



***bana*supro**

Juan Orlando

Plan Operativo Anual (POA) - 2016

Narrativo

15 de Enero 2016



SECRETARÍA DE DESARROLLO
ECONÓMICO

PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

MISIÓN

Somos la Empresa Estatal encargada de comercializar los productos de consumo básico a la población en general y la de bajos ingresos, a precios razonables y competitivos, por medio de los puntos de venta en el territorio nacional, de esta mejorar las condiciones de vida de la población.

VISIÓN

Ser el ente comercializador del Estado Líder y referente en los precios, abastecimiento y comercialización de los productos de la canasta alimenticia, por medio de la marca BANASUPRO, la expansión de la red de puntos de venta fijos, móviles y nuevos modelos de negocios, de esta manera brindar un servicio con calidad y calidez, eficaz, eficiente y oportuno a la población hondureña.

Se cuenta con un programa únicamente, una Gerencia Central y una Unidad Ejecutora.

PROGRAMA

Comercialización de Productos de la Canasta Alimenticia

RESULTADOS DEL PROGRAMA AÑO 2016

Incrementado en 30% el número de personas beneficiadas con el acceso a los productos de la canasta alimenticia, por medio de los 98 puntos de venta actuales y nuevos a nivel nacional.

Aumentada la cobertura de la población beneficiada, con la apertura de 50 nuevos puntos de venta

OBJETIVO ESTRATEGICO

- I. Ampliar la comercialización de los productos de canasta alimenticia a precios razonables y competitivos a las poblaciones de más bajo ingreso, mediante los puntos venta actuales y la implementación de nuevos modelos de negocios, a fin de masificar la presencia de BANASUPRO a nivel nacional.
- II. Incrementar el acceso a los productos de la canasta alimenticia, mediante la implementación de nuevos modelos de negocios y masificación de BANASUPRO.

- III. Incrementado el acceso a los productos de la canasta alimenticia a la población hondureña, por medio de los 98 puntos de venta a nivel nacional, y crecimiento del 50%.

OBJETIVOS OPERATIVOS

- I. Atender 950,000 personas en los puntos de venta a nivel nacional.
II. Atender 100,000 personas a través de los nuevos puntos de venta BANASUPRO.

RESULTADOS

- Incrementado en 30% el número de personas beneficiadas con el acceso a los productos de la canasta alimenticia, por medio de los 98 puntos de venta actuales y nuevos a nivel nacional.
- Aumentada la cobertura de la población beneficiada, con la apertura de 50 nuevos puntos de venta.

META AÑO 2016

- I. Atender 950,000 personas puntos de venta preexistentes a nivel nacional.
Resultado: 950,000 personas beneficiadas.
- II. Atender 100,000 personas con los nuevos puntos de venta.
Resultado: 100,000 personas beneficiadas.

Nota: Para el cálculo de las personas beneficiadas con el acceso a productos de consumo básico se utiliza una fórmula que divide las ventas totales de los puntos de venta entre L.500.00 que es considerado el ticket promedio.

Se cuenta con tres Actividades/Obras

1. Dirección y Coordinación
2. Comercialización de la Canasta Básica
3. Ampliación de Puntos de Venta



Juan Carlos Zelaya Palma
GERENTE UPEG - BANASUPRO