



**PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO**

**Institución: 807 - Suplidora Nacional de Productos Básicos**

**EJERCICIO: 2016**



**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 manera 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.

**OBJETIVO: 0 SIN OBJETIVO OPERATIVO**

**Objetivo Operativo:** 0 SIN OBJETIVO OPERATIVO

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad
----------	------------------	--------------

0 - SP

6 - Mensual

**OBJETIVO:**

**1 Ampliar la comercialización de los productos de canasta alimenticia a precios razonables y competitivos a las poblaciones de mas 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.**

**Resultado:** 1 - 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.

**Supuesto:** Demanda positiva en la población y oferta disponible de los productores nacionales.

**Población Objetivo:** 322 - SOLICITANTES

**Objetivo Operativo:** 1 Atender 950,000 personas en los puntos de venta a nivel nacional.

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad	Producción Anual
2 - Numero de Consumidores Atendidos	145 - REPORTE	1 - Anual	12
3 - Apertura de Nuevos Puntos de Venta.	145 - REPORTE	1 - Anual	12

**OBJETIVO:**

**2 Incrementar el acceso a los productos de la canasta alimenticia, mediante la implementación de nuevos modelos de negocios y masificación de BANASUPRO.**

**Resultado:** 1 - Aumentada la cobertura de la población beneficiada, con la apertura de 50 nuevos puntos de venta.

**Supuesto:** Demanda positiva en los consumidores y oferta disponible en la producción nacional.

**Población Objetivo:** 322 - SOLICITANTES

**Objetivo Operativo:** 1 Atender 100,000 nuevas personas, mediante la apertura de 50 nuevos puntos de venta.

**OBJETIVO:**

**3 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%.**