyó que dicho conflicto no obedece a prácticas o conductas que lesionen la competencia, sino más bien a hechos de naturaleza puramente contractual que afectan fundamentalmente las relaciones jurídicas entre los agentes económicos involucrados, y que deben resolverse de acuerdo a cláusulas acordadas en los contratos que al respecto hayan sido suscritos las partes.
- b. Las restantes dos consultas estuvieron orientadas en un mismo sentido, es decir, referidas a lo que establece la Ley de Competencia respecto a un acuerdo mediante el cual la empresa LACTHOSA le produzca, a través de su proceso productivo, la totalidad de los productos que produce y comercializa la empresa LEYDE, durante al menos un período de 5 años, acuerdo que según la CDPC, puede derivar en la ejecución (tácita o explícita) de prácticas restrictivas prohibidas por su naturaleza, principalmente el establecimiento de precios, la restricción total o parcial de la producción y el reparto directo o indirecto del mercado, y por tanto se considera que dicho acuerdo sería nulo per se, según lo establecido en el artículo 6 de la Ley de Competencia relativo a la nulidad jurídica.

## 8. Otras Actividades Generadoras de Cultura de Competencia

Paralelamente a los eventos directamente relacionados con la generación de cultura de competencia que son parte de la planificación operativa, se desarrollaron otras actividades que también generan cultura de competencia como son: comparecencias en los diferentes medios de comunicación masiva y los comunicados de prensa emitidos por la CDPC. Este tipo de actividades respondieron a la importancia noticiosa, destacando, por su orden, la

noticia sobre temas de competencia publicada en medios escritos y televisivos, en menor grado las noticias a través de medios radiales. Así, los resultados para el 2013 y 2014, se muestran en la tabla siguiente:

Medio de Comunicación	2013	2014	TOTALES
Televisión	39	49	88
Prensa Escrita 1 /	43	46	89
Radio	23	37	60
Digitales	28	31	59
<b>TOTALES</b>	<b>133</b>	<b>163</b>	<b>296</b>

1 / Comparecencias, entrevistas y Comunicados de prensa



En el 2013, el papel de la competencia en el mejoramiento de las condiciones de vida, fue un tema que captó atención en los distintos medios de comunicación, sobre todo porque la experiencia internacional ilustra perfectamente que los mercados funcionando en competencia traen bienestar a los consumidores, como es el caso de la convergencia tecnológica en el sector de

telecomunicaciones, procesos de licitación pro competitivos realizados por el Instituto Mexicano de Seguridad Social y la apertura en el transporte aéreo de pasajeros en México, donde la caída de los precios y tarifas beneficio a consumidores. En tanto que en el mismo México, la revocación en los tribunales de la prohibición de la concentración económica de las firmas Ferromex y Ferrosur que la Comisión Federal de Competencia había emitido, provocó un considerable incremento en las tarifas del transporte ferroviario de carga en dicho país.



No menos importante para los medios de comunicación fue el tema sobre el estado actual de la competencia en sectores económicos claves en Honduras, como son: supermercados tanto local como latinoamericano, leche y derivados, granos básicos, aceites y mantecas vegetales y banca minorista; en ocasión de la jornada de presentación de los resultados de los estudios en estos mercados en julio de 2013.



En 2014 los medios le dieron importancia a las medidas tomadas por la Secretaria de Desarrollo Económico y apoyadas por la CDPC en la fijación de un precio máximo al cemento gris, en atención a la Ley de Protección al Consumidor y en respuesta al anuncio del incremento de precio de dicho producto por parte de la industria cementera. Además, también fueron cubiertos los temas de competencia, productividad y desarrollo económico, avances de la política de

protección al consumidor y el estado actual de la competencia en los países de la región centroamericana.

## 9. Fortalecimiento Institucional

El fortalecimiento institucional es el conjunto de actividades necesarias para el adecuado cumplimiento de las dos funciones primordiales establecidas en la Ley, la defensa y la promoción de la competencia. En el 2013 y 2014, se obtuvieron los resultados siguientes:

### a. Capacitación del Personal de la CDPC

Una de las actividades de mayor importancia para el fortalecimiento de la capacidad institucional, lo constituye la inversión en la formación del capital humano tanto del personal técnico como del personal administrativo y de servicio, sin embargo, para 2013 y 2014, la inversión en este aspecto fue modesta, debido a las restricciones presupuestarias de la Comisión. Aun así, en dichos años se desarrollaron las siguientes actividades de capacitación dentro y fuera del país, mismas que se detallan en la tabla siguiente:

No.	Descripción	Lugar / País	No. de Participantes
1	Prácticas y conductas anticompetitivas	Honduras	18
2	Riesgos Institucionales	Honduras	4
3	Inclusión Financiera, Banca Móvil y Seguridad	Honduras	1
4	Derecho Comunitario Centroamericano	Honduras	2
5	Derecho Constitucional en Honduras	Honduras	1
6	Planificación, Redacción de Hallazgos en Auditoría	Honduras	1
7	Guías Técnicas para implementar el Control Interno	Honduras	1
8	Integridad y Valores de los Servidores Públicos	Honduras	1
9	Actualización Tributaria	Honduras	1
10	Normas Internacionales de Información Financiera	Honduras	1
11	Normas Internacionales de Contabilidad	Honduras	1
12	Economía Social de Mercado	Honduras	1
13	Escuela Iberoamericana de Competencia	España	4
14	Competencia en Mercado de Leche y Derivados	Ecuador	1

No.	Descripción	Lugar / País	No. de Participantes
15	Competencia en Mercados y Supermercados	Ecuador	1
16	Formadores en Fiscalidad Internacional	Uruguay	1
17	Inspecciones Sorpresa: Métodos Investigativos	Panamá	2
18	Introducción a la defensa de la competencia	Virtual	8
19	Economía antimonopólica	Virtual	7
20	Prácticas colusivas	Virtual	4
21	Cártel del Oxígeno Medicinal en Argentina.	Virtual	8
22	Cárteles en Compresores de Refrigeración	Virtual	8
23	Comercio y Propiedad Intelectual	Virtual	1
24	Evaluación desempeño en administración pública	Virtual	1
25	Política de Competencia	Virtual	1

Como puede apreciarse, el 48% de la capacitación que el personal recibió en los años 2013–2014 fue en el país, el 20% en el exterior y el restante 32% es capacitación virtual, aprovechando las redes internacionales a las cuales la CDPC está suscrita. Vale la pena destacar que la capacitación recibida en el exterior casi en su totalidad fue financiada por las instituciones organizadores de los eventos y solo en una mínima proporción se afectó el presupuesto de la Comisión.

Es apreciable también la variedad de temas incluidos en la capacitación, en su mayoría, sobre temas de competencia pero no menos importante ha sido la capacitación del personal administrativo y de auditoría de la CDPC en estos dos años, la cual representa el 28% del número total de capacitaciones.

#### **b. Planificación estratégica**

Uno de los aspectos torales para cualquier institución lo constituye el Plan Estratégico, el cual marca la senda por donde ha de transitar la institución, basada en su visión y su misión. Conscientes de esta importancia, para las nuevas autoridades de la CDPC, una de sus primeras acciones fue la de estructurar un nuevo Plan Estratégico para el período 2014–2017, acorde con la Visión de País, Plan de Nación y Plan de Gobierno, pero más que todo, para reflejar en dicho plan la filosofía de trabajo en su gestión.

Tanto la Visión de País como el Plan de Nación incluyen un lineamiento estratégico titulado “Competitividad, Imagen País y Desarrollo de Sectores Productivos”, siendo una de las metas al 2022 la de mejorar la posición de Honduras en el Índice de Competitividad Global (ICG) a la posición 70, y al 2038 a la 50, partiendo de la base de que el informe ICG del período 2011–2012 ubica a Honduras en la posición 86, en donde el trabajo de la CDPC impacta directamente.

El Plan Estratégico fue elaborado en base a un análisis del entorno (FODA) con la participación de todo el personal de la institución. Los resultados del FODA concluyen que se cuenta con personal altamente capacitado y comprometido con la institución, que se cuenta con liderazgo para influir positivamente, personal con comportamiento correcto y honesto y un profesionalismo que los hace efectivos en el trabajo que desempeñan.

Así, el Plan Estratégico 2014–2017 contiene tres líneas básicas:

1. Institucionalizar a la CDPC en su papel de proteger la ley de libre competencia en el país, realizando alianzas institucionales y subordinar todas las comisiones que tienen que ver con la ley de competencia.
2. Eficacia en la promoción de la competencia para fomentar una cultura entre los consumidores, empresas, la administración pública y la ciudadanía en general, cuyo propósito principal es fortalecer la imagen institucional de la CDPC.
3. Eficiencia en la operatividad de la Comisión, con un mayor énfasis en el rol de prevenir las prácticas y conductas anticompetitivas.

### **c. Reformas a la Ley de Competencia**

El mayor trabajo de análisis de las reformas a la ley de competencia fue realizado en 2013 y 2014, esfuerzo que contó con la colaboración de organismos internacionales como la UNCTAD y el Banco Mundial, quienes complementaron con importantes aportes a lo que sería un anteproyecto de ley que se sometería al Congreso Nacional.

El propósito de estas reformas siempre estuvieron enmarcadas en dos aspectos: primero, darle a la Comisión mayor fortaleza para combatir las prácticas y conductas anticompetitivas, especialmente las generadas en estructuras cartelarias y, segundo, darle mayor capacidad financiera a la CDPC mediante cobros por servicios de verificación y autorización de concentraciones económicas y porcentaje por multas que aplique la Comisión.

### **d. Alianzas Estratégicas**

La búsqueda y fortalecimiento de las alianzas estratégicas afines a la competencia, es importante no solo para el apoyo en los procesos de investigación y estudios sino para la defensa de los principios de la libre competencia, en adición a los beneficios de capacitación y participación en eventos internacionales que la CDPC obtiene manteniéndose activas en las redes que se forman con dichas alianzas.

No.	CON QUIEN SE SUSCRIBE	FECHA SUSCRIPCIÓN
1	Colegio de Abogados de Honduras	4 de agosto de 2014
2	Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)	27 de agosto de 2014
3	Superintendencia de Control del Poder de Mercado de la República del Ecuador	13 de agosto de 2014

Como se puede observar, la suscripción de convenios en los años 2013 y 2014 fue moderada, especialmente a nivel local. Vale decir que la suscripción de un convenio es solo la



formalidad del vínculo entre las instituciones firmantes, en tanto que lo más importante de esta acción es el uso y la vigencia que se le dé a este tipo de instrumentos, en ese sentido, son las acciones que se generen de estos convenios lo que le da vida a los mismos.



Así por ejemplo, en el marco del convenio con el Colegio de Abogados de Honduras, se desarrolló un programa de capacitación sobre los alcances de la ley de competencia en varios de los capítulos de esta organización gremial, lo mismo con la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) con capacitación para profesores y estudiantes sobre la temática de competencia. En el marco del convenio

suscrito con la Superintendencia de Control de Poder de Mercado del Ecuador, la CDPC ha podido llevar y compartir su experiencia sobre el estado actual de la competencia en los mercados de Leche y Derivados y de la Industria de los Supermercados.

A nivel internacional, el 2013 Y 2014 sirvió para consolidar aún más a la CDPC como una agencia de competencia con fortaleza y pertinencia en la aplicación de la Ley y en la calidad de sus investigaciones. En este sentido, la Comisión mantiene muy activa su relación con:

- a. La Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América (FTC).

- b. La Red Internacional de Competencia (ICN).
- c. La Red Iberoamericana de Competencia.
- d. La Red Latinoamericana de Competencia.
- e. La Alianza Interamericana de Defensa de la Competencia.
- f. La Organización de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD).
- g. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).
- h. El Centro Regional de Competencia.
- i. La Red Centroamericana de Competencia.
- j. El Banco Mundial
- k. El Banco Interamericano de desarrollo.

Ser miembro activo de las redes internacionales de competencia significa beneficios para la CDPC en forma de apoyo para la participación en eventos de capacitación presencial y virtual y en conlaves mundiales de autoridades de competencia en donde se comparten experiencia y se actualizan conocimientos.

A la par, la CDPC ha sido muy activa en prestar colaboración permanente a dichas redes proporcionando información sobre indicadores vitales de competencia, misma que generalmente sirve para el diseño de programas de apoyo que estas redes brindan a sus agencias miembros. Así, en el 2013 y 2014 se completó una serie de cuestionarios o encuestas que frecuentemente las redes mundiales de competencia requieren para mantener actualizado los avances globales en materia de competencia:

- a. Cuestionario sobre concentraciones económicas para Banco Mundial
- b. Cuestionario sobre comercio exterior para Banco Mundial
- c. Cuestionario sobre precios de fertilizantes para la RECAC
- d. Cuestionario sobre fortalecimiento institucional para Centro Regional de Competencia, México
- e. Cuestionario sobre abogacía de la competencia para el Centro Regional de Competencia, México
- f. Cuestionario sobre diferentes aspectos de competencia para la Global Competition Review.
- g. Comentarios al documento Feed The Future para la FTC.



En el marco de la planificación estratégica y con miras en el fortalecimiento de la Comisión, se crearon lazos con la FTC para acompañamiento en los eventos institucionales y capacitaciones para el personal técnico de la CDPC.

# Gestión Administrativa y Transparencia

Dentro del marco de la eficiencia presupuestaria y la rendición de cuentas, mediante la ejecución de actividades financieras, la Dirección Administrativa de la CDPC, desarrolla su trabajo mediante el apoyo de la colaboración de la Unidad de Contabilidad, Unidad de Informática y la Unidad de Servicios Generales.

Siendo su responsabilidad principal eficientar el manejo del Presupuesto de Gastos asignado a través de la Secretaria de Finanzas, logrando así una ejecución del Presupuesto del 100%, equivalente para el 2013 de L17.5 millones y para el 2014 de L20.4 millones, con lo que se logró un desarrollo presupuestario optimo.

La unidad de Contabilidad reporta a la Dirección Administrativa de manera mensual los Estados Financieros de la CDPC, los cuales generan informes periódicos de la Ejecución del Gasto, con esta información el Pleno de Comisionados define el proceder en materia de ejecución presupuestaria.

Para el desarrollo y ejecución de las Actividades asignadas, la Dirección Administrativa trabaja en conjunto con La Secretaria de Finanzas, Secretaria de Desarrollo Económico, Secretaria de Coordinación General del Gobierno, El Tribunal Superior de Cuentas (TSC), La Unidad Técnica de Modernización del Estado, La Oficina Normativa de Compras y Contrataciones del Estado, Contaduría General de la Republica, entre otros.

Además de ello, se tiene la responsabilidad, de año a año elaborar y presentar ante el TSC las Declaraciones juradas actualizadas de cada uno de los bienes e ingresos del personal que labora bajo la égida de la CDPC, para con ello tener una rendición de cuentas a todos los niveles y actuar con Transparencia.

Asimismo, dentro de las funciones de la Unidad Administrativa, se encuentra la elaboración de los términos de asignación de fondos a cada partida del Presupuesto a presentarse para el posterior ejercicio fiscal, atendiendo las directrices emanadas de la Secretaria de Finanzas en lo concerniente a los límites que impone en cada línea de objeto del gasto, enmarcados dentro de las Disposiciones Generales de Presupuesto.

## a. Actividades Financieras, Contables y Administrativas

- Las operaciones contables requieren un registro sistemático y transparente, con el paquete En-Control, se logra generar la información para la elaboración de los Estados Financieros y el monitoreo al presupuesto, alimentado de las

operaciones contables, en donde se realizan depreciaciones mensuales, elaboración de planillas, pagos patronales, inventarios de papelería y suministro, Ingreso y pagos de cheques, detalles de ingresos y elaboración del presupuesto.

- Se lleva control adecuado en las adquisiciones de equipo y accesorios de oficina e insumos, llevando un buen control de dicho inventario en el sistema En-Control.
- Preparar periódicamente la información financiera necesaria para el portal de Transparencia de la CDPC, según requisito de la Ley de Acceso a la Información Pública.
- Administración del fondo Rotatorio de caja chica.
- Logística del proceso de viajes de trabajo de los empleados de esta institución desde la asignación de los viáticos y la liquidación de los mismos conforme al reglamento.
- Colaboración en lo que requiera el Pleno en la logística de eventos realizados por esta Institución

Durante el Ejercicio Fiscal 2013 y 2014, la Unidad de Contabilidad de la CDPC presentó información a las Instituciones del Estado, siendo las siguientes:

#### **SECRETARIA DE FINANZAS:**

- Presentación Trimestral y mensual de Estados Financieros
- Evaluación Trimestral de la Ejecución Presupuestaria
- Presentación de los Objetivos alcanzados trimestralmente por la CDPC
- Liquidación de Fondos Ejercicio Fiscal de cada año
- Presentación de los Estados Financieros y Ejecución Presupuestaria ante la UPEG, dependencia de la misma Secretaría

#### **CONTADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA**

- Presentación Mensual y Semestral de Estados Financieros, detalle de activos fijos, evaluación presupuestaria.

#### **b. Transparencia**

En el marco del cumplimiento de la Ley de transparencia y Acceso a la Información Pública, la Comisión Para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC) durante los años 2013–2014 puso a disposición de los ciudadanos la información de oficio establecida en la referida Ley mediante los tres mecanismos establecidos para el cumplimiento de la transparencia institucional; a) Publicación de información de oficio en el portal de transparencia de la CDPC, b) Resolviendo las solicitudes de información

pública presentadas ante la CDPC, c) Envío de estadísticas de información pública al Instituto de acceso a la Información Pública IAIP.

La Comisión de Competencia consiente de la importancia de la transparencia y rendición de cuentas como eje transversal en el desempeño organizacional, publicó toda la información de oficio correspondiente a la ejecución presupuestaria, financiera, normativa, rendición de cuentas, estructura orgánica y de servicios, actualizándola en tiempo y forma conforme a los plazos y lineamientos establecidos dando fiel cumplimiento a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

De las solicitudes presentadas ante la CDPC, de acuerdo con las estadísticas, el mayor número de solicitudes de información pública presentadas ante esta Comisión de Competencia refieren a solicitudes de resoluciones y estudios sectoriales presentadas en mayor proporción por estudiantes de universidades públicas y privadas a nivel de pregrado y postgrado.

En menor proporción, se recibieron solicitudes de información pública presentadas por la empresa privada, instituciones gubernamentales, bufetes legales, periodistas y organizaciones de consumidores cuyas solicitudes de información pública fueron resueltas a favor del peticionario dentro de los plazos establecidos por la Ley.



Por otro lado, para el año 2014 en el marco de la Primera Semana de la Transparencia y Lucha Contra la Corrupción, que se realizó del 11 al 15 de septiembre, la Comisión obtuvo un 100% en la evaluación de su portal, por el cumplimiento con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

# Perspectiva para el 2015

Dado que para 2015 el presupuesto será el mismo del 2014, es decir de L. 20.4 millones, la Comisión debe fundamentar su ejecución en prioridades para que las acciones tengan el mayor efecto posible, buscando alianzas con organismos e instituciones internacionales que puedan costear actividades que la CDPC con su presupuesto no pueda financiar.

Por lo que las acciones se seguirán apuntando a garantizar el incremento de la cultura de competencia en el país y a una abogacía que prevenga la incidencia de prácticas y conductas anticompetitivas. Esto implica que para 2015 debe haber un marcado énfasis en las actividades de promoción de la competencia, sin dejar de atacar aquellos comportamientos que restrinjan, disminuyan, dañan, impidan o vulneren el proceso de libre competencia en los distintos mercados

# Anexos

## ESTADÍSTICAS DE COMPETENCIA 2007 – 2014

**TABLA No. 1: INVESTIGACIONES REALIZADAS DE 2007 A 2014**

No.	Actividad Económica	Tipo de Investigación		TOTALES
		De Oficio 1 /	Por Denuncia 2 /	
1	Telecomunicaciones	3	8	11
2	Petróleo y Derivados	2	2	4
3	Servicios Financieros	4	0	4
4	Industria Textil	0	2	2
5	Industria Farmacéutica	1	5	6
6	Agroindustria Láctea	1	0	1
7	Industria del Cemento	1	0	1
8	Transporte Carga y Pasajeros	1	2	3
9	Industria Azucarera	1	0	1
10	Bebidas Embotelladas	0	2	2
11	Industria del Cuidado Personal	0	1	1
12	Industria Harinera	0	1	1
13	Agroindustria del Café	0	2	2
	<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>39</b>

1/Tiempo promedio invertido de 10.7 meses en cada investigación, sin incluir el tiempo en los tribunales.

2/ Tiempo promedio invertido de 5.9 meses en cada investigación, sin incluir el tiempo en los tribunales.

**TABLA No. 2: CONCENTRACIONES ECONÓMICAS AUTORIZADAS, 2007-2014**

No.	Actividad Económica	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTALES
1	Servicios Financieros	6	10	0	3	1	1	1	2	24
2	Comercio al Detalle	2	2	1	3	2	3	0	0	13
3	Telecomunicaciones	0	0	1	4	3	1	1	0	10
4	Industrial	0	1	1	1	1	2	2	1	9
5	Petróleo y Derivados	1	0	0	1	3	0	0	0	5
6	Agroindustria	0	2	1	1	0	0	0	0	4
7	Servicios de la Salud	1	0	0	0	0	1	0	0	2
8	Energía Eléctrica	0	1	0	0	0	0	0	0	1
9	Servicios Inmobiliarios	0	0	1	0	0	0	0	0	1
10	Industria Minera	0	0	1	0	1	0	0	0	2
	<b>TOTALES</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>71</b>

1/ Tiempo promedio invertido en cada concentración, 4.0 meses.

2/ De las 71 autorizadas, 56 sin condiciones (20 no verificadas), y 15 autorizadas con condiciones.

3/ Total Activos de las empresas fusionadas, 264,283 millones de Lempiras.

**TABLA No. 3: ESTUDIOS DE MERCADO REALIZADOS, 2007-2014**

No.	Sectores y Mercados	ESTRUCTURAS	HHI
<b>AGROINDUSTRIA</b>			
1	AZÚCAR	Monopsonio	10,000
2	GRANOS BÁSICOS		
	Maíz para consumo animal	Competitiva	1,330
	Maíz para consumo humano	Oligopolio	4,262
	Frijol	Competitiva	1,968
	Arroz	Competitiva	822
	Sorgo	Oligopolio	2,862
3	ALIMENTOS BALANCEADOS	Oligopolio	4,316
4	AGROQUIMÍMICOS Y FERTILIZANTES		
	Fertilizantes	Oligopolio	4,033
	Plaguicidas	C. Monopolística	1,076
5	PRODUCTOS AVÍCOLAS		
	Carne de pollo en general	Oligopolio	3,744
	Carne de pollo congelada	Oligopolio	3,686
	Carne de pollo fresca	Oligopolio	4,729

No.	Sectores y Mercados	ESTRUCTURAS	HHI
	Producción de huevos	Competitiva	1,000
	Comercialización de huevos	Oligopolio	3,600
6	HARINA DE TRIGO	Oligopolio	4,665
7	ACEITES Y MANTECAS VEGETALES	Duopolio	4,384
8	LECHE Y DERIVADOS	Oligopolio	4,483
<b>SERVICIOS FINANCIEROS</b>			
9	TARJETAS DE CRÉDITO		
	Segmento de Emisión	Oligopolio	2,471
	Segmento de Adquierecia	Oligopolio	3,846
10	BANCA MINORISTA	Oligopolio	1,167
11	SERVICIOS DE SEGUROS	Oligopolio	1,374
<b>TRANSPORTE</b>			
12	TRANSPORTE MARITIMO DE CARGA	Oligopolio	5,816
13	TRANSPORTE ÁEREO DE PASAJEROS	Oligopolio	1,800
14	TRANSPORTE TERRESTRE CARGA Y PASAJEROS		
	Urbano	Competitiva	2,262
	Interurbano	Competitiva	1,562
	De combustible de petróleo	Competitiva	562
<b>INDUSTRIA TRANSFORMADORA</b>			
15	CEMENTO	Oligopolio	5,017
16	VARILLA DE HIERRO	Oligopolio	5,862
<b>DISTRIBUCIÓN AL DETALLE</b>			
17	SUPERMERCADOS	Oligopolio	4,012
18	PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	C. Monopolística	65
19	ÚTILES ESCOLARES	Competitiva	1,224
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>			
20	ENERGÍA ELÉCTRICA	Monopolio	10,000
21	SERVICIOS PRIVADOS EN SALUD	Competitiva	911
22	SERVICIOS DE TELEFONÍA MÓVIL	Oligopolio	6,702
<b>INDUSTRIA DEL PETRÓLEO</b>			
23	COMBUSTIBLES LÍQUIDOS DE PETRÓLEO	Oligopolio	2,564

1. De los 23 estudios sectoriales realizados, resultaron 35 estructuras de mercado, en su mayoría irregulares de acuerdo al HHI.
2. El HHI (Herfindal-Hirschman Index), es una medida mundialmente aceptada del grado de concentración de un mercado y el mismo va de 0, que indica mercado de competencia perfecta hasta 10,000, que indica mercado monopolístico.

**TABLA No. 4: CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN SUSCRITOS 2007-2014**

No.	CON QUIEN SE SUSCRIBE	FECHA SUSCRIPCIÓN
1	Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS)	10 de agosto de 2007
2	Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)	10 de agosto de 2007
3	Instituto Nacional de Estadísticas (INE)	10 de agosto de 2007
4	Superintendencia de Competencia de El Salvador	13 de Junio de 2008
5	Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica	14 de mayo de 2009
6	ACODECO de Panamá	14 de mayo de 2009
7	Banco Central de Honduras (BCH)	12 de agosto de 2010
8	Instituto de Acceso a la Información Pública (IAIP)	12 de agosto de 2010
9	Consejo Nacional Anticorrupción (CNA)	12 de agosto de 2010
10	Corte Suprema de Justicia de Honduras	12 de agosto de 2010
11	Secretaría de Desarrollo Económico (antes SIC)	10 de agosto de 2011
12	Comisión Nacional de Competencia de España	10 de agosto de 2011
13	Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado (ONCAE)	9 de agosto de 2012
14	Colegio de Abogados de Honduras	4 de agosto de 2014
15	Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)	27 de agosto de 2014
16	Superintendencia de Control del Poder de Mercado de la República del Ecuador	13 de agosto de 2014

# Agradecimiento

El presente documento recopilatorio de actividades desarrolladas durante los años 2013–2014, por la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), es el resultado del esfuerzo y la constante dedicación del Pleno de Comisionados y el equipo de trabajo de la institución. Sin embargo hay otras instituciones y personas con las cuales la Comisión desarrolla un trabajo muy cercano, y que en esta oportunidad queremos a todos ellos agradecer, en particular:

A los hondureños por acoger y confiar en el trabajo de la CDPC como una institución que con ocho años de estar en funcionamiento, está comprometida en crear una cultura de libre Competencia en el país.

A los regentes de los tres Poderes del Estado por atender las peticiones y brindar el acompañamiento necesario.

A los Diputados/as al Congreso Nacional y las otras instituciones del Estado, por tomar en cuenta las opiniones y recomendaciones de la CDPC, para resolver problemáticas que limitan o restringen la libre Competencia.

A la prensa nacional, por siempre brindar sus espacios noticiosos para transmitir las informaciones que se generan desde la Comisión de Competencia.

A las organizaciones de la sociedad civil, con quienes se desarrolla un trabajo conjunto muy cercano, gracias a los convenios suscritos.

A la empresa privada por participar de una manera muy activa en todos los procesos de socialización de la Ley y sus alcances.

A la academia por su apertura en recibir nuestras propuestas de formación a docentes y estudiantes.

También este agradecimiento, se extiende a cada una de las instituciones homólogas que han invitado a la CDPC a participar activamente, no sólo en la región centroamericana, sino en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa, en las actividades desarrolladas a lo largo de los años 2013 y 2014.

A todos y todas un agradecimiento permanente de parte de todos los miembros de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (CDPC), con sede en Tegucigalpa, Honduras, fue creada mediante el Decreto Legislativo No.357-2005 publicado en el Diario Oficial La Gaceta No.30,290 del 4 de febrero de 2006, como una institución Autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con independencia funcional, administrativa, técnica y financiera, cuya misión es promover, proteger y garantizar el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar de los consumidores.

---

Colonia San Carlos, Avenida Dr. Ramón Ernesto Cruz, Contiguo a Clínicas Médicas  
Apartado Postal 3386  
Tegucigalpa, MDC Honduras, Centroamérica.  
Tel. (504) 2232-1081  
Fax: (504) 2239-4429  
[www.cdpc.hn](http://www.cdpc.hn)

