



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

REDISEÑO DE BASES DE LICITACIÓN PARA CONVENIOS MARCO
COMPETITIVOS. CASO DE ESTUDIO BASADO EN CONVENIO MARCO DE
ALIMENTOS

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN GESTIÓN DE OPERACIONES

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

EYAL DAVID LEVY GRASS

PROFESOR GUÍA:
MARCELO OLIVARES ACUÑA

MIEMBROS DE LA COMISIÓN:
RONALD FISCHER BARKAN
GABRIEL WEINTRAUB YADLIN

SANTIAGO DE CHILE
2017

RESUMEN DE LA MEMORIA PARA OPTAR
AL TÍTULO DE
POR: EYAL DAVID LEVY GRASS
FECHA: 2017
PROF. GUÍA: SR. MARCELO OLIVARES ACUÑA

REDISEÑO DE BASES DE LICITACIÓN PARA CONVENIOS MARCO
COMPETITIVOS. CASO DE ESTUDIO BASADO EN CONVENIO MARCO DE
ALIMENTOS

El Convenio Marco es un modalidad de compra utilizada crecientemente por la Dirección de Compras y Contrataciones Publicas de Chile (DCCP), transando en 2015 cerca de MMUS\$ 2.300. Pese a lo anterior, se han detectado una serie de problemas tanto en la adjudicación como en la operatoria de estos convenios que han reducido la eficiencia.

El objetivo del presente trabajo es sentar las bases para verificar empíricamente tres hipótesis teóricas desarrolladas sobre Convenios Marco: (1) *trade-off* entre competencia en precio y variedad, y (2) el efecto de los índices del precios en los precios ofertados por los proveedores y (3) el efecto en el mercado de los costos de búsqueda.

Para cumplir el objetivo se realizó un análisis de los problemas tanto en la licitación como en la operación del Convenio Marco de Alimentos 2014, para luego proponer un nuevo diseño de bases de licitación.

Las principales causas diagnosticadas son (1) la baja competencia por entrar al mercado lo que provoca pérdidas de eficiencia en los precios ofertados, (2) una catalogación de productos genérica lo cual no permite competencia entre productos similares y aumentas las fricciones de búsqueda y (3) el reajuste de precios deficientes que en definitiva aumenta la incertidumbre de los costos para los proveedores.

El diseño propuesto cuenta con tres aspectos principales: (1) un árbol de catalogación el cual permite segmentar productos de forma específica promoviendo la competencia en la entrada de productos similares y reduciendo las fricciones de búsqueda.(2) Metodología de adjudicación basada en ranking los cuales son confeccionados por región y se distinguen categorías donde habrá competencia entre marcas. En dicho ranking, serán adjudicados un porcentaje de proveedores el cual puede ser 80 % o 20 % dependiendo si la categoría a la que pertenece el producto es “competitiva” o “inclusiva”. Y por último (3) actualización de precios que cuenta con dos tipos de reajuste: por inflación y por estacionalidad. El primero considera la variaciones respectivas al IPC mientras que la segunda toma en cuenta las variaciones estacionales conocidas.

En un trabajo conjunto con la DCCP, los diseños propuestos en este trabajo de tesis fueron incluidos en las bases de licitación del Convenio Marco de Alimentos a publicar en agosto de 2017. La metodología implementada demostró reconocer y proponer medidas las cuales suponen aumentos de eficiencia. Trabajos futuros deberán demostrar dichas eficiencias y replicar tal metodología para crear mecanismos acordes a cada Convenio Marco.

Para mis padres Mauricio y Marta.

Tabla de Contenido

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción | 1 |
| 2. Descripción de mecanismos de compras publicas | 4 |
| 2.1. Mercado Público | 4 |
| 2.2. Procesos de compra y contrataciones | 5 |
| 2.2.1. Licitaciones | 5 |
| 2.2.2. Trato directo | 7 |
| 2.2.3. Convenios Marco | 7 |
| 2.2.4. Competencia por entrar al mercado y dentro del mercado | 8 |
| 2.2.5. Definiciones para el diseño de un convenio marco | 8 |
| 2.3. Experiencias internacionales de compras estatales | 9 |
| 2.3.1. Italia - CONSIP | 10 |
| 2.3.2. Estados Unidos - GSA | 12 |
| 2.3.3. Finlandia - Hansel | 12 |
| 2.4. Contraste experiencias internacionales y caso Chileno | 14 |
| 3. Descripción de Caso de Estudio: Convenio Marco de Alimentos | 16 |
| 3.1. Descripción de Bases Convenio Marco de Alimentos Perecibles y No Perecibles 2014 | 16 |
| 3.1.1. Método de adjudicación | 17 |
| 3.1.2. Puntaje por precio | 17 |
| 3.1.3. Puntaje por porcentaje de recargo de entrega | 18 |
| 3.1.4. Descuentos por montos en orden de compra | 19 |
| 3.1.5. Puntajes por Desarrollo Sostenible y Requisitos formales | 20 |
| 3.1.6. Catalogación | 20 |
| 3.1.7. Ofertas especiales | 21 |
| 3.1.8. Actualización de precios | 21 |
| 3.2. Operatoria Convenio Marco de Alimentos | 22 |
| 3.2.1. Origen de los datos | 22 |
| 3.2.2. Descripción de mercado | 23 |
| 4. Desarrollo de hipótesis y evidencia | 26 |
| 4.1. Balance entre variedad y competencia | 26 |
| 4.2. Índice de precios | 29 |
| 4.3. Costos de búsqueda | 33 |
| 4.4. Oportunidades | 35 |

| | |
|---|------------|
| 4.5. Causa 1: Baja competencia por entrar al mercado | 36 |
| 4.5.1. Fórmula de adjudicación actual | 38 |
| 4.6. Causa 2: Catalogación de productos genérica | 41 |
| 4.7. Causa 3: Reajuste de precios deficiente | 44 |
| 5. Diseño e Implementación del nuevo CM de Alimentos | 48 |
| 5.1. Árbol de catalogación | 49 |
| 5.2. Método de adjudicación | 50 |
| 5.2.1. Evaluación en dos etapas | 50 |
| 5.2.2. Evaluación económica: Selección según ranking por región de despacho | 51 |
| 5.2.3. Adjudicación inclusiva y competitiva | 53 |
| 5.2.4. Fichas con volumen mínimo | 56 |
| 5.3. Actualización de precios | 57 |
| 5.3.1. Reajustabilidad por IPC por producto específico | 57 |
| 5.3.2. Reajustabilidad por estacionalidad. | 58 |
| Conclusión | 59 |
| 5.4. Conclusiones | 60 |
| 5.5. Limitaciones | 62 |
| 5.6. Trabajos futuros | 63 |
| Bibliografía | 64 |
| A. Selección de producto a estudiar | 66 |
| B. Modelo entidad relación base de datos transaccional DCCP | 68 |
| C. Descripción de mercado | 70 |
| D. Histogramas adjudicación | 74 |
| E. Evaluación fórmula asignación de puntaje precio | 77 |
| F. Tablas catalogación | 81 |
| F.1. Categorización CM Alimentos 2014 | 82 |
| F.2. Tabla productos con variación del IPC | 87 |
| F.3. Nuevo árbol de categorización | 89 |
| G. Subcategorías de evaluación producto idéntico y producto similar | 92 |
| H. Subcategorías con adjudicación inclusiva y competitiva | 95 |
| I. Fichas de volumen mínimo | 99 |
| J. Ejemplo fórmula de reajuste | 101 |
| K. Nuevas bases de licitación CM Alimentos | 106 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| 2.1. Llamados de licitación de Convenios Marco por año | 13 |
| 3.1. Criterios de evaluación | 17 |
| 3.2. Coeficientes por región para recargo por despacho | 19 |
| 3.3. Descuentos por tramos | 19 |
| 3.4. Ejemplo de catalogación de carnes en ‘Lista de productos a ofertar’ | 20 |
| 4.1. Mayores proveedores “TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K” | 30 |
| 4.2. Evaluación adjudicación ítem VACUNO AL VACÍO - FILETE ENTERO CON CORDON 1 KILO 20 K | 39 |
| 4.3. Tabla de categorías alimentos perecibles y no perecibles. | 41 |
| 4.4. Tabla tipo producto (TP) “Café”, distintas fichas para tarro Nescafé Instantaeo. | 43 |
| 4.5. CAFÉ NESCAFE TRADICIÓN TARRO 400 GR UNIDAD | 43 |
| 4.6. CAFÉ NESCAFE TRADICION 400 GR CAJA DE 12 UNIDADES | 43 |
| 4.7. Categorización propuesta Café Nescafé Tarro | 44 |
| 4.8. Productos que presentan estacionalidad mensual sobre el 10 % (amarillo) y 20 % (rojo) | 47 |
| 5.1. Nuevas categorías a licitar | 49 |
| 5.2. Tabla criterios a evaluar y puntajes primera etapa técnica | 51 |
| 5.3. Ejemplo diferencia entre marcas subcategoría “Aceites”. | 54 |
| A.1. “Tipos de productos” con mayor transacción y coeficiente de variación vendidos en la región metropolitana | 67 |
| C.1. Compradores que más transan CM Alimentos | 71 |
| C.2. Categorías más transadas agosto 2014 - febrero 2017 | 72 |
| G.1. Subcategorías con evaluación según producto idéntico. | 92 |
| G.2. Subcategorías con evaluación según producto similar | 93 |
| H.1. Subcategorías con adjudicación inclusiva, 80 % | 96 |
| H.2. Subcategorías con adjudicación competitiva, 20 % | 97 |
| I.1. Fichas de volumen mínimo con adjudicación del 10 % de las ofertas | 100 |

Índice de Ilustraciones

| | |
|--|----|
| 2.1. Evolución de Montos Transados (millones de millones de pesos 2016) (Fuente: Dirección Chile Compra) | 5 |
| 2.2. Distribución compras por mecanismo de compra en www.mercadopublico.cl (Fuente: Dirección Chile Compra) | 6 |
| 2.3. Montos transados a través de la plataforma ChileCompra Express (en MMUS\$) (Fuente: Dirección Chile Compra) | 8 |
| 2.4. Diagrama de frontera eficiente para el diseño de estrategias | 9 |
| 2.5. Diagrama de selección de modalidad según características del producto | 10 |
| 2.6. Diagrama gráfico diferentes modalidades de compra por parte de CONCIP Fuente: [19] | 11 |
| 2.7. Distintas modalidades de compra según necesidad de catalogación y número de proveedores | 15 |
| 3.1. Montos transados mensualmente convenio marco de alimentos | 23 |
| 3.2. Histograma órdenes de compra | 24 |
| 3.3. Gráfico de compra y venta de alimentos por región (en millones) | 25 |
| 4.1. Balance entre variedad y competencia precios | 27 |
| 4.2. Intuición de resultados obtenidos | 28 |
| 4.3. Comparación entre modelo de Chile Compra y óptimo [20] | 29 |
| 4.4. Serie de tiempo producto con competencia en precio | 31 |
| 4.5. (1) Tamaño promedio de orden de compra y (2) Venta totales de proveedores y composición de compradores | 32 |
| 4.6. Resultado de búsqueda “Café Nescafé”. | 35 |
| 4.7. Tabla resumen hipótesis, oportunidades y causas | 36 |
| 4.8. Resultado de oferentes por producto (Convenio Alimentos 2014: 8093 items ofrecidos, 116 proveedores) | 37 |
| 4.9. Histograma de proveedores comprados por producto | 38 |
| 4.10. Precio mínimo 20% del precio promedio | 39 |
| 4.11. Asignación de puntaje “VACUNO AL VACÍO - FILETE ENTERO CON CORDON 1 KILO 20 K” | 40 |
| 4.12. Error en la estimación de actualización de precio | 45 |
| 4.13. Series de tiempo IPC Limón y Arroz | 45 |
| 5.1. Tabla resumen oportunidades , causas y soluciones | 48 |
| 5.2. Ejemplo nueva catalogación café: Nescafé Tradición 400G | 50 |
| 5.3. Gráfico participación por región en ventas y compras | 55 |

| | | |
|------|--|----|
| 5.4. | Gráfico participación local promedio sobre 50 % por proveedor <i>versus</i> ventas | 55 |
| 5.5. | Gráfico participación local promedio bajo 50 % por proveedor <i>versus</i> ventas . | 56 |
| 5.6. | Diagrama de cálculo de IPC promedio semestral y anual | 58 |
| 5.7. | Diagrama de cálculo de precio reajustado según IPC promedio semestral y anual | 59 |
| 5.8. | Diagrama de distintas medidas implementadas según cantidad de proveedores adjudicados | 61 |
| A.1. | Transacciones <i>versus</i> coeficiente de variación de “Verdura Fresca” | 67 |
| C.1. | Proveedores con mayores transacciones | 70 |
| C.2. | Participación de compradores CM de Alimentos | 71 |
| C.3. | Promedios mensuales por año de compradores que más transan (en millones) | 72 |
| C.4. | Categorías más transadas (en miles de millones) | 73 |
| D.1. | Asignación puntaje criterio precio alimentos perecibles Convenio Marco Alimentos 2014 | 74 |
| D.2. | Asignación puntaje final ponderado alimentos perecibles Convenio Marco Alimentos 2014 | 75 |
| D.3. | Asignación puntaje criterio precio alimentos no perecibles Convenio Marco Alimentos 2014 | 75 |
| D.4. | Asignación puntaje final ponderado alimentos no perecibles Convenio Marco Alimentos 2014 | 76 |
| E.1. | Precio mínimo 10 % del precio promedio | 77 |
| E.2. | Precio mínimo 20 % del precio promedio | 78 |
| E.3. | Precio mínimo 30 % del precio promedio | 78 |
| E.4. | Precio mínimo 40 % del precio promedio | 78 |
| E.5. | Precio mínimo 50 % del precio promedio | 79 |
| E.6. | Precio mínimo 60 % del precio promedio | 79 |
| E.7. | Precio mínimo 70 % del precio promedio | 79 |
| E.8. | Histograma diferencia entre precio mínimo y precio promedio | 80 |

Capítulo 1

Introducción

El proceso de adquisición de bienes y servicios por parte del estado, es un proceso complejo en el cual se deben asegurar una serie de factores con tal de resguardar transparencia, eficiencia y eficacia [7]. La Dirección de Compras y Contrataciones Públicas (DCCP) o Dirección Chilecompra, es la institución descentralizada del estado dependiente del Ministerio de Hacienda quien administra el sistema de compras públicas de Chile, siendo el intermediario entre las agencias del estado y las empresas proveedoras.

Según las cifras de cierre del año 2016, los montos transados en dicho año sufrieron un aumento de 4,4 % nominal moviendo así US\$10.000 millones de dólares en un año, que corresponden a un 4,16 % del producto interno bruto del país en 2015. Contando con 123.000 proveedores inscritos, en 2016 se emitieron 2.326.000 ordenes de compra, hubo 300.000 licitaciones en el año, 150.000 usuarios activos y 17 millones de adjuntos. Todas las cifras anteriores reflejan que las compras públicas es un mercado activo y creciente, donde el sector privado se reúne con las necesidades de los organismos públicos. También muestra que pequeñas mejorías ya sea en ahorro o eficiencia tendrían un impacto significativo para el país.

Los US\$10.000 millones significan un 16,6 % del total del presupuesto de la nación del año 2016, los cuales son transados por medio de 3 modalidades según lo estipuló la ley 19.886 de compras públicas en el año 2003, estas son: (1) licitación pública , (2) trato directo y (3) convenios marco.

La licitación pública es un mecanismo de adquisición obligatorio para compras del estado que superen las 10.000 UTM (\$467.400.000 pesos chilenos). Esta se basa en un concurso público el cual busca asegurar la combinación más ventajosa en la adquisición de un bien o servicio en sus costos presentes y futuros. Para eso, en cada licitación se deben diseñar sus bases respectivas, documento en el cual se fijarán las reglas y requerimientos las que regularan las ofertas de los proveedores.

El trato directo es un mecanismo excepcional para compras menores a las 100 UTM (\$4.674.000 pesos chilenos). En este las entidades públicas deben presentar una resolución fundada para explicar la necesidad de hacer una adquisición a un proveedor definido justificando así su necesidad.

El **Convenio Marco** (CM) es un mecanismo de compras públicas donde sus principales objetivos son: (1) ofrecer a los compradores del Estado productos y servicios en condiciones técnicas óptimas y (2) reducir los costos y riesgos administrativos en la adquisición de bienes y servicios. Luego de una licitación, los productos o servicios quedan adscritos en un catálogo multi-proveedor con precios aprobados para las entidades compradoras .

Estos catálogos multi-proveedor son administrados por la DCCP por medio de la plataforma de licitaciones del estado www.mercadopublico.cl, plataforma utilizada por más 850 agencias públicas que hacen autónomamente sus compras y contrataciones a más de 125 mil empresas proveedoras de bienes y servicios. Mercado Público también alberga el catálogo electrónico correspondiente a los productos ofrecidos por medio de la modalidad de Convenio Marco.

En el año 2016 US\$2.700 millones fueron transados por medio de 34 convenios marco en 108.000 productos o servicios diferentes, lo cual representa más de un 26 % de las compras efectuadas por medio de la DCCP.

La responsabilidad del diseño de estos convenios dentro de la DCCP recae en la División de Convenio Marco. Esta división tiene como fin gestionar los procesos licitatorios para cada CM, como también su gestión administrativa y comercial durante la operación. Otra de sus atribuciones es la responsabilidad de velar por las buenas prácticas en las compras públicas a organismos externos. La división de convenios marco esta conformada por 25 personas y diseñan en paralelo anualmente un promedio de 12 convenios marco¹ siendo un área relativamente pequeña dentro de la institución.

El diseño de los procesos licitatorios para Convenios Marco es un proceso complejo [18], en el cual se definen las reglas que regirán la competencia tanto por la entrada al mercado en el momento de la adjudicación de los proveedores, como también la competencia dentro del mercado al momento de la operación.

En el presente trabajo, se estudia particularmente el Convenio Marco de Alimentos Perecibles y No Perecibles (ID 2239-23-LP13) en funcionamiento desde 2014 y el cual será sustituido por un nuevo CM de alimentos a licitar en el segundo semestre de 2017. Por lo tanto, se cuenta con la oportunidad de evaluar la adjudicación y operatoria del CM de alimentos actual para plantear modificaciones en el nuevo CM.

El Convenio Marco de Alimentos actualmente vigente, fue publicado en Febrero de 2014 y adjudicado en Agosto de 2014, por lo que se cuenta con 3 años de información de transacciones. Este es uno de los convenios más relevantes con 256 proveedores habilitados en la actualidad, donde hasta Marzo de 2017 se han transado alrededor de US\$250 millones por parte de 272 unidades de compra a 1.184 proveedores.

La división de Convenios Marco de la DCCP considera que este convenio cuenta con una serie de oportunidades de mejora derivadas del diseño deficiente de las bases de licitación en 2014. Dichas bases indujeron una baja competencia por entrar al mercado en el momento de la selección de proveedores para el convenio, como también poca competencia entre los proveedores adjudicados al momento de transar dentro del CM. Evidencia de estos efectos se

¹Fuente: Dirección Chile Compra.

pueden encontrar en el trabajo de Saban y Weintraub 2015 [20].

En un trabajo en conjunto con la DCCP se diseñó una nueva estrategia de licitación para Convenios Marco por medio de literatura académica y herramientas econométricas, con el fin de lograr mayor eficiencia en el diseño de las bases.

El CM de Alimentos Perecibles y No Perecibles ha demostrado en su operación ser una herramienta útil para las agencia públicas, el cual desde Agosto 2014 a Marzo 2017 ha mantenido un aumento de las transacciones sostenido. Esto muestra que el CM de alimentos es un canal útil para las instituciones del estado por lo que es importante que aseguro buenos precios y condiciones de servicio.

Sin embargo, a través de un análisis más detallado de los datos del mercado público ,se detectaron una serie problemas que podrían estar afectando la eficiencia de este canal de compra, constituyendo así una oportunidad para rediseñar la plataforma de Convenios Marco.

El objetivo de este trabajo fue el desarrollo de una metodología para diseñar procesos licitatorios que permita aumentar la eficiencia del Convenios Marco de alimentos, la cual sea replicable para CM de distinta índole.

En primer lugar se revisaron las bases de licitación y operación del convenio marco de alimentos 2014 para encontrar oportunidades de mejora, según la teoría económica y el análisis empírico. Los objetivos fueron (1) reducir los precios de los productos en el CM, (2) bajar los costos de operación que este tiene y (3) mejorar la experiencia de compra que este canal de compra ofrece.

Para lograr lo anterior, se plantearon una serie de propuestas que apuntan a mejorar dichos aspectos las cuales se pueden resumir en tres grupos: (1) un nuevo árbol de catalogación con el detalle requerido según las características de la industria y las necesidades del convenio, (2) un nuevo método de adjudicación el cual discrimina en diferentes dimensiones como la homogeneidad del producto, la cobertura de los proveedores y las oportunidades de ahorro, por último (3) una actualización de precios según inflación y estacionalidad la cual reduzca los costos por incertidumbre de los proveedores.

Se concluyó con la implementación de estas mediadas en las bases de licitación del CM de Alimentos a publicar en el año 2017 las cuales se encuentran disponibles en el apéndice K de los anexos.

Como trabajo futuro se espera la evaluación de los resultados tanto en la licitación como en la operación de este nuevo Convenio Marco con el fin de crear un documento que contenga una metodología de desarrollo de convenios según los aprendizajes obtenidos.

Para lo anterior, estas bases cuentan con una serie de medidas a nivel de experimento, la cual considera productos en grupos de control y tratamiento con el fin de evaluar la efectividad de cada una de las propuestas.

Capítulo 2

Descripción de mecanismos de compras publicas

En este capítulo se presenta una descripción de los diferentes mecanismos de adquisición para las compras públicas chilenas, definiciones relevantes, para concluir con un análisis de experiencias internacionales y el contraste de estas con la situación chilena.

Con la promulgación de la ley N°19.886, comenzó a operar formalmente la Dirección de Compras y Contrataciones Públicas (DCCP), también conocida como Dirección ChileCompra, institución que administra el sistema de compras públicas de Chile. Siendo un servicio público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, parte de sus responsabilidades es el diseño y operatoria de los CM.

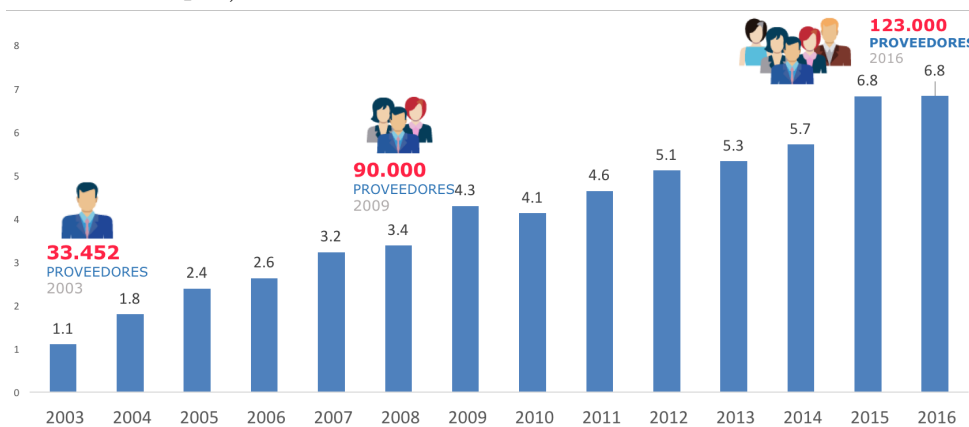
En sus 14 años de operación, ChileCompra ha tenido un crecimiento sostenido llegando a transar en 2016 6,8 millones de millones de pesos como muestra la figura 2.1, lo que es equivalente a US\$10.000, con 123.000 proveedores inscritos. Según las cifras de cierre de año de la DCCP, en 2016 se emitieron 2.326.000 órdenes de compra, se realizaron 300.000 licitaciones y se cursaron 2 millones de ofertas en línea. Existen 150.000 usuarios activos, de los cuales 6.000 operan simultáneamente. Todas las cifras mencionadas muestran que las compras públicas (cursadas por la DCCP) son un mercado activo, creciente y con altos volúmenes de compras, donde oportunidades de ahorro y eficiencia tiene un alto impacto para el Estado.

2.1. Mercado Público

Es una plataforma web (www.mercadopublico.cl) en la cual los 850 organismos públicos de Chile acuden para realizar sus procesos de compra a proveedores que entregan tanto productos como servicios. Es un espacio regido por la oferta y demanda, con reglas y herramientas comunes, el cual está administrado por la Dirección ChileCompra.

Dentro de sus funcionalidades se encuentra: consultas al mercado; elaboración y publica-

Figura 2.1: Evolución de Montos Transados (millones de millones de pesos 2016) (Fuente: Dirección Chile Compra)



ción de términos de referencias o bases de licitación; preguntas y aclaraciones; elaboración, gestión envío de ofertas, adjudicación; emisión y aceptación de ordenes de compra, suscripción a contratos; calificaciones y reclamos.

Esta plataforma alberga el catalogo (ChileCompra Express) conformado por los productos suscritos a los convenios marco, siendo el mercado electrónico más grande del país con 12 mil millones de dólares en montos transados al año, 150 mil usuarios activos y 100 mil productos [6].

2.2. Procesos de compra y contrataciones

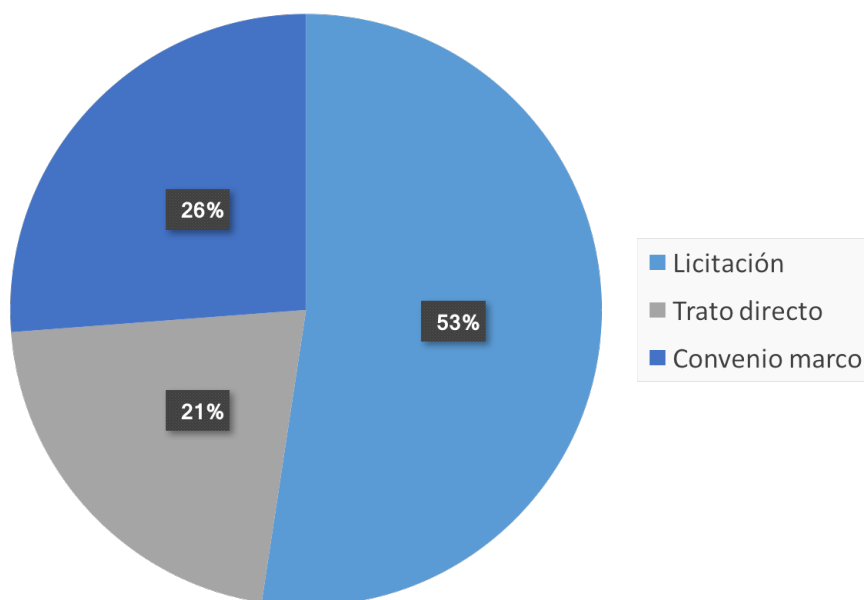
En la ley de compras públicas N° 19.886 existen principalmente tres mecanismos de adquisición de bienes o servicios los cuales son (1) Licitaciones, (2) Tratos Directos y (3) Convenios Marco. El mecanismo de Licitación es el que cuenta con mayor participación como muestra la figura 2.2. Cada uno de estos debe ser utilizado según las necesidades y montos de la compra.

2.2.1. Licitaciones

La licitación pública es el proceso de compra en el cual mediante una serie de pasos se selecciona al proveedor que entrega las condiciones más ventajosas para la adquisición. Este mecanismo se utiliza para compras en las cuales no exista Convenio Marco o si supera las 1.000 UTM (46 millones de pesos). Para efectuar una licitación se deben realizar una serie de pasos por parte del ente comprador o por la DCCP mandatada por este último, los pasos a seguir son:

1. **Diseño de bases de licitación:** documento que contiene los requisitos, especificaciones, etapas y plazos, y por último las reglas de pago que regirán la selección del proveedor. Toda base de licitación debe ser aprobada por parte de la Contraloría Ge-

Figura 2.2: Distribución compras por mecanismo de compra en www.mercadopublico.cl
(Fuente: Dirección Chile Compra)



neral de la República de Chile.

2. **Llamado:** Tiempo que transcurre entre la publicación oficial de las bases de licitación y la apertura de ofertas, donde se reciben las propuestas de los proveedores y es posible realizar aclaraciones respecto a las bases. En el caso de ser una licitación igual o superior a 1.000 UTM este plazo no puede ser menor a 20 días.
3. **Apertura y evaluación de las ofertas:** Etapa en que se revisan todas las condiciones técnicas y económicas correspondientes para realizar la evaluación que definirá al adjudicado.
4. **Adjudicación de la oferta y notificación:** Aprobación de la oferta más ventajosa según los criterios de evaluación estipulados en las bases y el reglamento de compras públicas.

Este proceso de compra resulta adecuado en el caso que se trate de un monto alto donde se ha consolidado demanda de forma significativa, como también si el bien o servicio a licitar es homogéneo entre proveedores, es decir, las ofertas son fáciles de comparar. Por otro lado, en compras de bajo monto o donde el producto o servicio es complejo de comparar entre proveedores, una licitación no resulta eficiente por los plazos que toma y la complejidad del mecanismo.

2.2.2. Trato directo

Trato directo es un proceso de adquisición definido como excepcional en la ley de compras, donde el comprador puede seleccionar a un proveedor específico previo a un documento que justifique la necesidad.

En particular, trato directo es utilizable en circunstancias como licitaciones donde no se presentaron interesados, reemplazo de contratos terminados anticipadamente con montos menores a 1.000 UTM, situaciones de emergencia, la única existencia de un proveedor, para proveedores extranjeros, servicios confidenciales y para eventos donde esta modalidad sea indispensable.

En caso de contrataciones menores a 100 UTM (4,6 millones de pesos) solo es necesario presentar el monto para la aprobación de la compra y tras ingresar las cotizaciones se debe especificar el fundamento de la compra.

Se consideran casos excluidos de fundamentar la compra aquellas menores a 3 UTM (\$138.000), compras iguales o inferiores a 100 UTM destinadas a operaciones menores (caja chica) y por último contrataciones que se financien con gastos de representación (definidas en la Ley de Presupuestos).

2.2.3. Convenios Marco

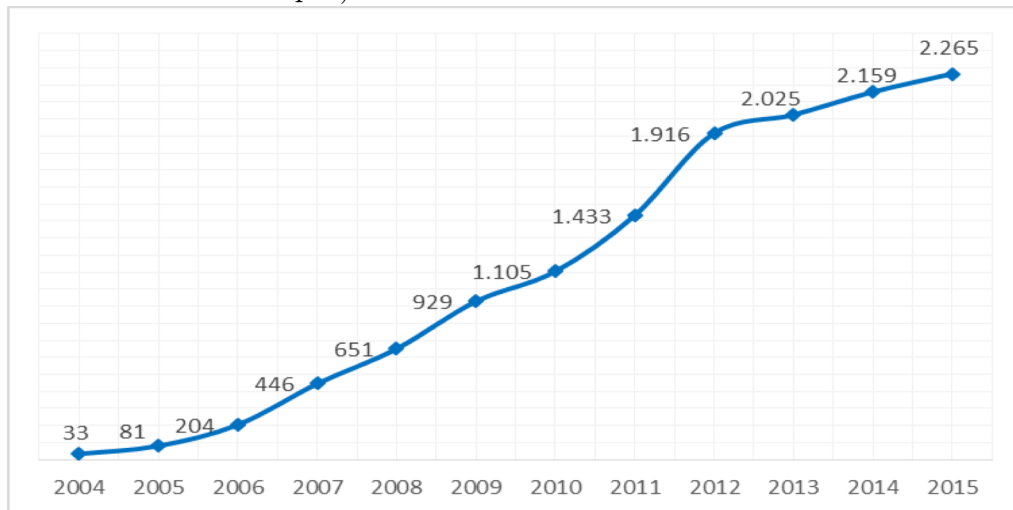
Los Convenios Marcos (CM) corresponden a una modalidad de compra el cual funciona como acuerdo entre uno o más operadores económicos (proveedores) para suministrar ya sea bienes o servicios.

En esta modalidad se acuerdan términos que regularan el trato entre una o más proveedores con entidades compradoras por un periodo de tiempo. En particular se definen precios máximos, características del bien o servicio y en cierta medida estándares de calidad [18]. A diferencia de la licitación estas medidas son acordadas sin una compra efectiva por parte del Estado, sino que se licita el derecho a vender dentro de este canal, para que en el futuro las instituciones estatales seleccionen al proveedor que más se acomoda a sus necesidades.

Actualmente los convenios marco constituyen la primera opción de compra para los organismos públicos, teniendo un rápido crecimiento en sus montos transados como muestra la figura 2.3.

Dentro de la DCCP, son gestionados por la división de convenios marco a cargo de Dora Ruiz y un equipo de 25 integrantes, divididos en dos áreas: (1) Depto Estrategias y Licitaciones de CM y (2) Depto. Gestión Comercial. Los primeros tienen como objetivo el diseño y licitación de los CM, mientras que el segundo tiene a cargo la operatoria de estos.

Figura 2.3: Montos transados a través de la plataforma ChileCompra Express (en MMUS\$)
(Fuente: Dirección Chile Compra)



2.2.4. Competencia por entrar al mercado y dentro del mercado

En la modalidad Convenio Marco, existen dos niveles de competencia a considerar: por el mercado (ex-ante) y dentro del mercado (ex-post).

La competencia **por** el mercado ocurre al momento de la licitación, donde se busca que los proveedores realicen sus mejores ofertas para así formar parte del catálogo de productos. Las ofertas constan principalmente de precio por ítem más una serie de requerimientos técnicos.

Ya adjudicado los proveedores correspondientes, la competencia **dentro** del mercado es aquella que ocurre según la oferta y demanda de los distintos compradores públicos. Dicha competencia debería principalmente regular la calidad de servicio otorgada por las empresas proveedoras pero tener un efecto bajo en el precio [18].

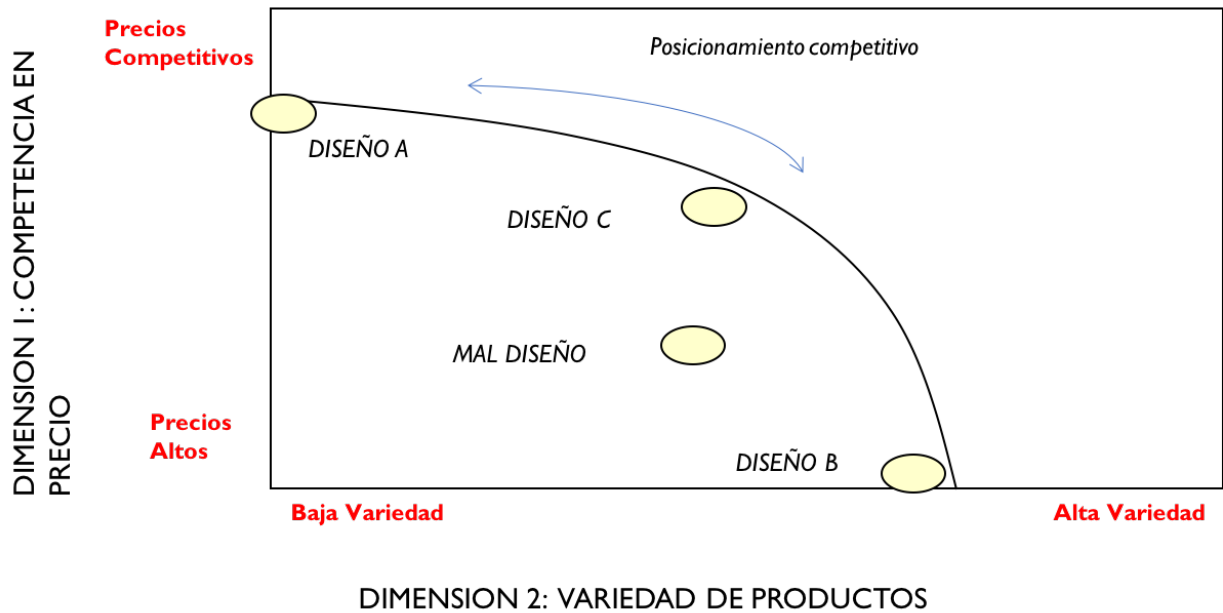
2.2.5. Definiciones para el diseño de un convenio marco

Eficiencia

Para definir la eficiencia en el diseño estratégico de un convenio marco, se requiere evaluar tres puntos:

1. Identificar las dimensiones relevantes que definen la estrategia.
2. Entender los *trade-off* entre estas dimensiones.
3. Escoger (deliberadamente) como resolver este *trade-off*: favorecer algunas dimensiones en desmedro de otras.

Figura 2.4: Diagrama de frontera eficiente para el diseño de estrategias



Como muestra la figura 2.4, la frontera eficiente se puede definir como aquella sección donde no se puede mejorar una dimensión en desmedro de otra, por lo que uno se encuentra en una posición competitiva.

Para un Convenio Marco se distinguen tres dimensiones claras al momento de su diseño: (1) precio, ofertado por el proveedor, (2) variedad, en los productos a licitar y (3) inclusión, teniendo proveedores de distintos tamaños y regiones.

Selección de modalidad de adquisición

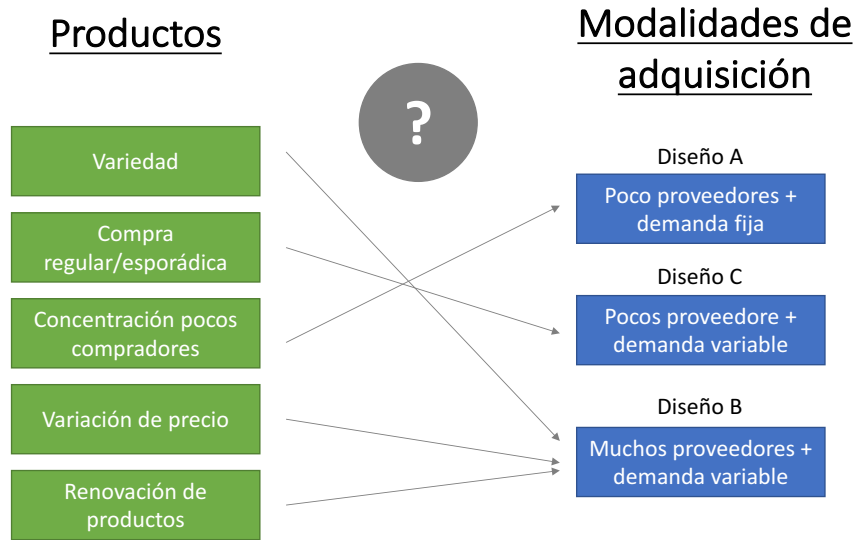
Habiendo definido el concepto de eficiencia, para el diseño de un nuevo convenio marco de alimentos eficiente es necesario diferenciar cada producto licitado en una serie de dimensiones para así generar propuestas diferenciadas que se ajusten mejor a cada caso.

Como muestra la figura 2.5, es necesario segmentar los productos según una serie de atributos tales como: variedad, frecuencia de compra, concentración, variación de precios y renovación de productos con tal de definir la posición en la frontera eficiente la figura 2.4.

2.3. Experiencias internacionales de compras estatales

Con el fin de comprender otros mecanismos que se puedan aplicar a un convenio como el analizado en este documento, se estudiaron los casos de 3 países (Italia, EE.UU y Finlandia) con el objetivo de aprender distintas herramientas que se puedan aplicar en Chile y específicamente a un nuevo Convenio Marco de alimentos.

Figura 2.5: Diagrama de selección de modalidad según características del producto



2.3.1. Italia - CONSIP

CONSIP es una empresa pública a cargo del Ministerio de Economía y Finanzas Italiano, quien es su único accionista. Es la entidad de adquisiciones de Italia, quien tiene como misión asegurar la mayor eficiencia y transparencia en el uso de los recursos públicos, entregando a las agencias públicas herramientas y habilidades para una mejor gestión de sus adquisiciones [5].

En cuanto a convenios marco, CONCIP cuenta con 4 modalidades de compra [19] :

1. **Framework Contracts:** Convenios Marco de un solo proveedor adjudicado caracterizado en compras de montos altos con productos y servicios estandarizados. Se logra consolidar la demanda dado la homogeneidad de los consumidores.

Este mecanismo produce una alta competencia **por** el mercado y nula competencia dentro del mercado.

Los contra de este mecanismo son: baja flexibilidad para el comprador, barreras de entradas para las PYME, posibilidad de “secuestro” del Estado y posibles distorsiones a la industria por beneficiar a un solo proveedor.

2. **Framework Agreement:** Modalidad de compra similar a la anterior con mayor cantidad de proveedores adjudicados y de productos. Tiene el beneficio de tener un mayor grado de flexibilidad e incorporar productos más difíciles de estandarizar.

Este mecanismo produce alta competencia por el mercado y moderada competencia dentro del mercado.

3. **Dynamic Purchasing System:** Mecanismo utilizado para compras comunes que necesitan flexibilidad. En este entran todos los proveedores que cumplan ciertos criterios

de selección y que haya presentado el procedimiento de admisión estarán dentro.

La competencia **por** el mercado es nula, mientras que la competencia **dentro** del mercado es fuerte.

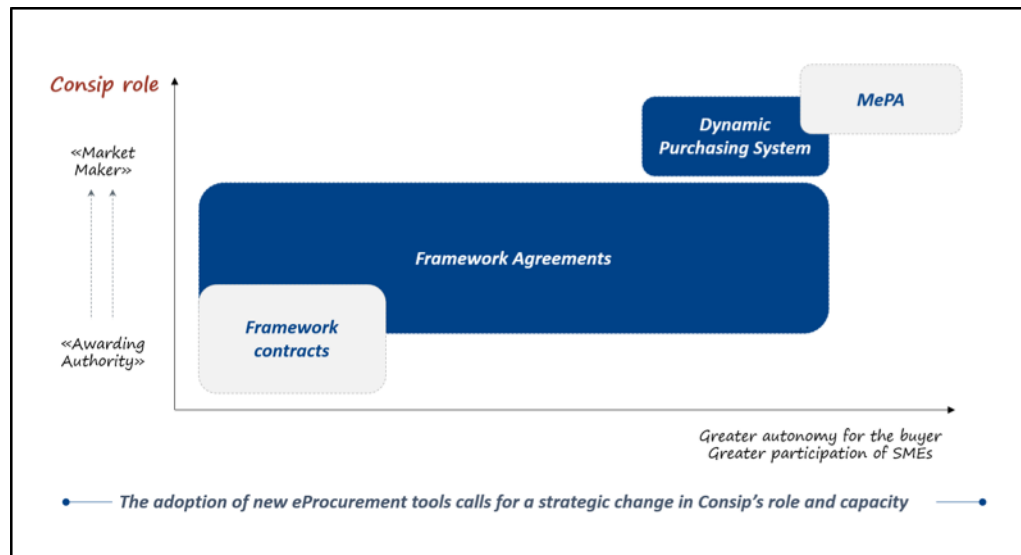
4. **Electronic Marketplace for Public Administration (MEPA):** Mercado de libre entrada para que proveedores publiquen todos sus productos, mientras sigan un formato designado y reglas relativas a cada categoría.

Diseñado para compras de bajo valor y de gran flexibilidad.

La competencia por el mercado es nula, mientras que existe una fuerte competencia dentro del mercado.

La imagen XX muestra un resumen de lo antes mencionado ordenándolas según flexibilidad y poder de mercado por parte de CONSIP.

Figura 2.6: Diagrama gráfico diferentes modalidades de compra por parte de CONCIP Fuente: [19]



La variedad de herramientas con las que cuenta CONSIP buscan cubrir las necesidades de los diferentes actores que deben ocupar sus servicios para hacer sus adquisiciones.

2.3.2. Estados Unidos - GSA

GSA es una oficina del Estado de dependiente de la Oficina de Gestión y presupuesto de la Casa Blanca. Con más de 1 millón de empleados públicos, se preocupa de la preservación de más de 480 edificios históricos y facilita al gobierno federal la compra de productos y servicios de alta calidad y bajo costo a proveedores comerciales [10].

Las entidades que utilizan la GSA para realizar sus compras tienen el deber de fijar los incentivos en las dimensiones relevantes para que los proveedores respondan a ella, es decir, GSA provee los canales y condiciones adecuadas. Dicho esto, uno de los mecanismos disponibles es Multiple Award Schedules (MAS).

Multiple Award Schedules (MAS): Catálogo abierto a todos los proveedores con capacidades financieras suficientes para proveer al Estado y que también tengan un desempeño histórico supervisado por GSA [19].

El método de adjudicación es según mejor precio, por lo que las funciones de la GSA son:

- Evaluar propuestas comerciales de los contratistas
- Generar estudios de mercado, prácticas comerciales y auditorías
- Negociar descuentos y términos específicos del contrato y condiciones
- Adjudicar y administrar el contrato definido.

Otra modalidad de compra es **Blanket Purchase Agreement (BPA)**, que se basa en un método colaborativo para que compradores puedan negociar con proveedores presentes en el MAS para hacer compras coordinadas y aumentar su poder de negociación [19].

2.3.3. Finlandia - Hansel

Hansel es el organismo de compras del gobierno Fines, funciona como una empresa privada sin fines de lucro al auspicio del Ministerio de Finanzas de Finlandia. Es el encargado de organizar licitaciones competitivas y mantenimiento de los convenios marco de productos y servicios para las unidades de compra gubernamentales [13].

Existen tres modelos de convenios marco dentro de Hansel [12]:

- **Framework contract:** Equivalente al caso Consip
- **Ranking indicativo:** Se construye según el perfil del comprador, seleccionando los proveedores según las necesidades concretas que fueron previamente establecidas.
- **Licitación coordinada:** Licitaciones internas relativas a todos los proveedores pertenecientes al convenio marco. Los compradores realizan una solicitud en conjunto definiendo los criterios necesarios, donde luego es seleccionado el proveedor que mejor

los cumpla.

Hasta finales de 2015 contaba con 78 CM activos donde se transan US\$750 millones anuales aproximadamente.

Tabla 2.1: Llamados de licitación de Convenios Marco por año

| Año | Nº de CM licitados |
|------|--------------------|
| 2015 | 22 |
| 2014 | 19 |
| 2013 | 20 |
| 2012 | 16 |

La tabla 2.1 muestra el número de licitaciones de convenios marco realizadas por año, estas pueden ser nuevas o renovaciones de las existentes.

2.4. Contraste experiencias internacionales y caso Chileno

En relación a lo expuesto en Concip, cabe destacar la diversidad de modalidades de adquisición las cuales varían para adecuarse a los montos de compra y la capacidad de estandarizar el producto/servicio con tal de alcanzar el mayor ahorro.

Este también permite acomodarse de mejor manera a las necesidades de los compradores, como también a las capacidades de los proveedores, ya que discrimina según el tamaño de la compra a realizar.

Al momento de comparar, los convenios marco de Chile Compra se asemejan más a el MEPA de Consip. Esto se deba a que la amplitud en la oferta del catálogo de Chile Compra y la cantidad de proveedores habilitados a proveer un mismo producto reduce la competencia en precio potenciando la variedad.

En cuanto al caso de EE.UU se aprecia una entidad difícil de comparar con Chile Compra por su carácter federal y el tamaño de esta. Se destaca en el mecanismo de operación de GSA la creación de estudios de mercado previo a la licitación de contratos, con el fin de comprender y fijar reglas adecuadas para este.

Por último, para el caso Finés resaltan tres puntos: (1) El carácter de empresa privada que provee servicios al estado de creación y gestión de compras públicas, (2) la creación de opciones de adquisiciones enfocadas en el comprador y producto y (3) la capacidad de generación y llamados a licitar convenios marco en un año habiendo llamado a 22 nuevos convenios en un año en 2015, cifra muy superior a la Chilena quien en 2016 hizo llamado a 4 convenios ¹ (siendo una cifra promedio anual).

La figura 2.7 presenta una comparación de diferentes modalidades de compra estudiadas, ordenadas según la flexibilidad de condiciones y la necesidad de crear una catalogación más específica. En el caso de las licitaciones, donde se cuenta con una cantidad fija de un bien a licitar, existe un precio fijo y un único proveedor adjudicado no es necesario crear una catalogación muy específica ya que la cantidad de productos diferentes es baja y se acuerda el precio una única vez. Por otro lado, la modalidad de mercado electrónico (aplicada por Concip), donde la entrada es liberada, las demanda y los precios son variables, se requiere un catálogo estructurado y detallado el cual permita ordenar una gran cantidad de productos.

En los convenios marco, donde la demanda es variable pero los precios son fijos coexisten productos los cuales tienen muchos y pocos proveedores, por lo cual, si se requiere una catalogación más detallada.

Tras la evaluación del convenio marco de alimentos 2014 en el capítulo 4.4, se estima que este convenio se encuentra en un punto intermedio entre un convenio marco y un mercado electrónico. Esto se debe a las bajas barreras entrada para entrar al convenio, por lo que existe una gran cantidad de proveedores ofertando sin aprovechar el poder de compra del

¹Cifra entregada por la Dirección de Convenios Marco

Capítulo 3

Descripción de Caso de Estudio: Convenio Marco de Alimentos

El presente trabajo de tesis utiliza como caso de estudio el Convenio Marco de Alimentos. Este convenio fue licitado en marzo de 2014 y opera desde agosto del mismo año. Luego de casi 3 años de operación la DCCP busca reemplazar el presente convenio con uno nuevo a licitar el segundo semestre de 2017. Por lo tanto, se cuenta con la oportunidad para estudiar el CM actual para realizar cambios en la futura licitación, teniendo un enfoque experimental en las medidas a proponer.

En este capítulo se presentan los puntos relevantes de las bases de licitación del CM de Alimentos vigente y también se exponen métricas construidas a partir de los resultados de adjudicación y transacciones, todo esto con el fin de evaluar la situación actual.

3.1. Descripción de Bases Convenio Marco de Alimentos Percibles y No Percibles 2014

En el año 2014 la Dirección ChileCompra llamó a licitación para un convenio de alimentos clasificado en percibles y no percibles, identificadas con el código 2239-23-LP13¹.

En esta sección se presenta una descripción de los puntos relevantes de dichas bases de licitación para presentar el contexto de trabajo.

¹Bases completas disponibles en <http://www.mercadopublico.cl/Procurement/Modules/RFB/DetailsAcquisition.aspx?idLicitacion=2239-23-LP13>

3.1.1. Método de adjudicación

En estas bases se especifica que para cada producto se adjudica todos los proveedores quienes cumplan un puntaje mínimo de 70 puntos. Para esto, se construye un puntaje ponderado que considera una serie de factores que indica la tabla 3.1 y se construye como la ecuación 3.1.

Asimismo, aquellos oferentes que en el resultado de la evaluación hubiesen conseguido, al menos, el 80 % de los ítemes ofertados, se le adjudicó la totalidad de la paleta de productos ofertados por cada categoría.

Tabla 3.1: Criterios de evaluación

| Criterio | Ponderación |
|---|-------------|
| Precio (P) | 60 % |
| Porcentaje de recargo por entregar de productos en regiones distintas al origen (F) | 15 % |
| Descuentos por montos de orden de compra (D) | 20 % |
| Desarrollo sostenible (S) | 3 % |
| Cumplimiento de los requisitos formales de presentación de la oferta (R) | 2 % |

$$PUNTAJE = (P \times 0,6) + (F \times 0,15) + (D \times 0,2) + (S \times 0,03) + (R \times 0,02). \quad (3.1)$$

Se especifica que para la categoría de **Alimentos Perecibles** se evaluará el ítem precio de manera regional, tomando en cuenta la región de origen del proveedor, mientras que los demás serán evaluados de manera nacional. Para los **Alimentos No Perecibles** la evaluación será nacional.

3.1.2. Puntaje por precio

La asignación del puntaje por precio se hace por medio de la comparación de los precios ofertados por todos los proveedores en cada producto particular. Como muestra la ecuación 3.2, para cada producto se hace una relación inversamente proporcional entre el precio ofertado con el menor precio ofertado por dicho producto.

Ahora bien el conjunto de precios a comparar difiere entre alimentos perecibles y no perecibles. Para la categoría de Alimentos Perecibles, la evaluación de este criterio, se considera el precio por ítem similar ofertado, es decir ítemes o productos con igual modelo y medida, sin diferenciar por marca (Ej: Tomate Larga Vida 1 Kg). En cuanto a los Alimentos No Perecibles su evaluación será por ítem idéntico ofertado, es decir ítemes o productos con igual Marca, Modelo y Formato de venta (Ej: Espagueti Carozzi N° 5 250gr).

Con el fin de eliminar precios que se consideren “errores evidentes” se construye un intervalo de confianza para determinar los límites entre los cuales fluctua el precio en cada producto. Este se realiza de la siguiente forma:

$$IC = [P - 1 \times S, P + 1 \times S]$$

Donde P corresponde al promedio de los precios ofertados y S a la desviación estándar. Precios superiores al límite superior son desestimados, mientras aquellos que estén por debajo del límite inferior se les asigna directamente 100 puntos, siendo marginados de la comparación de precios en la fórmula 3.2.

$$\text{Precio Puntaje} = \frac{\text{Precio Mínimo Producto}}{\text{Precio Producto Ofertado}} \times 100 \quad (3.2)$$

En las bases se define como “Producto Nuevo” todos aquellos que no se encuentran en el listado de productos a ofertar, donde se impone un límite de 60 productos nuevos por proveedor. Para la evaluación se realiza una homologación con productos que si se encuentran en el listado, donde en caso de no existir una comparación pertinente se les entrega 95 puntos.

3.1.3. Puntaje por porcentaje de recargo de entrega

El puntaje por porcentaje de recargo de entrega busca comprar a aquellos proveedores que entreguen mejores condiciones en la entrega de los productos. Este ítem es un criterio por proveedor y no por producto, es decir, el proveedor declara sus recargos de entrega por región independiente del producto a entregar.

Los proveedores se ven incapacitados de cobrar recargo de entrega a despachos dentro de su región de origen declarada. Para los casos en que exista un recargo por despacho a otras regiones, se asigna un puntaje calculado según la siguiente fórmula:

$$P1 = \frac{\text{Porcentaje de Recargo Mínimo Ofertado en Región de Despacho}}{\text{Porcentaje de Regargo Ofertado por Oferente en Región de Despacho}} \times 100$$

Como segunda etapa ($P1$) es multiplicado por un coeficiente definido para cada Región, definiendo así un puntaje ponderado por región ($P2$)

$$P2 = P1 \times \text{Coeficiente Regional}$$

Los coeficientes son definidos para cada región de la siguiente forma:

Luego la suma de los $P2$ por cada oferente, se dividió por la suma de coeficientes en los cuales participó. Finalmente el puntaje F es ingresado en la fórmula 3.1 de la siguiente forma:

$$\text{Puntaje F} = \frac{\text{Sumatoria Resultados Regionales}}{\text{Sumatoria de Coeficientes}} - 2$$

Tabla 3.2: Coeficientes por región para recargo por despacho

| Región | Coeficiente |
|--------|-------------|
| XV | 1 |
| I | 1 |
| II | 1 |
| III | 1 |
| IV | 1 |
| V | 4 |
| VI | 1 |
| VII | 1 |
| VIII | 2 |
| IX | 2 |
| X | 1 |
| XIV | 1 |
| XI | 1 |
| XII | 1 |
| RM | 10 |

Para aquellos proveedores que ofrecieran un recargo de 0% como promedio simple, obtienen automáticamente el puntaje máximo en este criterio y no son considerados en la fórmula.

3.1.4. Descuentos por montos en orden de compra

Con tal de promover la compra al por mayor de las instituciones estatales, se les propone a los proveedores entregar descuentos según el monto final de la orden de compra. Al igual que el puntaje por recargo de entrega, este puntaje es inherente al proveedor independiente del producto.

Para el cálculo de dicho puntaje, se sigue el siguiente procedimiento:

Se multiplica cada uno de los descuentos ofertados, por un ponderador asignado para cada tramo de descuento, conforme a lo indicado en la siguiente tabla:

Tabla 3.3: Descuentos por tramos

| Tramo (En \$) | | Ponderador |
|---------------|-----------|------------|
| 1 | 150.000 | 44 % |
| 150.001 | 500.000 | 28 % |
| 500.001 | 1.000.000 | 20 % |
| 1.000.001 | y más | 8 % |

Luego se procede a sumar los resultados de la ponderación obtenida, para cada uno de los oferentes. De los resultados calculados, se obtiene el puntaje para cada oferente donde se considera el descuento máximo obtenido y los otros valores en la siguiente fórmula:

$$Puntaje = 100 - \left[0,5 \times \frac{\text{Descto. Máximo} - \text{Descto. Oferente}}{\text{Descto. Máximo}} \times 100 \right]$$

Los descuentos ofertados para cada tramo deben ser progresivos y crecientes respecto al tramo anterior. De lo contrario, se asigna 0 puntos en el presente criterio, y para efectos de operaci3n del convenio, es considerado el mayor descuento ofrecido.

En caso que el oferente no informe descuentos para uno o más tramos, se le asigna 0 puntos en este criterio.

3.1.5. Puntajes por Desarrollo Sostenible y Requisitos formales

La asignaci3n de puntaje en estos dos criterios significa un 5% sobre la evaluaci3n total. En cuando al puntaje otorgado por Desarrollo Sostenible (3%) pide la entrega de una serie de documentos para verificar tanto normas ISO y compromisos medioambientales por una parte del oferente.

Por otra parte, el puntaje por Cumplimiento de requisitos formales de presentaci3n de la oferta (2%) es un criterio dicot3mico, donde se otorgan 100 puntos si se cumplen con las normas de formato solicitadas, cero de lo contrario.

3.1.6. Catalogaci3n

El listado de productos a ofertar F.1 se ordena seg3n una catalogaci3n. Esta se divide en dos grandes categorías ‘‘Alimentos perecibles’’ y ‘‘Alimentos no perecibles’’, que a su vez cuenta con dos subniveles: ‘‘subcategoría’’ y ‘‘tipo de producto’’, tal como muestra el ejemplo en la tabla 3.4. Cualquier producto que no entre en esta árbol de catalogaci3n, no es evaluado.

Tabla 3.4: Ejemplo de catalogaci3n de carnes en ‘Lista de productos a ofertar’

| Subcategoría | Tipo de Producto |
|--------------|------------------|
| Carnicería | Cerdo |
| Carnicería | Cerdo al vacío |
| Carnicería | Pavo |
| Carnicería | Pavo al vacío |
| Carnicería | Pollo |
| Carnicería | Pollo al vacío |
| Carnicería | Vacuno |
| Carnicería | Vacuno al vacío |

3.1.7. Ofertas especiales

Una vez adjudicados los proveedores y el Convenio Marco activo, se define una herramienta de *ofertas especiales*. Esta herramienta permite a los proveedores, cuando lo estimen conveniente, otorgar descuentos especiales para todas las entidades sobre los precios vigentes, independiente del monto de la compra que se trate. Dichos descuentos no pueden ser inferior a un 1% de su precio catalogado y se deberán mantener por un plazo mínimo de 3 días hábiles desde su publicación en el Catálogo.

3.1.8. Actualización de precios

Un vez adjudicado el Convenio Marco, los precios ofertados son fijos durante la vigencia de este. Ahora bien se tienen en consideración un reajuste el cual se realiza cada 3 meses donde se toma en cuenta una serie de factores y variables que conjugan una fórmula de reajuste como se presentan a continuación:

Factores de costo:

- Factor de costo atribuido al valor del dólar (FCUSD).
- Factor de costo atribuido al IPC por Producto Específico (FCIPCE).
- Factor de costo atribuido al ICT (FCICT).

Variables:

- Variación del valor del dólar (ΔUSD).
- Variación del IPC por Producto Específico ($\Delta IPCE$).
- Variación del ICT (ΔICT).

La formula consiste en una ponderación de los factores y variables mencionados de la siguiente forma:

$$PR = PA \cdot [1 + (FCUSD \cdot \Delta USD) + (FCIPCE \cdot \Delta IPCE) + (FCICT \cdot \Delta ICT)]$$

Donde:

| | |
|--------|--------------------|
| PR | Precio reajustado. |
| PA | Precio actual. |
| FCUSD | 10 % |
| FCIPCE | 75 % |
| FCICT | 15 % |

Para que el reajuste sea efectivo se tiene que tener la siguientes consideraciones:

1. Ser solicitado por el proveedor por medio del sistema electrónico
2. La solicitud puede ser aceptada o rechazada por parte de la DCCP, con un plazo de 10 días para apelar.
3. La información requerida para el reajuste se define según fuentes y organismos previamente establecidos.
4. En caso de una fuerte alza en algún producto, se evaluará caso a caso la periodicidad del reajuste.
5. Los reajuste no podrán ser acumulativos, sino solo consideran 3 meses atrás en el cambio de cuantía de las variables establecidas.

3.2. Operatoria Convenio Marco de Alimentos

3.2.1. Origen de los datos

El convenio marco de alimentos está activo y disponible para su uso desde Agosto de 2014 hasta el presente, por medio del catálogo electrónico Chilecompras Express.

Para evaluar la adjudicación y la competitividad de los datos fueron necesarias dos fuentes de información. Por un lado, se utilizó los (1) resultados de adjudicación del convenio marco “2239-23-LP13” correspondientes a alimentos perecibles y no perecibles, como también se utilizó el (2) registro de transacciones históricas recopilados en la base de datos de la plataforma www.mercadopublico.cl. A continuación se describirá las características de cada una de las fuentes de información.

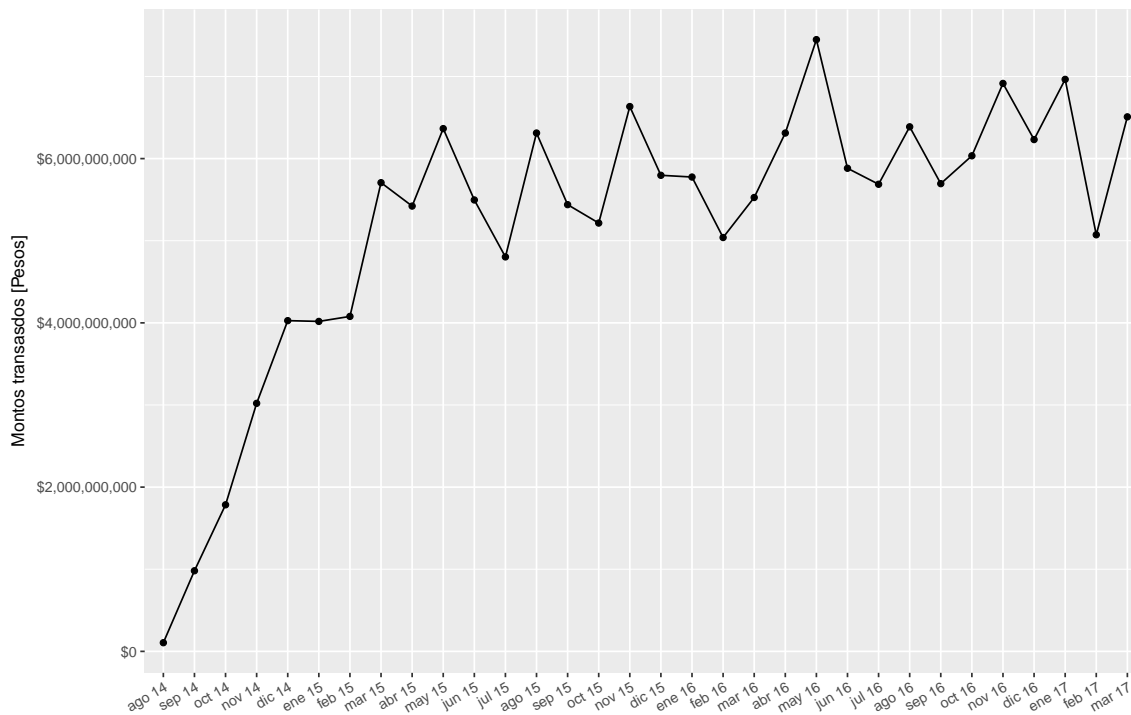
(1) Resultados de adjudicación del convenio marco “2239-23-LP13”: Los resultados de adjudicación constan de dos planillas *excel* separadas, donde la primera corresponde a la adjudicación de los alimentos perecibles con 17.628 ofertas de precio y la segunda respecta a los alimentos no perecibles con 22.714 ítemes a evaluar. Estas están organizadas según la agrupación para la comparación, donde luego se calcula el promedio, desviación estándar, límites superiores e inferiores tanto del precio, costos de envío y descuentos al por mayor. Finalmente incluyen el puntaje de cada ítem respectivo, la suma y la decisión de adjudicación de cada uno de estos.

(2) Registro de transacciones históricas: Esta base de datos cuenta con cerca de 1.500.000 observaciones y 46 variables relacionada a los productos comprados, proveedores, compradores, cantidades, montos y fechas entre otros la cual se encuentra descrita en un modelo entidad-relación adjunto en el anexo B. A continuación se presentan aspectos generales del convenio que permiten entender su funcionamiento y los actores claves de este, por medio del análisis de la base de datos transaccional.

3.2.2. Descripción de mercado

El convenio marco de alimentos transa en promedio \$3.700 millones de pesos mensualmente, sumando un total de \$160 mil millones en ventas a lo largo de su operación. En el desarrollo del convenio, se puede observar en el gráfico 3.1 una estabilidad en las compras realizadas por medio de este mecanismo, lo que sigue un uso constante de este por parte de los organismos estatales para abastecerse de alimentos.

Figura 3.1: Montos transados mensualmente convenio marco de alimentos



Cuenta con 272 proveedores donde un subconjunto de 50 concentra el 80% de las transacciones totales. De estas 50 empresas 28 entran en la categoría de pequeñas y medianas, mientras que las 22 restantes son consideradas como grandes empresas ².

Al revisar los proveedores con mayor participación dentro del convenio es posible agruparlos en dos categorías: distribuidores y proveedores directos. Las empresas en calidad de distribuidores son los que concentran alrededor de un 70% del mercado, donde destaca la empresa Dimerc S.A quien tiene un 5,7% del mercado. Independiente a lo anterior, al revisar las empresas que concentran el 60% del mercado se destacan proveedores directos como Agrosuper (8,3%) siendo el proveedor que más transa, Ariztía (3,8%), Carnes San Mateo (3,3%) y Cooperativa Agrícola y Lechera (Colun, 2,8%) (ver gráfico C.1 en anexos).

Las empresas distribuidoras suelen perfeccionarse en la operatoria del convenio, aprendiendo las necesidades de los organismos públicos, conociendo las reglas del convenio marco y aprendiendo a usar efectivamente la plataforma online de Chile Compra, por lo que su ven-

²Según la definición de contribuyentes entregada el Servicio de Impuestos Internos

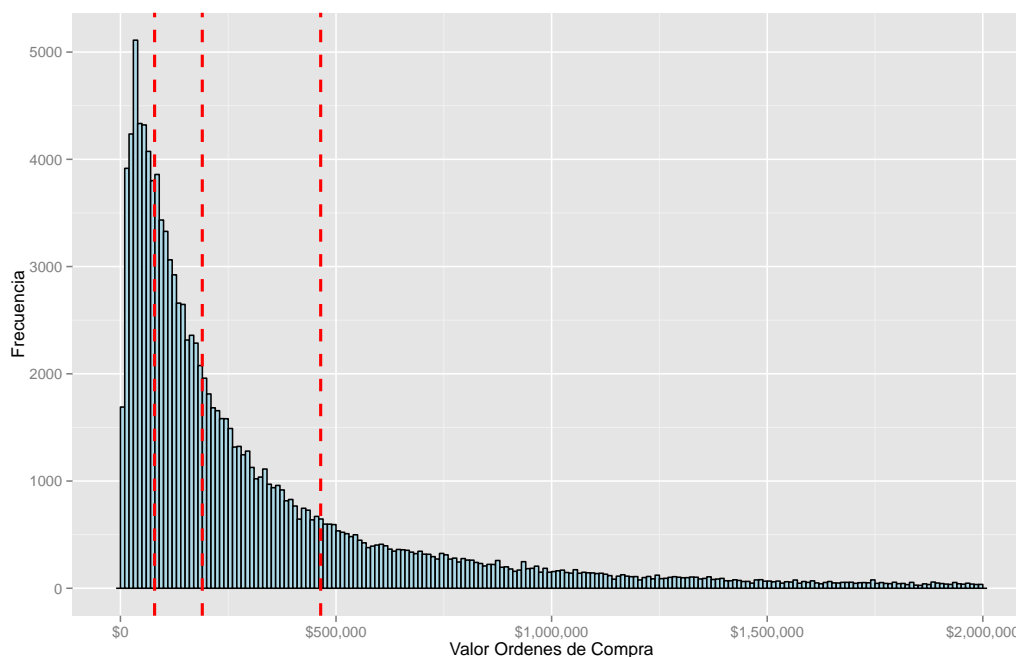
taja competitiva se basa en el aprendizaje. Por otra parte, las empresas que son proveedores directos, cuentan con mejores capacidades para ofrecer precios menores, por lo que su ventaja competitiva se relaciona a su capacidad de producción.

Los compradores del convenio que más transan son Gendarmería en sus distintas divisiones según región, donde la de Región Metropolitana (13,19 %) y Valparaíso (5,22 %) son las con mayores montos de compra. Organismos como la Armada (7,14 %) y el Ejército de Chile (4,53 %) son también entidades que tienen altos montos de compra dentro del convenio de alimentos actual.

Dentro de las 12 unidades de compra que más compran dentro del convenio marco, se puede apreciar que comparten dos atributos relevantes. En primer lugar son instituciones con un gran volumen de personas y segundo que realizan compras con alta periodicidad de tiempo, lo que se comprende por la complejidad relativa al almacenamiento y mantención en buen estado de los alimentos.

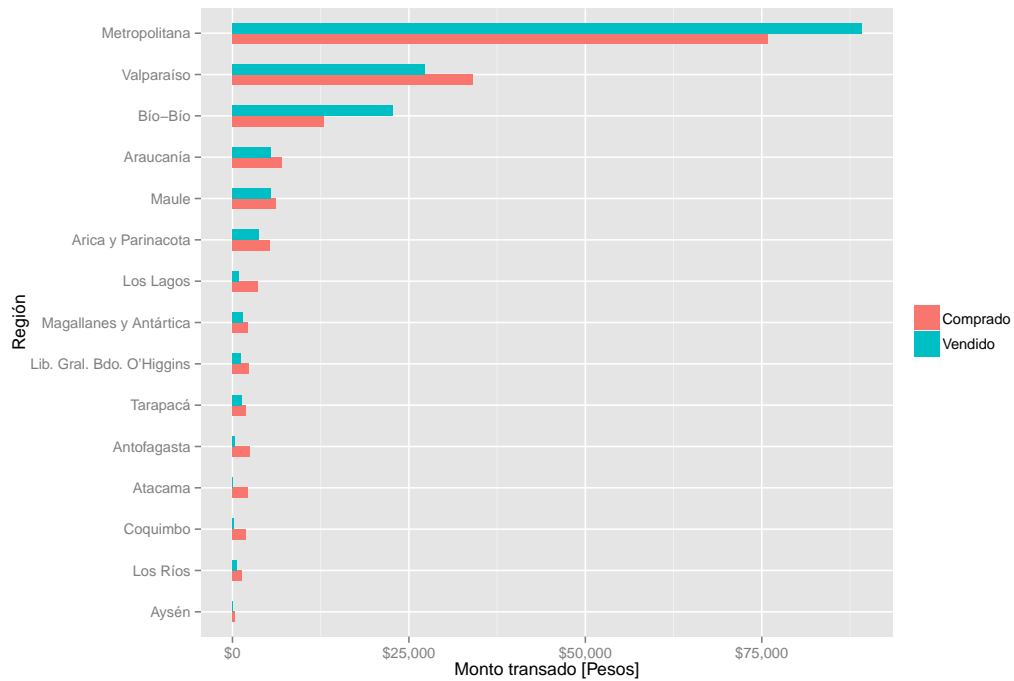
En promedio, las ordenes de compra del presente convenio son de \$584.508, donde el 75 % de estas no supera los \$465.000 como lo muestra el gráfico 3.2. En otras palabras este convenio se utiliza para realizar compras de bajo monto lo que se podría deber a una serie de factores como: compras descentralizadas, dificultades en el almacenamiento de los alimentos o el uso transversal del convenio por unidades de gran como de pequeño tamaño.

Figura 3.2: Histograma órdenes de compra



La distribución de compra y ventas por región es muy dispar, donde la región Metropolitana significa un 47,5 % de las compras y un 55,7 % de las ventas del convenio. La región de Valparaíso la sucede con un 21,2 % de las compras y un 17,1 % de las ventas y Bío-Bío con 8,15 % y 14,3 % respectivamente. Como muestra el gráfico 3.3 la participación del resto de las regiones es marginal comparado con las previamente mencionadas, lo que se puede explicar

Figura 3.3: Gráfico de compra y venta de alimentos por región (en millones)



en la alta centralización del país.

Al revisar lo más comprado dentro del convenio marco, se puede apreciar que la categoría de alimentos perecibles tiene una alta participación donde Carnes y aves (24,5%), Verduras (14,26%) Frutas (3,31%) y Pescado (3,59%) suman cerca del 50% de las ventas. La categoría “Platos combinados empacados” destaca con una participación cercana al 7% y en ella se encuentra un tipo de producto denominado como “Caja de alimentos”. En esta compradores pueden solicitar una serie de productos poco definidos, lo que complica saber el contenido de ellas.

Capítulo 4

Desarrollo de hipótesis y evidencia

Para el análisis del caso de estudio del presente trabajo de tesis, se consideran tres hipótesis mostradas teóricamente las cuales ayudaron a señalar los caminos a seguir en las modificaciones implementadas enfocadas en lograr mayor eficiencia en el canal de compra de Convenios Marco.

En primer lugar se plantea una hipótesis que relaciona el balance entre variedad y el grado de competencia en el Convenio Marco al momento de la licitación. La segunda hipótesis sugiere que la existencia de un índice de precios el cual capture las fluctuaciones del mercado logra disminuir los riesgos que los proveedores enfrentan, lo que se traduce en precios más bajos. Por último, la tercera hipótesis hace relación en el efecto de las fricciones de búsqueda con la dispersión de precios en e-commerce.

Tanto el comportamiento evidenciado en la licitación y operación del CM de alimentos vigente como las soluciones implementadas en las nuevas bases a licitar permiten realizar una verificación empírica de estas hipótesis.

4.1. Balance entre variedad y competencia

Al momento de diseñar un convenio marco, la agencias de compras públicas deben elegir un “menú” a licitar para satisfacer las necesidades heterogéneas de distintas instituciones del Estado. El trabajo de Saban y Weintraub [20], propone un *trade-off* en el diseño de este “menú”, donde se debe buscar un balance entre tener un catalogo variado *versus* una competencia más agresiva en precio por consecuencia de un catalogo más genérico. De lo anterior se desprende la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: Disminuir la variedad del catálogo promoverá una competencia más agresiva en cuanto a precio entre los proveedores.

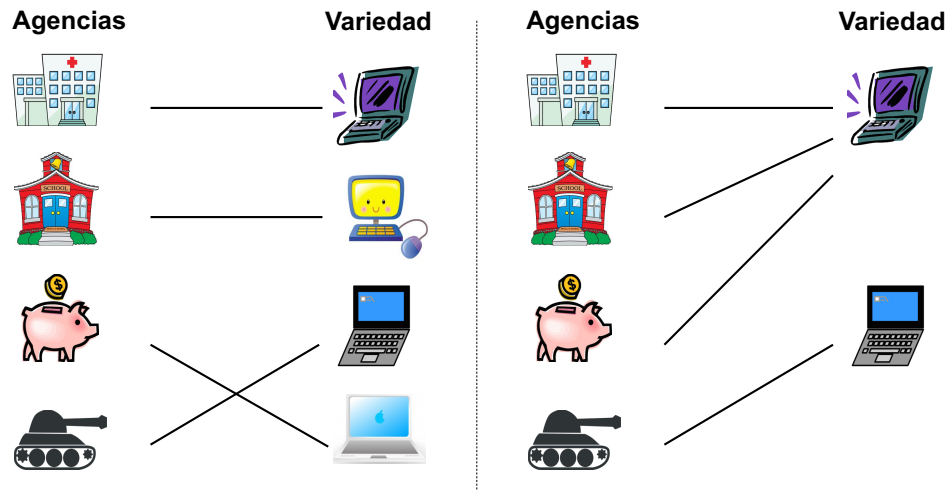
En [20] estudian el siguiente mecanismo de adquisiciones: Un set de consumidores afiliados a una organización (ej: un gobierno, universidad, empresa privada) deben comprar un tipo

de producto (ej: computador) y tienen necesidades diferentes sobre el producto de la misma categoría (ej: sobre diferentes modelos de computadores). La organización tiene una central de adquisiciones la cual selecciona un surtido de proveedores quienes ofrecen diferentes productos a precios unitarios fijos. Luego los compradores seleccionan los productos sin la necesidad de ningún otro tipo de licitación.

En la figura 4.1 a la izquierda, se aprecia el caso en que existe una gran variedad en el catalogo, lo que conlleva a que cada organismo puede comprar su producto favorito, pero se espera que los precios ofertados por los proveedores serán más altos. Por otra parte, en la parte derecha de la figura 4.1 no todos los organismos pueden comprar su producto favorito pero los proveedores tenderán a entregar precios más competitivos para entrar al convenio.

Saban y Weintraub [20] consideran que dado un modelo de demanda conocido, se diseña un mecanismo que maximiza el excedente del consumidor; el cual toma en cuenta tanto variedad como precio.

Figura 4.1: Balance entre variedad y competencia precios



Para evaluar teóricamente la hipótesis, [20] construye un modelo matemático, usando herramientas de teoría de juegos y diseños de mecanismos. Las componentes principales de dicho modelo son:

- Existen productos sustitutos.
- Las preferencias son conocidas, se conoce la demanda agregada.
- Es posible seleccionar un (sub)conjunto de productos para incluir en el convenio marco y sus precios (de forma que los proveedores participen).
- Se maximiza el excedente del consumidor: valor agregado - precio total (variedad y precio)

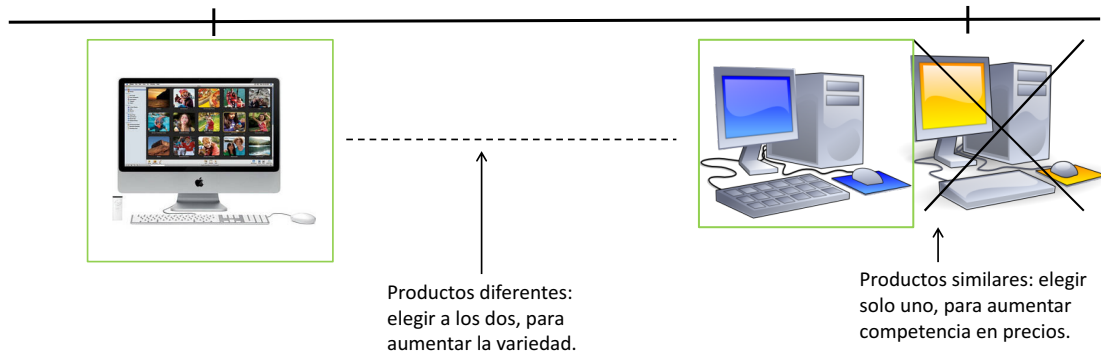
La secuencia de evento se asemeja a lo explicado previamente:

1. La agencia de adquisiciones anuncia las reglas de la licitación.
2. Los proveedores hacen sus ofertas.
3. La agencia de adquisiciones selecciona a los proveedores para incluirlos en el CM.
4. Los consumidores compran su producto favorito del CM.

Los resultados obtenidos permiten caracterizar las reglas óptimas para la licitación asumiendo que se puede decidir:

- Cuales productos incluir en el convenio.
- Precio al cual poner los productos (tal que para los proveedores aun quieran participar en la licitación).

Figura 4.2: Intuición de resultados obtenidos



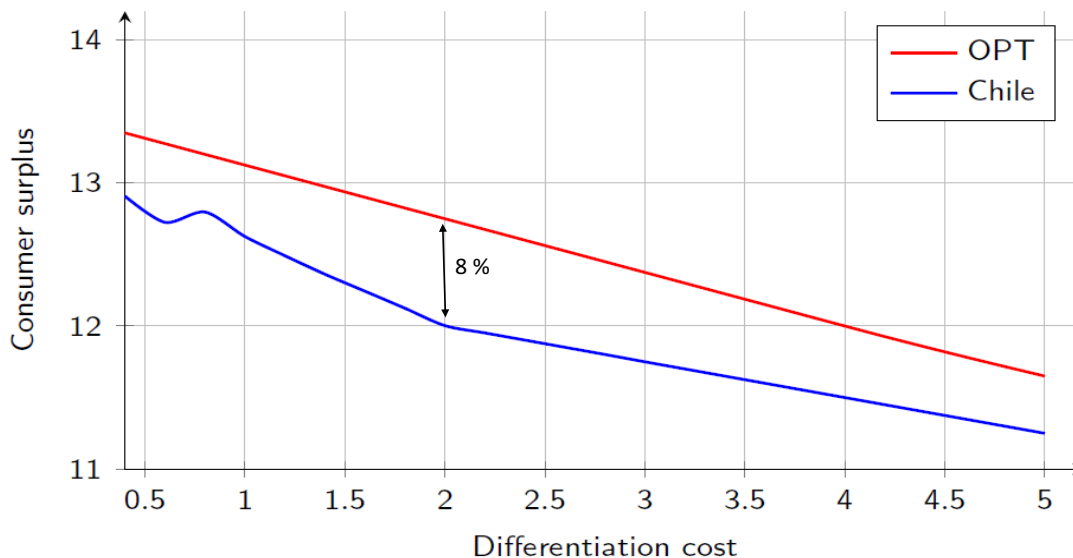
En [20] se presenta un caso de estudio relativo a la Dirección Chile Compra. En este, se explica que en la práctica se utilizan modelos de licitación más simples a los resueltos teóricamente, los cuales son más fáciles de explicar a los potenciales proveedores como también requieren una gestión más sencilla por parte de la agencia de adquisiciones.

Dado lo anterior y tomando en consideración las reglas utilizadas en el convenio marco de alimentos del año 2014 (expuestas en el capítulo 3.1.1) como también datos transaccionales de este, se realizó una simulación aproximada del modelo de Chile Compra y se comparó el modelo óptimo encontrado, esto con el objetivo de establecer un punto de comparación y obtener aprendizajes que sirvan para futuros diseños de convenios.

Los resultados obtenidos muestran una brecha de a lo menos el 20% (y usualmente del 50%) para la combinación de parámetros donde el modelo restringe la entrada y Chile Compra no lo hace. La figura 4.3 muestra el *excedente del consumidor*, en función del *valor de la variedad*, donde se observa una diferencia de entre el 5% al 20% entre los dos modelos.

Finalmente, Saban y Weintraub [20] plantean que las diferencias de excedente de consumidor entre el modelo óptimo y el de Chile Compra se deben a los altos precios con los que opera este último. Dichos precios altos se deben a las bajas barreras de entrada que tiene el modelo chileno, que por lo tanto, con medidas moderadas de restricción de entrada podrían conllevar a aumento significativos en el excedente del consumidor.

Figura 4.3: Comparación entre modelo de Chile Compra y óptimo [20]



4.2. Índice de precios

Una de las características principales de los Convenios Marco es el acuerdo de precios fijos durante su vigencia. Esto quiere decir que los proveedores adjudicados están obligados a mantener el precio ofrecido en la licitación en un horizonte de tiempo fijo, teniendo herramientas rígidas para su modificación.

Gur et al. 2016 [11] presenta un trabajo donde considera que los proveedores cuentan con incertidumbres en sus costos en un horizonte de tiempo dado. Dicho desconocimiento del precio en el futuro por parte de los proveedores causa que estos al momento de entrar en un contrato de precio fijo, anticipen un valor superior repartiendo los costos en el tiempo. Ahora bien, si fuese posible reducir la incertidumbre de los costos por medio de un índice de precios, se espera que los precios por consiguiente bajasen. De esto resulta la siguiente hipótesis

Hipótesis 2: La creación de un mecanismo de índice de precios el cual capture las fluctuaciones del mercado conllevará a una reducción en los costos del proveedor significando precios menores ofertados.

En [11] introducen un modelo generalizado de subastas que representan un Convenio Marco, considerando la incertidumbre que los oferentes enfrentan en el plazo del convenio. Realizan un análisis tanto teórico como numérico, donde logran concluir que en este tipo de mecanismos de ventas existe una cierta “maldición del ganador”, la cual consiste en que quien ofreció el menor precio es quien está más expuestos a las incertidumbres de variaciones de precio.

Por último, [11] entrega como recomendación de diseño para convenios marco, la construc-

ción e implementación de índices de precio los cuales podrían reducir los precios de compra. Se expone que el potencial valor de implementar tales índices de precios sugiere que las oficinas de adquisiciones deberían ser creativos en la construcción de dichos índices aun cuando no hay maneras evidentes de realizar los, sobre todo en la compra de productos que no son *commodities*.

Retomando el caso del Convenio Marco de Alimentos 2014, se encontró evidencia de los efectos descritos por [11] y en particular para el producto “TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K” que cuenta con una serie de particularidades explicadas en el anexo A.

En el caso del Convenio Marco de Alimentos 2014, los proveedores pueden modificar su precio de dos maneras:

- *Ofertas especiales*: descuentos temporales al precio original.
- *Actualizaciones de precio*: descuentos permanentes al precio original.

La tabla 4.1 muestra que este producto cuenta con 3 proveedores que concentran el 86,2% de la participación de mercado en cuanto a monto, los cuales son: Vitalmento, Arturo Vicente y Comercial Pehuen.

Tabla 4.1: Mayores proveedores “TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K”

| Id Prov. | Nombre proveedor | Trans. | Particip. | Precio Prom. | Desv. Est. |
|-----------------|-------------------------|---------------|------------------|---------------------|-------------------|
| 161315 | Vitalmento | 3.114 | 39,1 % | \$892,5 | \$442,4 |
| 161548 | Arturo Vicente | 466 | 24,3 % | 842,11 | \$24,7 |
| 153831 | Comercial Pehuen | 1.814 | 22,7 % | \$1.156,1 | \$416,3 |

En la figura 4.4 (parte superior) se puede observar el precio por transacción (puntos), el precio promedio diario suavizado (línea continua) y el precio ODEPA¹ (línea punteada). En la parte inferior se grafica las unidades vendidas mensualmente por proveedor.

La figura 4.4 permite comprender la dinámica de competencia entre estos 3 proveedores en la operación del convenio marco de alimentos desde Agosto 2014 hasta Febrero 2017.

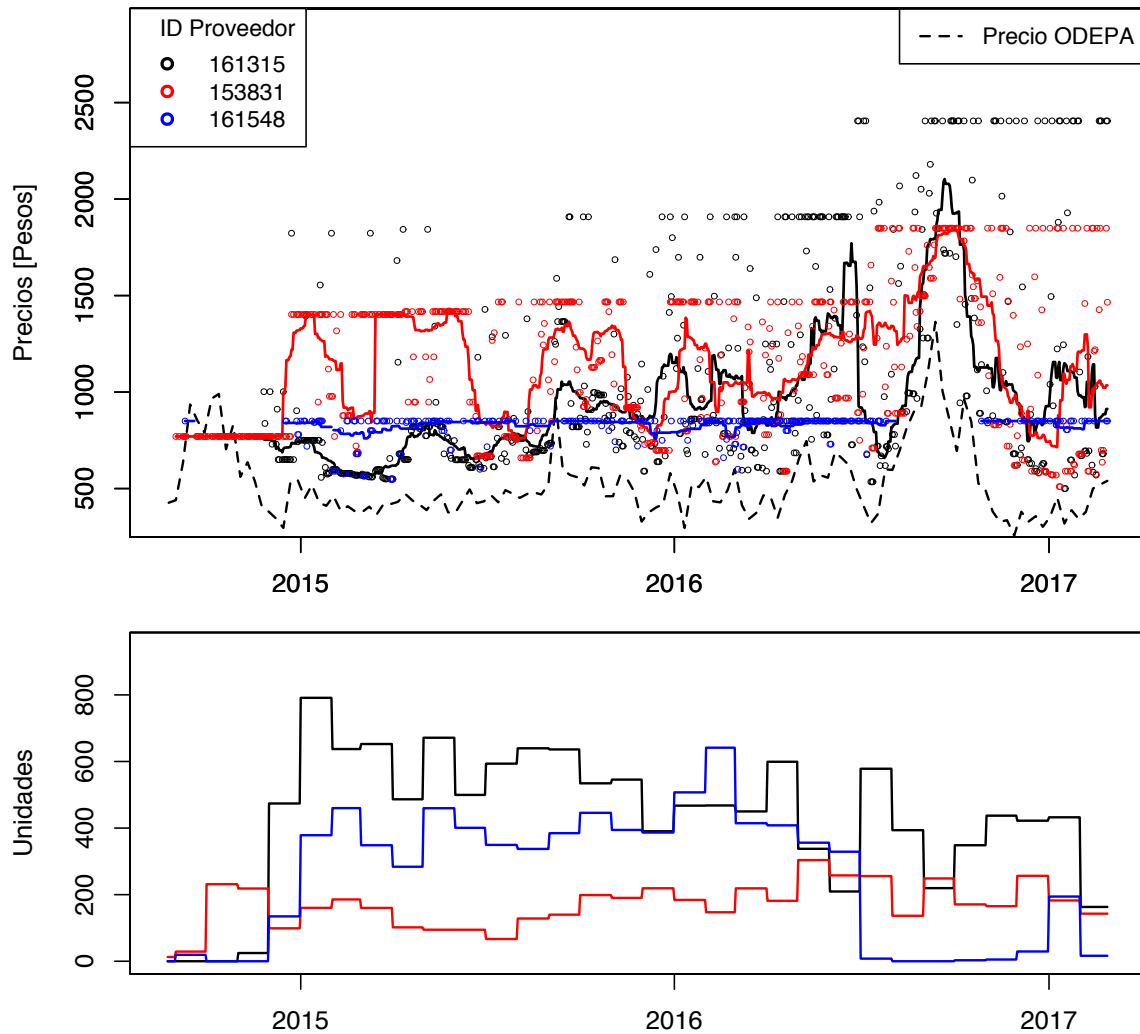
En agosto de 2014 Vitalmento (color negro) entró al convenio marco con un precio de \$1.823 para este producto, Arturo Vicente (color azul) con \$850 y Comercial Pehuen con (color rojo) \$1.402. En ese mismo mes el precio ODEPA era de \$440. Para acceder a dicho precio es necesario hacer compras al por mayor y es el precio mínimo al cual se encontrará, por lo tanto, para este análisis se considerará como el costo del proveedor.

Se puede apreciar que Vitalmento entró con un precio un 314% superior al registrado por ODEPA y en el transcurso del convenio utilizó reiteradas veces el mecanismo de *ofertas especiales* para ser más competitivo. Durante 2015 fue el precio más bajo lo que le significó ser el con más transacciones en ese periodo. En 2016 hasta el presente se ve que se encuentra en una férrea competencia en precio con Comercial Pehuen, quien comparte la tendencia de precio promedio. Por otra parte, Vitalmento desde Noviembre 2015 es más caro que Arturo

¹Precio entregado por la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias recopilados en la Central Lo Valledor de Santiago. <http://www.odepa.cl/precios/precios-de-frutas-y-hortalizas-en-terminales/>

Figura 4.4: Serie de tiempo producto con competencia en precio

(965965) VERDURA FRESCA - TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K 982965



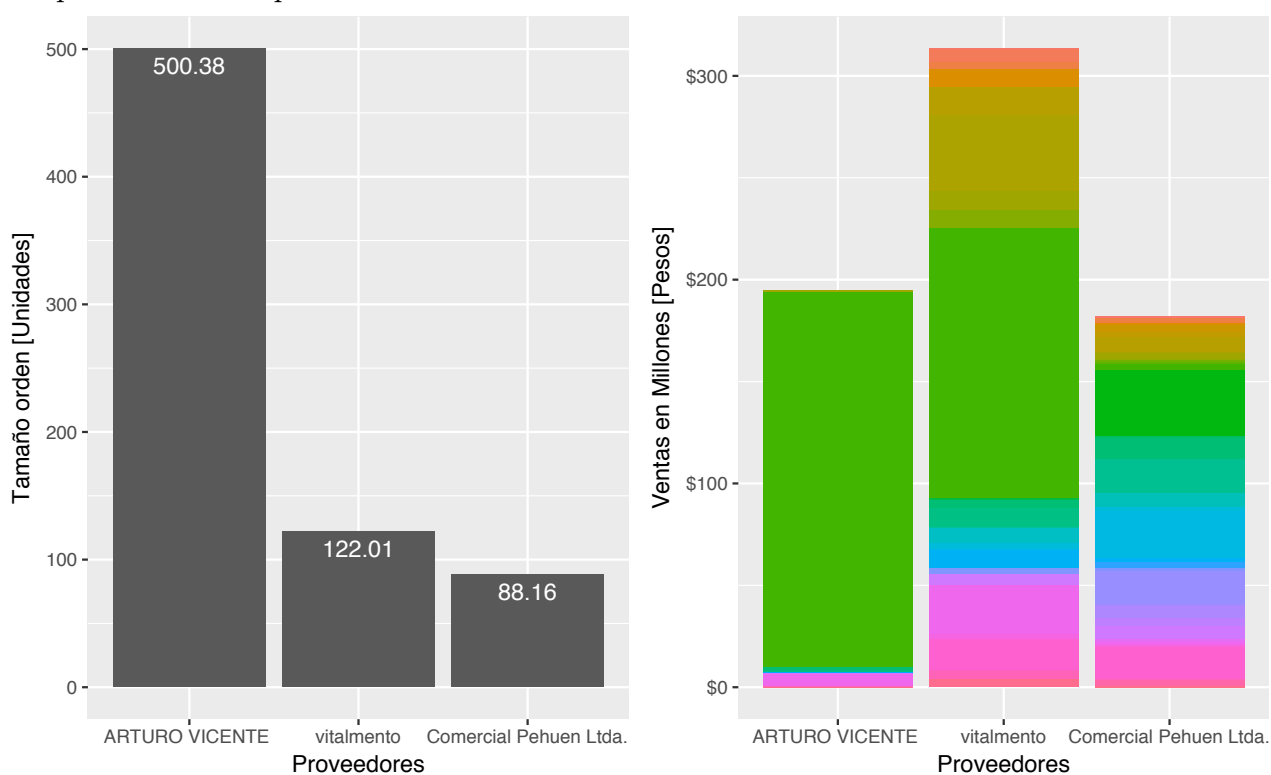
Vicente, donde en un comienzo se aprecia ventas de este sobre Vitalmento pero luego vuelve a superarlo, teniendo conciencia que razones como “calidad de servicio” o “costos por cambiar” (*switching cost*) pueden estar involucradas.

Comercial Pehuen tiene una estrategia similar, entrando al convenio con un precio 218 % al presentado en ODEPA en agosto de 2014 teniendo un margen para bajar el precio por medio de las *ofertas especiales* pero teniendo un precio superior a Vitalmento. Como muestra la tabla 4.1 Vitalmento y Comercial Pehuen tiene una desviación estándar elevada de \$442,4 y \$416,3 respectivamente.

Contrario a los dos anteriores, el proveedor Arturo Vicente entró al convenio marco con un precio 93 % superior al de ODEPA, el cual ha mantenido constante (sin reajustes por medio de

la *actualización de precios*). La figura 4.5 (lado izquierdo) representa las unidades promedio de cada orden de compra por unidad, donde “Arturo Vicente” tiene un promedio de 500 tomates por orden de compra comparado con 122 y 88 de los otros proveedores, presumiendo que hace “ventas al por mayor”. El gráfico 4.5 (lado derecho) presenta la diversidad de compradores que cada proveedor tiene, donde el color verde representa a Gendarmería - Región Metropolitana. Se puede apreciar que de los 3 proveedores este comprador tiene una participación importante, mas para “Arturo Vicente” representa un 95 % de sus compras siendo casi su comprador exclusivo. Por lo tanto, se aprecia que este proveedor se especializó en para las compras de grandes volúmenes para Gendarmería quien al momento del alza tuvo que buscar un nuevo proveedor.

Figura 4.5: (1) Tamaño promedio de orden de compra y (2) Venta totales de proveedores y composición de compradores



Por último, se puede apreciar que en julio de 2016 hubo un alza abrupta en el precio de los tomates debido a problemas de producción en la región de Arica y Parinacota por condiciones climáticas² y en conjunto a el aumento de demanda en Septiembre por las fiestas patrias, llevaron a que el precio registrado en dicho mes por la ODEPA aumentaran en un 37,7 % comparado con el mes de junio 2016.

Como muestra la figura 4.4 en dicha época, Vitalmento y Comercial Pehuen suben sus precios corrigiendo esta alza superior a la de una estacionalidad común pero Arturo Vicente no tiene dicho margen por lo que deshabilita el producto. Pese a que en noviembre de 2016 vuelve a habilitar sus productos, sus ventas no lo hacen lo que presumiblemente se debe a que Gendarmería de la Región Metropolitana cambió de proveedor.

²Noticia portal 24 horas Septiembre 2016: <http://bit.ly/2qf8FE3>.

En conclusión, el presente caso expuesto del producto “TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K” deja en evidencia 3 situaciones que pueden estar ocurriendo:

1. Los proveedores se anticipan a la rigidez de los precios y el hecho que no se consideran las estacionalidades para poder reajustar, por lo que ofertan precios muy superiores a sus costos.
2. Al tener dicho margen, los proveedores utilizan las *ofertas especiales* para poder competir en precio entre ellos.
3. En caso de eventos inesperados que alteren el precio muy por sobre la estimación de estacionalidad que hicieron previamente, obliga a los proveedores a deshabilitar dichos productos dejando sin cobertura al Estado de ellos.

Cabe destacar que la categoría “VERDURA FRESCA” tiene dos características distintivas que la hacen más sensible a los índices de precio: (1) la estacionalidad climática que ciertos productos tienen dado su cultivo y (2) su característica de *commodity* donde la diferenciación horizontal resulta más compleja.

Los índices de precio toman mayor importancia en la medida que aumente la competencia por entrar al mercado, ya que los proveedores estarán forzados a entregar mejores precios para ingresar al convenio [11].

4.3. Costos de búsqueda

Los productos ofertados en los Convenios Marco se encuentran disponibles en la plataforma www.mercadopublico.cl la cual contiene un catálogo de productos alimentado por las diferentes licitaciones de CMs realizadas en el tiempo.

Similar a un *e-commerce*, los compradores públicos deben navegar a través del sitio para encontrar los productos deseados. Actualmente, la plataforma mercado público cuenta con tres métodos principales para encontrar un producto: (1) árbol de navegación, cual ordena los productos según código de convenio para luego definir los en categorías, (2) una barra buscadora y (3) una lista de productos pre definida basada en compras anteriores y artículos guardados.

Los métodos de navegación en un *e-commerce* son tan relevantes como el orden de los productos en las góndolas físicas de un supermercado común. Dependiendo el orden y categorización, para un comprador será más sencillo comparar precios y buscar sustitutos (perfectos o imperfectos). Por ejemplo, un consumidor que desea comprar espagueti N°5 en un supermercado irá al pasillo donde podrá comparar todas las marcas (sustitutos perfectos) y en caso que ninguna de las opciones satisfaga sus preferencias podrá elegir entre espirales, corbatitas, etc. (sustitutos imperfectos).

El trabajo de Dinerstain et al. 2014 [8] define dos dimensiones en la búsqueda de productos en línea: (1) guiar al consumidor a productos relevantes y (2) ayudar al consumidor

a encontrar el precio más atractivo para su compra. Este producto se enfoca en el último punto aunque considera la comparación de productos diferenciados levemente. Este trabajo plantea la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: Reducir los costos de búsqueda en las plataformas de e-commerce permite reducir los precios transados.

En [8] apuntan que una gran cantidad de los productos tienen un alto grado de dispersión de precios pese a sus similitudes, lo que se puede deber a la dificultad de clasificar y filtrar por atributos con tal de encontrar ofertas relevantes. También apuntan que pese a existir una gran cantidad de ofertas, los consumidores ven una fracción pequeños de estas, las cuales normalmente no son aquellas con menores precios.

Para evaluar esto [8] participó en el proceso de cambios de métodos de búsqueda que el portal e-commerce Ebay (www.ebay.com) está implementando. Previo al rediseño, los clientes observaban ofertas individuales de un set de productos relacionados a la búsqueda realizada. El rediseño dividió la búsqueda en dos etapas: primero agrupar las ofertas por productos exactos y en segunda etapa ordenar las ofertas de cada uno (normalmente) por precio. Tras el cambio, los productos transados redujeron entre un 5-15 % para muchos productos. Utilizando este cambio de diseño, este estudio realizó un modelo el cual fue capaz de explicar muchos de los efectos causados como: reducción en los precios publicados, un cambio a compras al menor precio, y consecuentemente una reducción en los precios transados.

Finalmente [8] implementa un experimento de *A/B testing* en la plataforma Ebay, el cual se basa en seleccionar aleatoriamente grupos de control y tratamiento adecuadamente. El experimento hizo variar los resultados de búsqueda entre los consumidores. Pese a que este experimento no era capaz de evaluar el equilibrio en como los vendedores ajustaron los precios, si fue posible estudiar el comportamiento de compra de los consumidores. De este concluyen que el mejor sistema de búsqueda es aquel que permite navegar según ranking de precios en productos agrupados, el cual tiene un mejor desempeño en productos más homogéneos que en aquellos con atributos heterogéneos.

En la plataforma de compras de los convenios marco, es posible encontrar las fricciones mostradas por [8]. Como muestra la figura 4.6, al realizar la búsqueda “Café Nescafé” muestra 4 resultados los cuales son exactamente el mismo producto pero por temas de descripción cuentan con SKU’s diferentes, lo que imposibilita comparar precios de los diferentes proveedores. Ahora bien, cada ficha si contiene más de un precio. Por otro lado, los filtros existentes son 2 (marca y región de despacho), por lo que filtros como búsquedas según tamaño (170 Gr o 400 Gr) o envase (stick o tarro) no son posibles. Dichas restricciones se cumplen para todos los productos de este convenio.

En [8] se resalta la necesidad de una buena catalogación de productos y inclusión de detalles de atributos para mejorar la navegación y reducir los costos de búsqueda, situación que en el caso de estudio del CM de Alimentos es deficiente (como se muestra en la sección 4.6)

Figura 4.6: Resultado de búsqueda “Café Nescafé”.

Se han encontrado 52 resultados que poseen la palabra nescafé en la categoría Café

Descargar listado de ítems en archivo Excel

Filtrar por [Limpiar filtros](#)

Marca

- Dolca (2)
- Nescafé (49)
- Nestle (1)

Región de despacho

- I (27)
- II (39)
- III (40)
- IV (42)
- V (49)
- VI (49)
- VII (46)

Filtro por atributos deficiente

Mismo producto, diferentes SKU

| Producto | ID | Precio desde | Provedores |
|--|------------|--------------|------------|
| Café nescafé tradición stick 1,8 gr 96 unidades | ID-1028606 | \$ 5.099 | 23 |
| Café nescafé tradición tarro 400 gr unidad | ID-1028615 | \$ 5.140 | 27 |
| Café nescafé tradicional 420 gramos granulado unidad | ID-1290526 | \$ 5.840 | 17 |
| Café nescafé tradicional granulado tarro 400 gr | ID-1027911 | \$ 5.871 | 10 |
| Café nescafé tradición tarro 400 gr | ID-968498 | \$ 5.871 | 22 |
| Café nescafé tradición granulado 400 g unidad | ID-1026985 | \$ 5.889 | 3 |

4.4. Oportunidades

Las hipótesis planteadas en anteriormente permiten evaluar lo expuesto sobre el Convenio Marco de Alimentos en el capítulo 3 para encontrar oportunidades de mejora y las causas que generan las in eficiencias. En particular se considera que existen 3 oportunidades las cuales son **(1) reducir los precios de los productos en el CM, (2) bajar los costos de operación que este tiene y (3) mejorar la experiencia de compra que este canal de compra ofrece.**

La hipótesis 1 (Cap. 4.1) muestra que es posible reducir los precios en el convenio ya que actualmente existe una baja competencia por entrar al mercado, la cual podría ser mejorada teniendo un mejor balance entre variedad y competencia. También esta hipótesis apunta una reducción en los costos de operación ya que al tener una mayor competencia en la entrada, significa también menos productos que administrar en la operatoria.

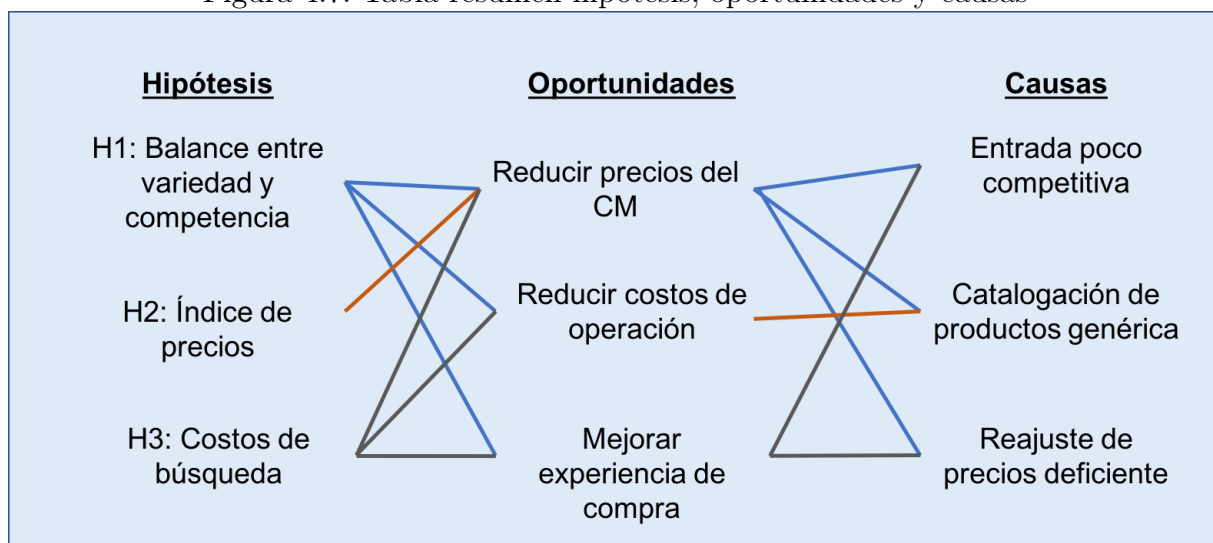
En cuanto a la hipótesis 2 (Cap. 4.2) muestra también que es posible reducir los precios de este CM ya ya que actualmente existe un método de reajuste de precios deficiente, lo que causa incertidumbre para los proveedores en su capacidad de ajustar sus precios por temas de estacionalidad.

Por otra parte, tanto las hipótesis 2 y 3 (Cap. 4.3) sugieren que es posible mejorar los pre-

cios del CM y la experiencia de compra por medio de una buena catalogación de productos. El CM actualmente tiene una catalogación de productos genérica la cual dificulta la comparación de precios por producto y la búsqueda de productos relevantes para el comprador. Una buena catalogación a su vez reduce los costos de operación en cuanto a la evaluación y fiscalización que se debe hacer durante la operatoria del CM.

En resumen, las hipótesis planteadas permite reconocer tres oportunidades de mejora que se relacionan a su vez con tres causas principales: (1) baja competencia por entrar al mercado, (2) catalogación de productos genérica y (3) un reajuste de precios deficiente, las cuales están relacionadas entre ellas como muestra la figura 4.7.

Figura 4.7: Tabla resumen hipótesis, oportunidades y causas



4.5. Causa 1: Baja competencia por entrar al mercado

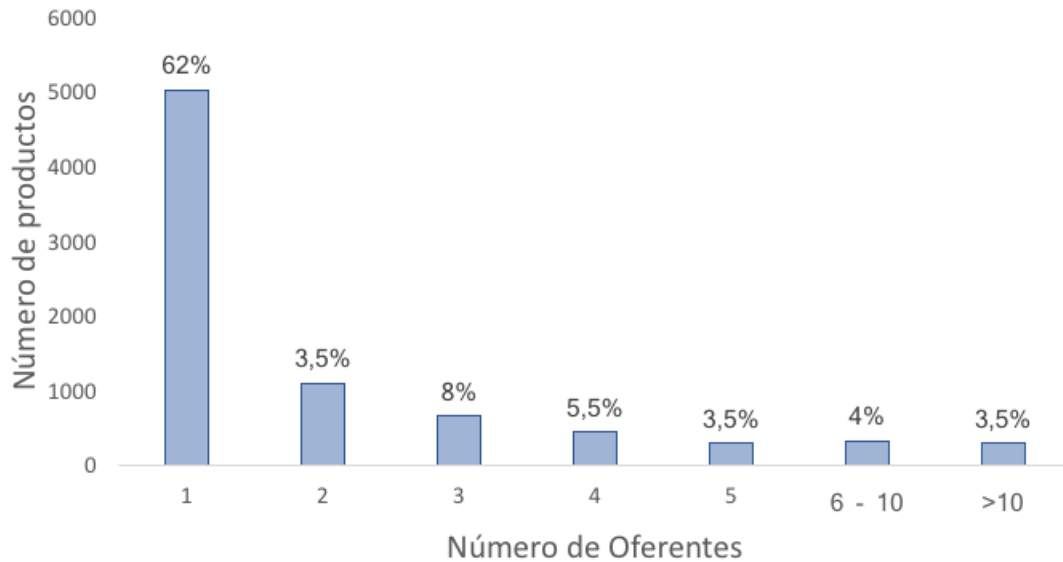
Al revisar los resultados de las licitación del convenio marco de alimentos realizado en 2014, donde las reglas para entrar al mercado fueron expuestas en el capítulo 3.1.1, la figura 4.8 muestra que un 62 % de los productos ofertado tuvieron un solo oferente, 3,5 % dos y así sucesivamente.

En cuanto a los resultados de los alimentos perecibles, el 20,5 % de las ofertas obtuvo 95 puntos y un 36,2 % 100 puntos, el cual es el total del puntaje (ver figura D.1 en anexos). En cuanto al puntaje total para los alimentos perecibles, 73,7 % de las ofertas obtuvieron 70 puntos o más, por lo que fueron adjudicadas (ver figura D.2 en anexos).

Los alimentos no perecibles tuvieron un comportamiento similar, donde un 14,1 % obtuvo 95 puntos y un 23,1 % le fue asignado el puntaje total (ver figura D.3 en anexos). En el puntaje final, para los alimentos no perecibles el 60,7 % de los productos obtuvieron 70 puntos o más, por lo que fueron adjudicados (ver figura D.4 en anexos).

Un 21 % de ofertas que les fue asignados 95 puntos se debe a dichos de productos que

Figura 4.8: Resultado de oferentes por producto (Convenio Alimentos 2014: 8093 items ofrecidos, 116 proveedores)



recibieron una oferta de precio por lo cual no existieron proveedores con quien comparar precios, por lo que según lo estipulado en las bases se le asignaría dicho puntaje (ver capítulo 3.1.2) .

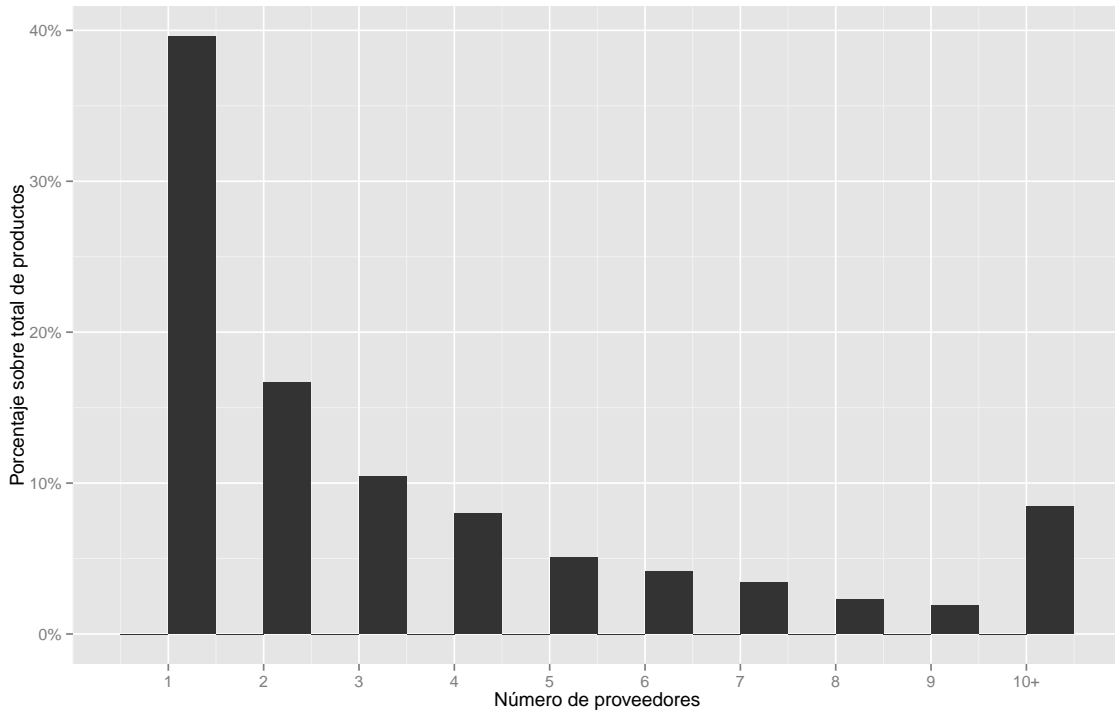
Por otro lado, los altos porcentajes de ofertas con 100 puntos asignados es un síntoma en que el mecanismo de selección no está discriminando efectivamente aquellas con mejores precios.

En el gráfico 4.9 se puede apreciar que cerca del 40 % de los productos han sido comprados a un solo proveedor, donde se aprecia una situación similar a lo mostrado en el gráfico 4.8.

Dado lo presentado anteriormente se considera 3 situaciones que causan la baja competencia:

1. **Fórmula de adjudicación no hace selección fuerte:** El 73,7% de las ofertas de alimentos perecibles y el 60,7% de las ofertas de alimentos no perecibles fueron adjudicadas sugiere a que el método de adjudicación no está seleccionando solamente las mejores ofertas.
2. **Mala catalogación genera mercados muy finos:** La razón de que un 62% de los productos tuviesen un solo oferente indica que la catalogación del convenio está siendo muy específica por lo que productos similares no son comparados entre si.
3. **Fácil ingresar nuevos productos durante la ejecución:** Pese a existir una barrera de inclusión para productos que ya existen en el catálogo, productos nuevos no son comparados con ningún precio para entrar al convenio.

Figura 4.9: Histograma de proveedores comprados por producto



4.5.1. Fórmula de adjudicación actual

Como se observó en la sección anterior y el capítulo 3.1.1 la fórmula de adjudicación se basa en 5 factores ponderados donde precio tiene el 60% de peso. En la sección 3.1.2 se puede observar que la conversión de precios a puntos se hace por medio de una fórmula inversamente proporcional con respecto al menor precio entregado, es decir, aquellos precios que sean mayores que el mínimo recibirán menos puntaje.

$$\text{Puntaje Precio} = \frac{\text{Precio Mínimo Producto}}{\text{Precio Producto Ofertado}} \times 100 \quad (4.1)$$

Pese a que a priori dicho método guarda lógica, la fórmula 4.1 tiene problemas para asignar puntajes en caso de altas variación en los precios ofertados. En el anexo E se presenta una simulación de precios según una distribución normal $N(6, 14)$ de 30 precios agregando y se modificó 1 con tal de analizar diferentes situaciones de asignación de precio.

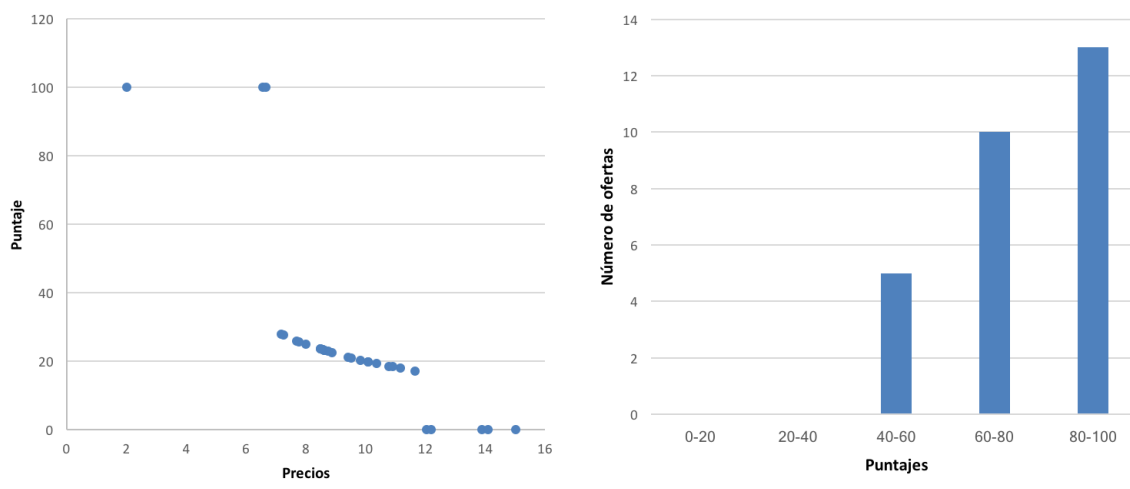
Es posible observar que si el precio mínimo ofertado es un 60% del precio promedio en adelante, la fórmula distribuye productos de forma inversamente proporcional de forma adecuada. Ahora bien, si un producto es un 50% menor, la curva de asignación de puntaje no discrimina significativamente teniendo un efecto plano.

La figura 4.10 muestra una simulación de precios considerando el precio mínimo considerado es un 20% del precio promedio. Como se puede apreciar, el precio mínimo obtiene los 100 puntos, el resto de los oferentes obtienen entre 40 y 20 puntos, lo que conlleva que productos

a una adjudicación homogénea en la asignación de puntaje, evitando que compitan.

Otro punto relevante es el límite inferior del intervalo de confianza de una desviación estándar. Para el caso que haya una variación significativa entre los precios ofertados, a muchos productos se les asigna 100 puntos sin ser comparados.

Figura 4.10: Precio mínimo 20% del precio promedio



Los casos donde el precio mínimo fue un 50% del precio promedio, donde el acumulado de los casos es de un 6% (Ver gráfico E.8 en anexos). Pese a no ser una gran cantidad de casos, esto afectó a 126 productos donde relativamente no hubo competencia en precio. Esta distorsión en los precios puede ocurrir por dos casos: (1) Errores en la indicación del precio por unidad de medida o (2) manipulación intencional de la fórmula de adjudicación.

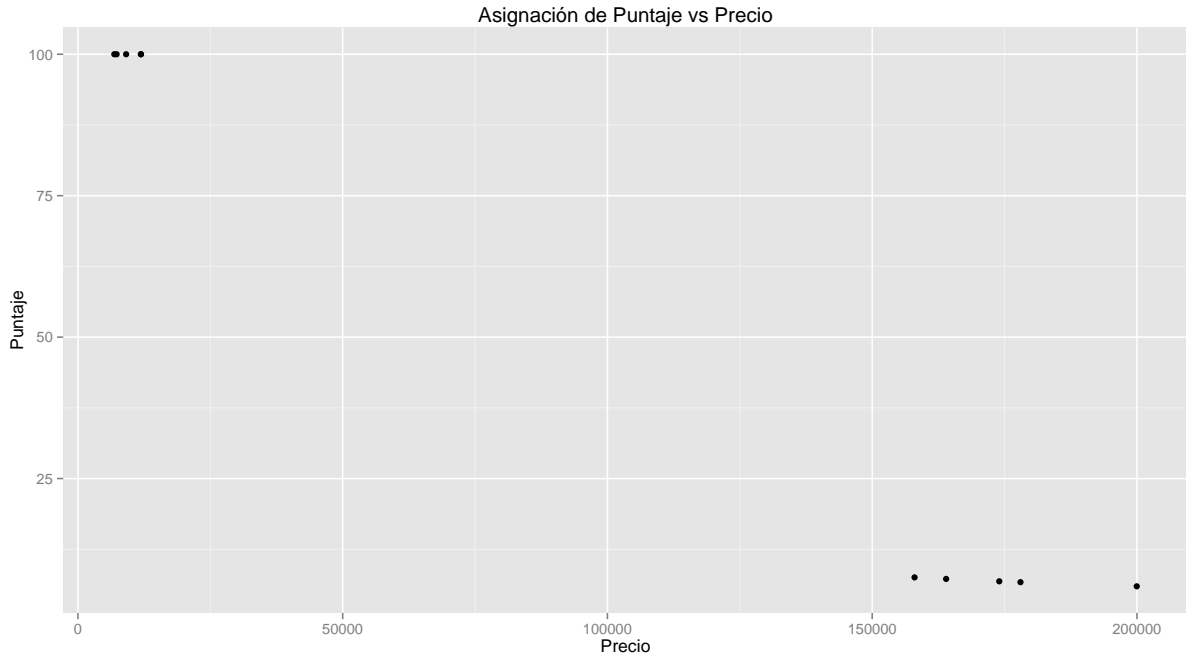
A continuación se considerará el caso del ítem “VACUNO AL VACÍO - FILETE ENTERO CON CORDON 1 KILO 20 K”, donde los precios ofertas fueron:

Tabla 4.2: Evaluación adjudicación ítem VACUNO AL VACÍO - FILETE ENTERO CON CORDON 1 KILO 20 K

| Nº | Precio Ofertado | Precio Normalizado | Estado de Adjudicación | Outlier | Puntaje Precio |
|----|-----------------|--------------------|------------------------|---------|----------------|
| 1 | \$6.874 | \$6.874 | Adjudica | INF | 100 |
| 2 | \$7.300 | \$7.300 | Adjudica | INF | 100 |
| 3 | \$158.000 | \$7.900 | No Adjudica | NO | 7,53 |
| 4 | \$163.960 | \$8.198 | No Adjudica | NO | 7,25 |
| 5 | \$174.000 | \$8.700 | No Adjudica | NO | 6,83 |
| 6 | \$178.000 | \$8.900 | No Adjudica | NO | 6,68 |
| 7 | \$9.100 | \$9.100 | Adjudica | INF | 100 |
| 8 | \$199.960 | \$9.998 | No Adjudica | NO | 5,95 |
| 9 | \$11.900 | \$11.900 | Adjudica | NO | 100 |

El gráfico 4.11 muestra una situación similar a la del gráfico 4.10, donde se puede observar en este caso dos órdenes de magnitud de precios, aquellos que están en los diez miles y los que se encuentran en los cientos de miles. Se hará el supuesto que los primeros oferentes

Figura 4.11: Asignación de puntaje “VACUNO AL VACÍO - FILETE ENTERO CON CORDON 1 KILO 20 K”



entregaron el precio del kilo de filete mientras que los segundos el precio por los 20 kilos de filete.

Resultado de aquello, el cálculo del intervalo de confianza entregó el precio promedio $P = \$105.536$ y la desviación estándar $S = \$94.495$, entregando así un intervalo [$\$11.040$, $\$200.031$]. Con esto los precios 1, 2 y 7 de la tabla son considerados “outliers” quedando fuera de la evaluación y ganando automáticamente 100 puntos sin ser comparados. De las ofertas que quedan, se considera como mínimo la número 9, con la cual se compararán el resto de las ofertas según la fórmula 3.2.

La tabla 4.2 fue ordenada de menor a mayor según “Precio Normalizado”. Los proveedores 1 y 2 son adjudicados correctamente pero no necesariamente a causa de la fórmula de precios, sino más bien de manera fortuita. Luego los precios de los proveedores del 3 al 6 son más baratos que los adjudicados 7 y 9. Uno de los hechos más relevantes es que la fórmula de puntuación consideró al proveedor 9 como el precio mínimo, el cual en realidad es el más caro por kilo.

En la operación del convenio ambos formatos de precio conviven y es responsabilidad del comprador normalizar estos para poder comparar lo que podría complicar la selección del mejor precio en el proceso de compra.

4.6. Causa 2: Catalogación de productos genérica

Para indicar cuales son los productos a licitar en un convenio como también para ordenar estos *ex-post* en el mercado electrónico, la DCCP diseña una catálogo de productos el cual dicta la pauta para categorizar los productos. Para el caso de los convenios marco, una correcta categorización no solo ayuda a facilitar la navegación de los compradores en el sitio web (Burke 2002 [4]), sino también es una herramienta esencial para revisar la hipótesis planteada en el capítulo 4.2 sobre variedad *versus* precios.

La categorización implementada en el convenio marco de alimentos 2004, divide a estos en dos conjuntos iniciales: (1) alimentos perecibles y (2) alimentos no perecibles. Luego estos dos conjuntos en categorías fueron divididos en categorías como muestra la tabla 4.3. Finalmente dichas categorías fueron sub divididas en “tipo producto” (TP) (revisar anexo F.1), siendo el último nivel de des agregación.

Tabla 4.3: Tabla de categorías alimentos perecibles y no perecibles.

| Alimentos no perecibles | | Alimentos perecibles | |
|-------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| N° | Categorías | N° | Categorías |
| 1 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | 1 | CARNICERÍA |
| 2 | AGUAS | 2 | COMIDA PREPARADA |
| 3 | ARROZ Y LEGUMBRES | 3 | CONGELADOS |
| 4 | AZUCARES Y ENDULZANTES | 4 | FIAMBRERÍA |
| 5 | BEBIDAS | 5 | FRUTAS Y VERDURAS |
| 6 | CAJAS DE ALIMENTOS | 6 | HUEVOS |
| 7 | CEREALES | 7 | LECHES |
| 8 | CERVEZAS | 8 | MANTEQUILLAS Y OTROS |
| 9 | COCKTAIL Y SNACK | 9 | PANADERÍA |
| 10 | CONFITERÍA | 10 | PASTELERÍA |
| 11 | CONSERVAS | 11 | PESCADERÍA |
| 12 | DULCES Y MERMELADAS | 12 | QUESO |
| 13 | ESPUMANTES | 13 | YOGURT Y POSTRES |
| 14 | FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS | | |
| 15 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | | |
| 16 | INFUSIONES | | |

Luego del nivel “Tipo producto”, los producto son diferenciados por el “nombre producto”, el cual es designado por el proveedor mismo. Dicho campo es un texto resultado de la concatenación entre “Tipo producto”, “Marca”, “Modelo” y “Unidad”, donde los últimos dos quedan a discriminación del proveedor. En caso de la DCCP considere que dos productos de diferentes proveedores son idénticos pero tiene diferente “Modelo”, este tiene la facultad de unificarlos.

La primera falencia que se puede apreciar en la catalogación es la falta des agregación en el árbol de categorías. Un ejemplo claro que ilustra eso es la categoría “Frutas y verduras”, donde luego solo se desagrega en “Frutas” y “Verduras”. A causa de lo anterior, no es posible

estandarizar “Modelos” y “Unidades” con tal de facilitar búsquedas y comparaciones.

A continuación se expone el ejemplo del producto “Nescafé tradición tarro” perteneciente al TP “Café”. En esta categoría este producto significa un 60 % de la categoría y “Nescafé” un 90 %, donde hasta Julio de 2015 transó más de \$500 millones.

Tabla 4.4: Tabla tipo producto (TP) “Café”, distintas fichas para tarro Nescafé Instantáneo.

| TP | Marca | Nombre producto | Ventas ¹ | Participación ² | Precio |
|------|---------|---|---------------------|----------------------------|----------|
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ TRADICIÓN TARRO 400 GR | \$68.982.866 | 11,7 % | \$6.384 |
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ TRADICION 400 GR CAJA DE 12 UNIDADES | \$43.063.009 | 7,3 % | \$63.674 |
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ TRADICIÓN TARRO 400 GR UNIDAD | \$39.139.949 | 6,6 % | \$7.081 |
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ TRADICIÓN TARRO 400 GR 12 UNIDADES | \$39.139.949 | 6,4 % | \$89.706 |
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ TRADICIÓN GRANULADO 400 G UNIDAD | \$27.913.114 | 6,0 % | \$6.868 |
| CAFÉ | NESCAFÉ | CAFÉ NESCAFÉ INSTANTÁNEO TARRO 400 GR | \$6.592.503 | 1,1 % | \$6.289 |

¹ Hasta Julio 2015.

² Dentro del tipo producto.

La tabla 4.4 presenta 6 fichas diferentes actualmente activas las cuales ofrecen dicho café. Según el “Nombre producto” estas difieren en si se venden de a 1 unidad o 12 unidades, pero también se puede apreciar descripciones como “Caja de”, “Instantáneo” o “granulado” las cuales crean diferenciaciones irrelevantes.

En las tablas 4.5 y 4.6 se agregó las ventas de las 6 fichas en dos grupos: (1) por unidad y (2) por 12 unidades y también se definió un precio normalizado por unidad cada 100 Gr. Al realizar esto se observa que en la categoría de 400 Gr, el proveedor “Leon Parro S.A” es quien tiene la mayor participación (51,2 %) de mercado y a la vez es el precio más bajo. Ahora bien, para la categoría 400 Gr 12 Unidades, “G&S” es quien tiene la mayor participación (41,5 %), pero en este caso es el proveedor con el precio más caro tanto en su categoría como también si se compara con los vendidos por unidad.

Tabla 4.5: CAFÉ NESCAFÉ TRADICIÓN TARRO 400 GR UNIDAD

| Proveedor | Total Vendido en Pesos | Participación de mercado | Precio Promedio 100 Gr |
|--------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| DIMAK LIMITADA | \$4.613.915 | 4,3 % | \$1.677,7 |
| LEON PARRO S.A. | \$55.371.551 | 51,2 % | \$1.583,8 |
| PRISA S A. - sucursal | \$5.712.083 | 5,2 % | \$1.620,6 |
| Redoffice Region Metropolitana | \$20.232.828 | 18,7 % | \$1.749,5 |
| ROBERTO GOMEZ CALIZAYA | \$4.371.750 | 4,0 % | \$1.812,5 |
| Total Categoría | \$108.122.815 | | |

Tabla 4.6: CAFÉ NESCAFÉ TRADICION 400 GR CAJA DE 12 UNIDADES

| Proveedor | Total Vendido en Pesos | Participación de mercado | Precio Promedio 100 Gr |
|-----------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| Comercializadora San Andres | \$1.603.030 | 2 % | \$1.352,1 |
| G & S | \$33.586.512 | 41,5 % | \$1.892,4 |
| HUERTOS DEL SUR | \$5.895.372 | 7,3 % | \$1.623,2 |
| LEON PARRO S.A. | \$34.796.615 | 43,0 % | \$1.350,1 |
| PRISA S A. - sucursal | \$3.964.008 | 4,9 % | \$1.619,0 |
| Total Categoría | \$80.976.123 | | |

Este tipo de hallazgos solo son posibles si existe una estructura de categorización la cual permita comparar y agrupar los productos tanto con los sustitutos perfectos como imperfectos. Una categorización propuesta es la que se muestra en la tabla 4.7 donde se consideraron solo 2 modelos: 170 Gr y 400 Gr, y dos modalidades: al detalle y a granel.

Tabla 4.7: Categorización propuesta Café Nescafé Tarro

| Subcategoría | Precio promedio 100 Gr | Participación | Número de proveedores |
|--------------------------|------------------------|---------------|-----------------------|
| Al detalle | | | |
| Tarro 170 Gr | \$2.042,4 | 24,6 % | 54 |
| Tarro 400 Gr | \$1.663,6 | 25,4 % | 29 |
| A granel | | | |
| Tarro 400 Gr 12 Unidades | \$1.614,9 | 14,5 % | 11 |

En comparación a la situación actual, esta forma de categorizar permite:

1. Estandarizar unidades para una mejor comparación
2. Generar mercados más gruesos, donde más proveedores compiten por el mismo producto
3. Mejorar navegación por el catalogo, tal que se puede hacer competir productos sustitutos perfectos e imperfectos.

4.7. Causa 3: Reajuste de precios deficiente

Como se expone en el capítulo 3.1.8, la fórmula de reajuste de precios solo considera índices inflacionarios y de tipo de cambio, estos se realizan cada 3 meses y no son acumulativos.

La hipótesis 2 en el capítulo 4.2 muestra que los proveedores actúan estratégicamente para contrarrestar la rigidez de los reajustes por medio de una inflación de sus precios ofertados para luego competir por medio de “ofertas especiales”.

Una primera crítica a este método de actualización de precios es el hecho que considere un periodo de 3 meses hacia atrás. Al calcular de esta forma la tendencia de precios, no se toma en cuenta las posibles eventualidades, las cuales pudiesen distorsionar el cálculo de reajuste.

La figura 4.12 muestra la Variación del IPC por Producto Específico (ΔIPCE)³ específicamente “Postres lácteos” donde se ejemplifica con la recta de color rojo la predicción de reajuste realizada por parte de la DCCP contrastado con respecto a lo luego ocurrido en el tiempo.

En segundo lugar, como muestran los gráficos 4.13, existen series de tiempo con una tendencia creciente en el tiempo como es el caso del arroz, y como es el caso del limón el cual presenta estacionalidad temporal, es decir, en ciertas épocas del año dichos este tiende a subir, debido a ya sea mayores costos o aumentos esperados de la demanda para luego bajar en los meses siguientes. Por ejemplo, se conoce que los limones en la época de semana santa tienen un precio más alto en relación al resto del año.

Para analizar dichas estacionalidades, se utilizaron las mismas series de tiempo entregadas

³Disponible en http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_precios/ipc/base_2013/index.php

Figura 4.12: Error en la estimación de actualización de precio

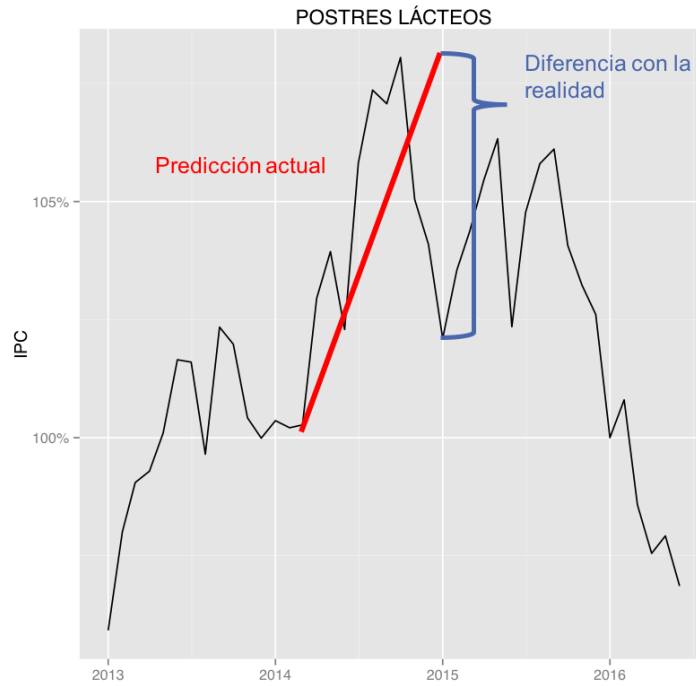
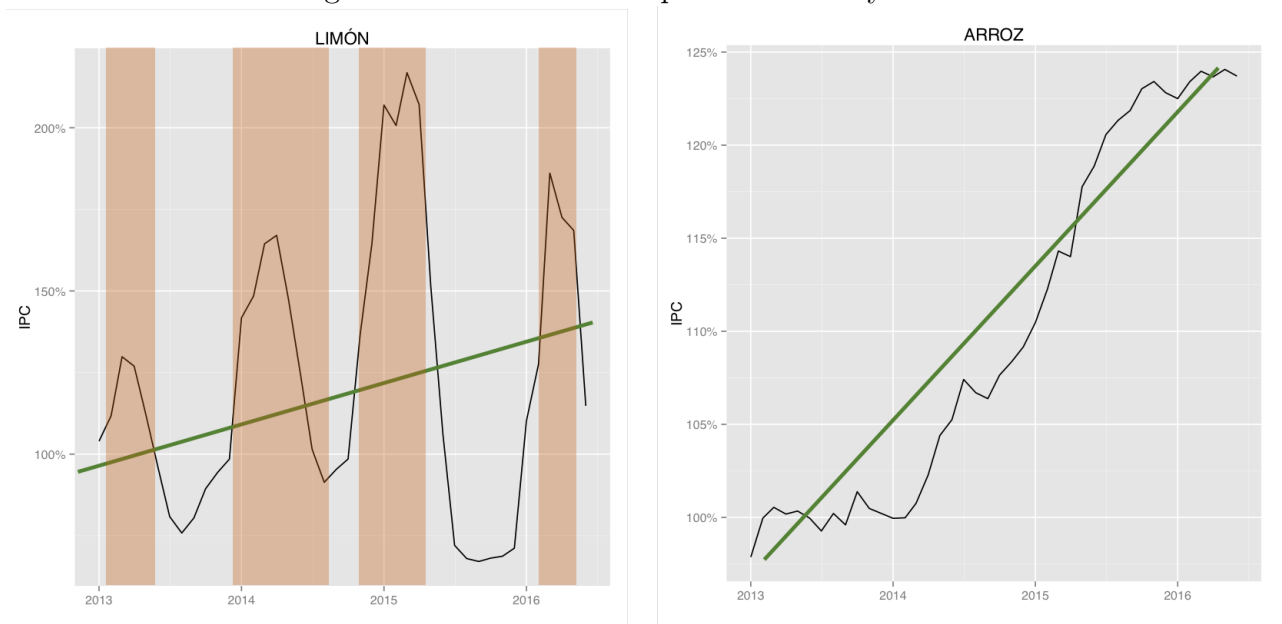


Figura 4.13: Series de tiempo IPC Limón y Arroz



por el Instituto Nacional de Estadística (INE) de Variación del IPC por Producto Específico por medio de modelos auto-regresivos.

El Índice de Precios al Consumidor base 2013=100, mide la variación de los precios de una canasta de bienes y servicios [15], el cual se calcula para una serie de productos donde en particular destacan una serie de alimentos (ver tabla en anexo F.2 de los cuales se cuenta

con datos desde Enero 2013 hasta Julio 2016.

Para analizar las series de tiempo se utilizaron modelos auto-regresivos considerando periodos de 12 meses para desestacionalizar. Este tipo de modelo supone una relación lineal entre una variable dependiente y una independiente con una serie de rezagos (como lo muestra la ecuación 4.2) y cuenta con la notación $AR(p)$, donde p es el número de rezagos [22, capítulo 8, p .66].

$$X_t = c + \sum_{i=1}^p \varphi_i X_{t-i} + \varepsilon_t. \quad (4.2)$$

Este tipo de modelos requieren revisar que las series de tiempo sean estacionarias, esto quiere decir que su media y varianza son constantes en el tiempo [22, capítulo 8, p .68].

Para el caso particular, se consideró un modelo AR(P), el cual fue ajustado según la función `auto.arima` en el programa estadístico R, el cual por medio de una optimización de parámetros selecciona los rezagos adecuados para la serie de tiempo de cada producto [14].

El modelo planteado controla según 3 criterios: (1) un valor base del producto y (2) efecto de cada mes , el cual queda explicado según la siguiente ecuación:

$$\log IPC_{it} = \alpha_i + \beta \cdot t + \delta_{im(t)} + \varepsilon_{it} \quad (4.3)$$

Previo al análisis de las series de tiempo con la función `auto.arima`, se evaluó la estacionariedad de estas por medio de tres test: (1) Test de Ljuin-Box el cual examina si hay evidencia significativa para correlaciones no cero entre 1 a 20 rezagos [3], (2) estadístico-t de Augmented Dickey–Fuller (ADF) el cual sugiere que p-valores pequeños (menores a 0.05) sugieren que los datos son estacionarios [2] y por último (3) el test de Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) donde si se acepta la hipótesis nula significa que la serie estacionaria [16]. En el caso de todas las series analizadas, los tres teste presentados previamente indicaron su estacionariedad.

Para evaluar los resultados de los parámetros obtenidos se calculó para cada producto la variación porcentual mensual (VPM) con respecto al promedio (como lo muestra la ecuación 4.4) con tal de encontrar diferencias importantes entre meses.

$$VPM_{im} = \exp \left(\frac{1}{12} \sum_1^{12} (\alpha_i + \delta_{im(t)}) - \alpha_i + \delta_{im(t)} \right) - 1 \quad (4.4)$$

La tabla 4.8 muestra todos los productos que presentan un VPM_{im} superior al 10%. Entre estos destaca que solo se encuentran productos de la categoría “Frutas y Verduras”, donde productos como el limón, zapallo italiano, zapallo, pimentón y pimiento, naranja, tomate y papa cuentan con estacionalidades relevantes. Estas se pueden deber tanto a factores de cosecha, como también por aumento en la demanda.

En conclusión, queda en evidencia la necesidad tanto de reajustar los precios según una tendencia inflacionaria, como también evaluar ajustes temporales para poder capturar la estacionalidad de una serie de categorías.

Tabla 4.8: Productos que presentan estacionalidad mensual sobre el 10 % (amarillo) y 20 % (rojo)

| Categoría | Coef Var | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|----------------------|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| LIMÓN | 6,0% | 29,1% | 53,6% | 48,3% | 27,7% | -2,4% | -24,3% | -30,1% | -28,2% | -24,6% | -14,4% | -6,9% | 19,6% |
| ZAPALLO ITALIANO | 4,2% | -23,2% | -11,7% | -17,7% | -6,0% | 12,5% | 13,7% | 20,3% | 24,9% | 39,2% | 4,9% | -16,8% | -18,3% |
| ZAPALLO | 3,9% | -3,2% | -10,5% | -12,8% | -14,5% | -15,5% | -14,1% | -11,3% | -5,8% | 14,6% | 32,5% | 39,8% | 20,3% |
| MANZANA | 3,6% | 19,7% | 6,0% | -6,3% | -11,2% | -15,4% | -16,1% | -15,7% | -12,5% | -2,8% | 9,8% | 21,2% | 39,9% |
| PIMENTÓN Y PIMIENTO | 3,5% | -15,2% | -15,9% | -16,7% | -15,3% | -3,1% | 4,4% | 13,1% | 21,8% | 33,9% | 17,6% | -2,1% | -7,5% |
| NARANJA | 3,0% | 5,2% | 12,3% | 22,2% | 28,3% | 8,4% | -7,3% | -17,0% | -17,9% | -13,1% | -7,6% | -3,4% | 1,6% |
| TOMATE | 2,9% | -12,8% | -11,0% | -13,6% | -1,8% | 1,7% | -5,5% | -5,1% | 15,1% | 33,5% | 19,9% | -6,5% | -3,5% |
| PAPA | 2,5% | -5,6% | -9,2% | -10,8% | -11,3% | -7,6% | -6,5% | -0,9% | 9,2% | 18,6% | 26,2% | 8,6% | -3,1% |
| PERA | 1,7% | 1,5% | -0,8% | -5,2% | -8,5% | -8,6% | -6,7% | -5,6% | -4,0% | 2,7% | 9,6% | 17,4% | 12,0% |
| VERDURAS DE ESTACIÓN | 1,4% | -9,8% | -6,2% | -6,2% | -3,2% | 1,0% | 6,5% | 10,5% | 9,3% | 6,2% | 2,5% | -1,8% | -6,4% |
| FRUTAS DE ESTACIÓN | 1,4% | -5,7% | -7,7% | -8,9% | -6,5% | -2,1% | 0,2% | 2,1% | 2,7% | 2,2% | 8,9% | 14,0% | 3,4% |
| LECHUGA | 1,4% | -4,2% | 2,3% | -0,5% | 0,8% | 1,4% | 11,3% | 12,8% | 2,6% | -4,7% | -7,5% | -7,9% | -4,2% |

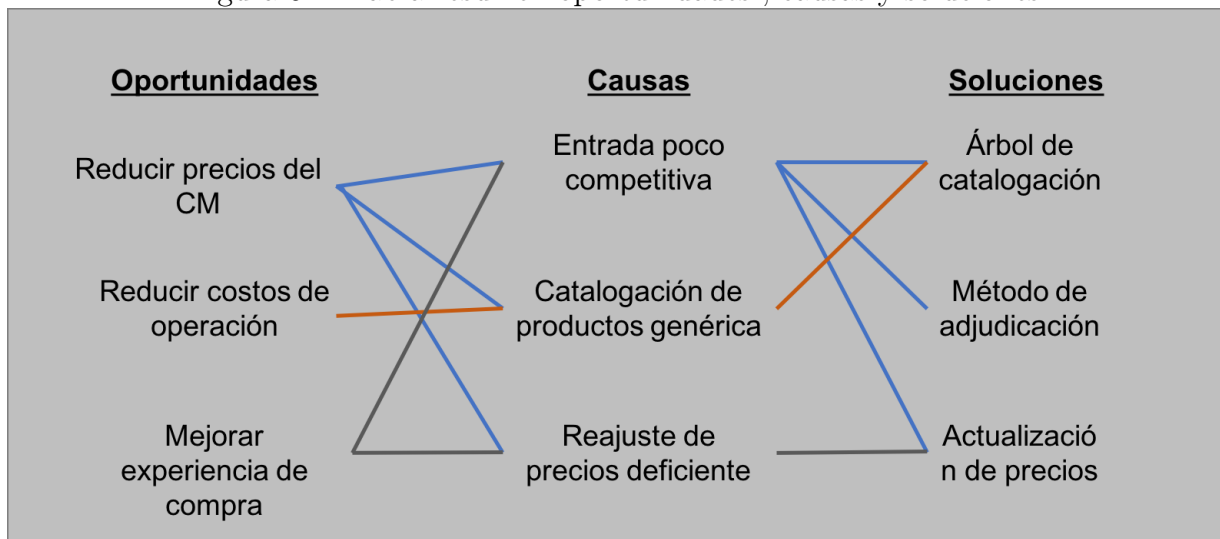
Capítulo 5

Diseño e Implementación del nuevo CM de Alimentos

El objetivo principal de este trabajo se basó en desarrollar un paquete de propuesta a implementar en las bases de licitación del nuevo convenio de alimentos para el año 2017.

Cada una de las soluciones responde a una o más de las causas encontradas en el capítulo anterior que se resumen en la figura 5.1. Las soluciones a presentar en este capítulo son diversas pero se resumen en tres grandes grupos: (1) un nuevo árbol de catalogación con el detalle requerido según las características de la industria y las necesidades del convenio, (2) un nuevo método de adjudicación el cual discrimina en diferentes dimensiones como la homogeneidad del producto, la cobertura de los proveedores y las oportunidades de ahorro, por último (3) una actualización de precios que reduzca los costos de incertidumbre de los proveedores que identifica estacionalidades y reajustes reales que ocurran durante la operación.

Figura 5.1: Tabla resumen oportunidades, causas y soluciones



Dado el poco conocimiento y literatura entorno al tema de compras públicas y convenios marco, dichas propuestas tienen un enfoque con una metodología experimental en la búsqueda de mecanismos permanentes los cuales optimicen el proceso licitatorio de los Convenios Marco.

Un enfoque experimental significa crear alternaciones acotadas y controladas con las cuales se pueda aprender los efectos de cada medida y las causalidades de estas. Por lo tanto fueron definidos grupos de control y tratamiento para una evaluación futura de los impactos.

Las propuestas implementadas son resultado de un trabajo en conjunto con el equipo de diseño de convenios marco de la DCCP y un análisis econométrico correspondientes.

5.1. Árbol de catalogación

La metodología implementada para diseñar el nuevo árbol de catalogación constó de los siguientes pasos:

1. Revisión catálogo portales de venta de alimentos externos para la generación de una estructura básica
2. Conocimiento de las necesidades del mercado público en la compra de alimentos por medio de los datos transaccionales
3. Adaptación de la estructura básica según necesidades del mercado público para la generación de una versión final

Utilizando la información proporcionada por tiendas de *retail* con catálogo en línea (www.jumbo.cl y www.lider.cl) se construyó una estructura básica definida por 3 niveles: categoría, subcategoría y tipo producto. Como muestra la tabla 5.1 son 12 categorías definidas, donde ya se puede observar mayor detalle que en la catalogación anterior donde existían dos categorías (perecible y no perecible).

Tabla 5.1: Nuevas categorías a licitar

| Categorías | | |
|----------------------|----------------------|---------------------|
| Alimentos especiales | Congelados | Lácteos y derivados |
| Alimentos para bebé | Conservas y Latas | Panadería |
| Bebidas | Despensa | Portion Pack |
| Carnes | Fiambres y embutidos | Vegetales |

Las nuevas subcategorías definidas se asemejan al nivel “tipo producto” del CM de alimentos 2014, esto permitió hacer un cruce de información entre los datos transaccionales para definir de forma más adecuada el tercer nivel “tipo producto”.

Se definieron 69 subcategorías (ver anexo F.1) y 564 tipos de producto, de los cuales se definió un “diccionario de datos”. Este diccionario estipula los modelos y medidas que respec-

tan a cada tipo de producto, esto con el fin de evitar los problemas actuales de duplicación de fichas y la no homologación de medidas que complican la evaluación económica del convenio.

En el diccionario se definieron también los formatos de venta (ejemplo: “Arroz Grado 1 **12 unidades**”) los cuales son orgánicos al tipo de producto (ejemplo: huevos de 6,12,30 unidades). Esto busca eliminar la diferenciación en formatos de venta irrelevantes con tal de ser considerados como productos diferentes para así no competir en la entrada.

La figura 5.2 muestra como ejemplo la categorización del producto “Nescafé Tradición 400G”, donde esta sería la única ficha relativa a este. Se puede apreciar que en comparación a lo expuesto en el capítulo 4.6 esta nueva catalogación no permite diferenciaciones irrelevantes como también mejora la administración y evaluación económica del convenio.

Figura 5.2: Ejemplo nueva catalogación café: Nescafé Tradición 400G



Este proceso fue realizado en gran parte por el departamento de Estrategia y Licitación de la DCCP, el cual tomó 3 meses de trabajo ya que se realizó de forma manual por parte de 4 personas.

5.2. Método de adjudicación

En el presente capítulo muestran las propuestas realizadas para mejorar tanto las falencias encontradas en el capítulo 4.5 como también medidas que permitan verificar la hipótesis planteada en el capítulo 4.2 referente al *trade-off* entre precio *versus* variedad.

5.2.1. Evaluación en dos etapas

Uno de los principales beneficios del método de puntaje adjudicación (ver cap. 3.1.1) es la capacidad de evaluar una serie de dimensiones de forma numérica. Por otra parte, como se

muestra en el capítulo 4.5.1 existe una serie de complejidades en el proceso de traducir estas dimensiones en números, ya que existen factores que distorsionan la competencia.

Por lo tanto se propone un mecanismo de dos etapas donde en primer lugar se establece una evaluación de criterios técnicos y en segunda instancia una evaluación económica.

Evaluación técnica

La evaluación técnica fue diseñada por la DCCP en la cual se consideran los siguientes criterios:

Tabla 5.2: Tabla criterios a evaluar y puntajes primera etapa técnica

| Criterios | Puntaje |
|---|---------|
| 1.- Patente y/o Permiso Municipal para comercializar productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación | 45 |
| 2.- Años de experiencia en la comercialización de productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación | 35 |
| 3.- Cumplimiento de Requisitos Formales | 5 |
| 4.- Sustentabilidad | 15 |

El puntaje total de la evaluación de la oferta técnica es la suma de los puntajes de cada criterio de la tabla 5.2. Los oferentes quienes obtengan un puntaje igual o superior a **59 puntos** pasarán a la segunda etapa de evaluación.

Quienes no cumplan con el puntaje mínimo serán desestimados del proceso de evaluación.

5.2.2. Evaluación económica: Selección según ranking por región de despacho

La etapa económica se basa en la generación de una **lista ordenada de menor a mayor** según P_{ir} , donde P son los precios ofertados por producto i y por región de despacho r , donde un porcentaje determinado de los oferentes serán adjudicados (definidos en capítulos 5.2.3 y 5.2.4). Este precio debe considerar todos los impuestos y costos de despacho respectivos para cada región.

Se cuenta con un criterio de variación porcentual de precio VP_{ir} por cada producto i y región r según la ecuación 5.1 para evitar precios “temerarios”. Para VP_{ir} superiores a 60% y cuya diferencia absoluta entre precio mínimo y precio máximo sea mayor a \$2.000 no serán adjudicados automáticamente sin antes solicitar al ofertante que acredite la veracidad del precio ofertado.

$$VP_{ir} = \frac{\max(P_{ir}) - \min(P_{ir})}{\min(P_{ir})} \quad (5.1)$$

La modalidad *ranking* para la comparación tiene como propósito dos objetivos: (1) garantizar que los precios comparados en la adjudicación sean los observados por los compradores, (2) eliminar distorsiones en la adjudicación por error o intencionales.

El punto (1) se consigue ya que efectivamente los precios ofertados adjudicados serán los observados posteriormente en la operación del convenio, sin hacer ponderaciones o cálculos que pudiesen hacer que el precio de lista sea diferente al adjudicado. En la licitación anterior de alimentos, en el capítulo 4.5.1 se exponen diferentes estrategias que usaron los oferentes para reducir la competencia en precio, las que en la modalidad *ranking* no son efectivos.

La adjudicación por región de despacho permite la entrada a proveedores que son eficientes en su región, pero no lo serán en otras. Por ejemplo, se espera que un proveedor de verduras de la región de Magallanes es competitivo en la distribución local, pero por temas de logística y oferta no lo será en la región Metropolitana, contrario a lo que ocurre actualmente.

Construcción del ranking según producto idéntico o producto similar

Como se presentó en el capítulo 4.2 una de las principales hipótesis del presente trabajo sugiere un *trade-off* entre precio y variedad. Por ende, se hizo un estudio para determinar a nivel de subcategoría aquellos productos donde es “adecuado” promover una competencia entre marcas.

Se considera “adecuado”, a aquellos productos donde el atributo “marca” no es un factor relevante para el consumidor y/o no es un diferenciador dentro de la categoría. Por ejemplo, un diferenciador claro entre marcas es el nivel de precios, es decir, un producto que presenta alta dispersión en precios entre marcas no es beneficioso permitir la competencia entre ellas, ya que esto podría indicar una diferenciación por “calidad”.

La discusión sobre la necesidad de considerar o no factores como calidad en un convenio marco superan los alcances del presente trabajo, por lo que se definió un diseño en que atributos como este fueran tomados en cuenta.

Se definieron dos tipos de evaluaciones por:

1. Producto idéntico: generación de *ranking* de productos por región de despacho con misma “**marca**”, “**modelo**”, “**medida**” y “**atributo extendido**”.
2. Producto similar: generación de *ranking* de productos por región de despacho con mismo “**modelo**”, “**medida**” y “**atributo extendido**”.

Por razones administrativas de las bases de licitación, es necesario definir a nivel de “subcategoría” este tipo de evaluación, es decir, en una misma subcategoría no pueden haber productos que se evalúen como “producto idéntico” y otros como “producto similar”.

Para definir el tipo de evaluación para cada subcategoría fue necesario re categorizar la base de datos actual en el catálogo nuevo. Dicha labor es un problema de gran tamaño considerando que se cuenta con 8.557 productos diferentes en la base de datos transaccional con una estructura de catalogación relativamente deficiente (como se mostró en el capítulo 4.6). Por consiguiente se definió una metodología de categorización que permitiese enfocarse en los productos más transados (en cuanto a monto y transacciones) del convenio. Esta contó con los siguientes pasos:

1. Revisión de datos según “tipo de producto” con mayor participación en monto del CM de alimentos 2014 (ver anexo F.1) el cual tiene semejanza con la división de “subcategoría” de la nueva catalogación.
2. Selección de productos que acumulen a lo menos el 80 % de la participación de mercado en transacciones.
3. Categorización de dicha selección con el nuevo modelo de catalogación según:
 - Tipo de producto
 - Marca
 - Modelo
 - Medida
4. Cálculo de precio promedio normalizado a unidad básica (según diccionario de datos).

La tabla 5.3 muestra un ejemplo del resultado obtenido. El caso mostrado corresponde a la subcategoría “Aceites” la cual en la actualidad tiene un 1,3 % de participación en el convenio. En esta tabla es posible observar que la concentración de mercado en cuanto a marca está repartida donde “Belmont” (13 %) y “Cristal” (14 %) cuentan con la mayor participación. Al revisar los precios se puede apreciar que no existen grandes diferencias en precio dentro de los tipo de producto “Vegetal” y “Maravilla”, a excepción de la marca “OSKU” en está última quien tiene un precio 3 veces superior al promedio. Todo lo anterior, sugiere que la subcategoría “Aceites” tenga una **evaluación por producto idéntico**.

En definitiva se definieron 15 subcategorías a evaluar como **producto idéntico** y 54 subcategorías como **producto similar**, las cuales se muestran en el anexo G.

5.2.3. Adjudicación inclusiva y competitiva

Habiendo explicado los diferentes criterios para la generación de *rankings* para la metodología de adjudicación, queda por definir los **porcentajes de adjudicación** para estos. Esto hace alusión a que en la evaluación de un producto el cual tiene 30 ofertas, se debe decidir que porcentaje de aquellos será adjudicado. Entre más bajo es el porcentaje de adjudicación mayor será la competencia en precio, debido a que menos serán los adjudicados obligando a ofrecer un precio más competitivo.

Tabla 5.3: Ejemplo diferencia entre marcas subcategoría “Aceites”.

| Tipo de producto | Marca | Precio Promedio | Participación | Número de proveedores |
|------------------|-------------|-----------------|---------------|-----------------------|
| Vegetal | | \$1.237,12 | 51% | 109 |
| | BELMONT | \$1.412,12 | 13% | 22 |
| | CHEF | \$1.393,22 | 4% | 14 |
| | LA REINA | \$1.238,76 | 1% | 2 |
| | CRISTAL | \$1.238,54 | 14% | 39 |
| | MIRAFLORES | \$1.234,32 | 2% | 3 |
| | BONANZA | \$1.166,05 | 4% | 13 |
| | AGROPRODEX | \$1.136,70 | 2% | 5 |
| | TROVATTORE | \$1.067,23 | 2% | 1 |
| | NUTRASOL | \$1.058,00 | 7% | 1 |
| | PROTAL | \$986,96 | 2% | 9 |
| Maravilla | | \$1.685,47 | 39% | 105 |
| | OSKU | \$4.257,50 | 0% | 4 |
| | CAMPO LINDO | \$1.572,17 | 0% | 1 |
| | BELMONT | \$1.544,35 | 7% | 16 |
| | CHEF | \$1.541,06 | 16% | 41 |
| | MIRAFLORES | \$1.525,11 | 10% | 36 |
| | NATURA | \$1.398,73 | 3% | 3 |
| | TRISOL | \$1.319,63 | 1% | 4 |

Ahora bien, como se explicó en el capítulo 2.2.5 se busca encontrar un diseño eficiente que considere tanto la dimensión competencia en precio al igual que inclusión de proveedores locales. Una manera de hacer una discriminación eficiente, es encontrar subcategorías de productos donde los proveedores locales sean relevantes dentro de su región.

El gráfico 5.3 muestra la alta concentración percibida por la región metropolitana, la cual realiza un 49 % de las compras y un 52 % de las ventas. Debido a esto, se dejó al margen del análisis a proveedores de dicha región, ya que podrían distorsionar los resultados.

El gráfico 5.4 presenta subcategorías el promedio de participación local supera el 50 %. Se puede observar que subcategorías como las verduras, fruto y vacuno tienen una alta participación local. Esto se puede entender por las complejidades logísticas de tales productos. En estas subcategorías, se sugiere una adjudicación inclusiva, ya que pese a perder competencia en precio, son productos donde proveedores locales pueden emerger como futuros agentes relevantes.

Por otro lado, el gráfico 5.5 muestra las subcategorías con participación local menor al 50 %. En este caso destacan productos envasados como galletas, fideos los cuales tienen bajos costos de transporte y en muchos casos son vendidos por sus mismos productores (como es el

Figura 5.3: Gráfico participación por región en ventas y compras

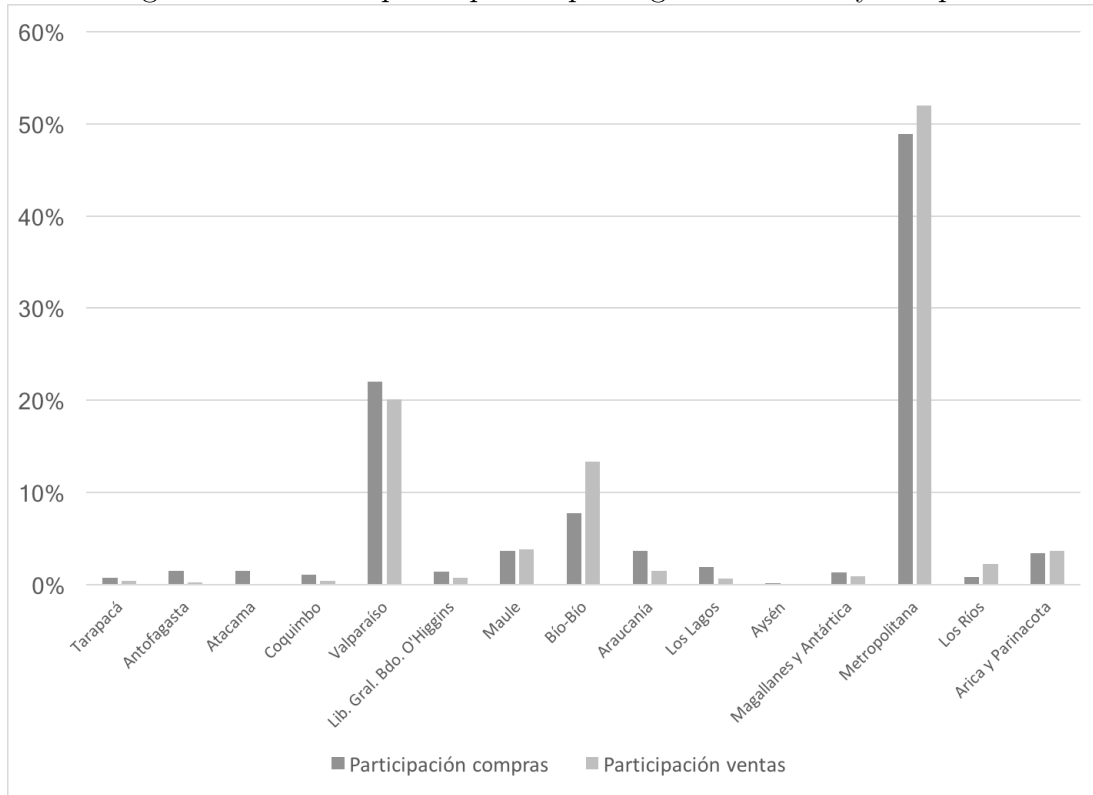
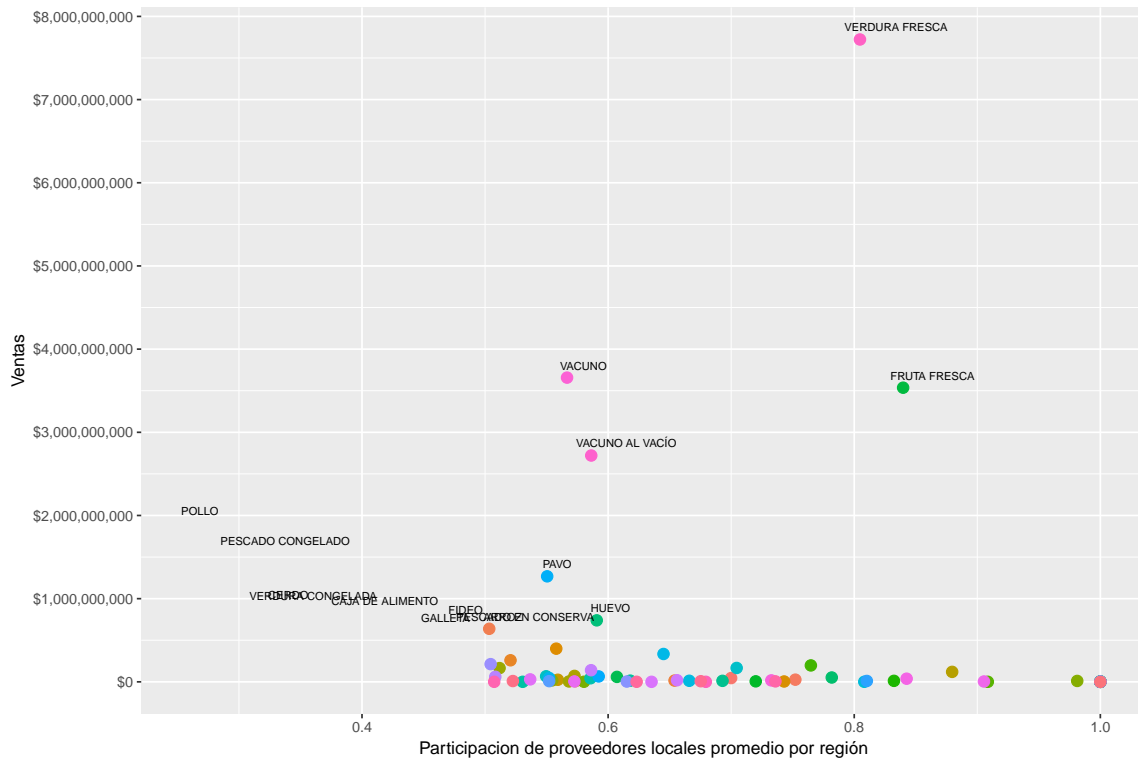
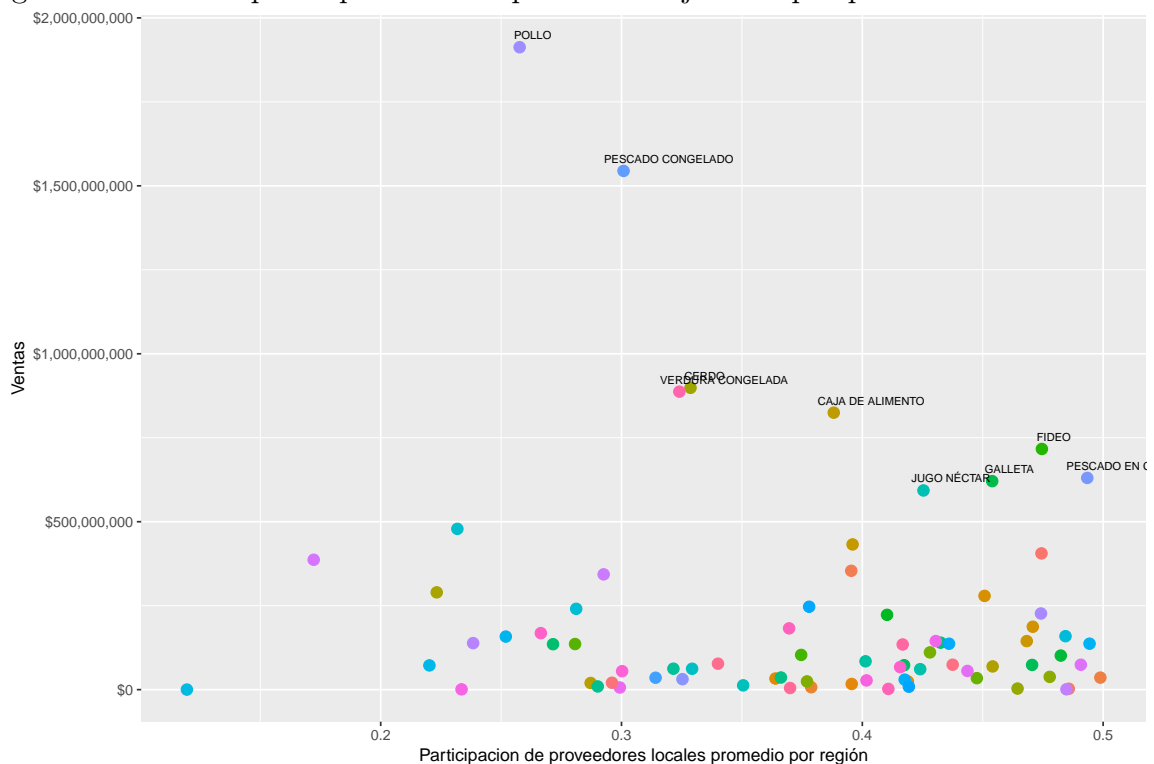


Figura 5.4: Gráfico participación local promedio sobre 50% por proveedor *versus* ventas



caso del “Pollo”). En estas subcategorías, los proveedores locales no tienen muchas opciones de surgimiento, entonces una adjudicación competitiva resulta conforme.

Figura 5.5: Gráfico participación local promedio bajo 50 % por proveedor *versus* ventas



En definitiva fueron consideradas 25 subcategorías para una adjudicación inclusiva y 43 para una adjudicación competitiva las cuales se detallan en el anexo H. Se concluyó que la división inclusiva tuviese un porcentaje de adjudicación del **20 %** mientras que la competitiva se le asignó un porcentaje del **80 %**.

5.2.4. Fichas con volumen mínimo

Una de las principales incertidumbres que diferencian a los convenios marco con las licitaciones es la demanda variable. En este sentido, el proveedor debe ofrecer un precio sin saber la cantidad que venderá, reduciendo así las opciones de economías de escala en su oferta.

Existen compradores (como Gendarmería, Carabineros de Chile, entre otros) quienes compran grandes volúmenes de productos por orden de compra. Las “grandes compras” son una herramienta común en todos los convenios marcos de Chile Compra, que es un mecanismo para compras superiores a las 1.000 UTM (cerca los \$46 millones de pesos). Ahora bien, como se observó en el histograma de valores de órdenes de compra (gráfico 3.2), el 99 % de las órdenes de compra están bajo ese monto.

Es por esto que la DCCP por medio de un estudio interno de frecuencia de compras y entrevistas con compradores principales, diseñaron un listado de fichas de volumen mínimo

(detalladas en el anexo I). En estas “fichas” el proveedor ofertará un precio unitario final, donde se podrá comprar a lo menos una cantidad fija definida con tal de que entregue un precio al por mayor.

Tal como en los casos anteriores, estas fichas de volumen mínimo serán ordenados según ranking de precio unitario creciente, siendo adjudicado el **10%** con un mínimo de 2 proveedores.

5.3. Actualización de precios

Para generar un nuevo método de índice de precios, se diseñó una metodología de reajuste que represente las fluctuaciones del mercado y se aplique con mayor periodicidad, tal como sugiere el capítulo 4.1. También se tomo en consideración las falencias encontradas en el sistema actual y la existencia de estacionalidad en una serie de productos, como lo muestra el capítulo 4.7 .

Se definieron dos tipos de reajuste: (1) Reajustabilidad por IPC por producto específico y (2) Reajustabilidad por estacionalidad.

5.3.1. Reajustabilidad por IPC por producto específico

Esta actualización de precio se basa en ajustar el precio según tendencias inflacionarias, calculado según el IPC por producto específico¹ entregado por el Instituto Nacional de Estadística mensualmente.

En este tipo de reajuste se debe eliminar las estacionalidades del producto, por lo tanto, se diseño un reajuste aplicado dos veces al año: a fines del primer semestre y a fin de año.

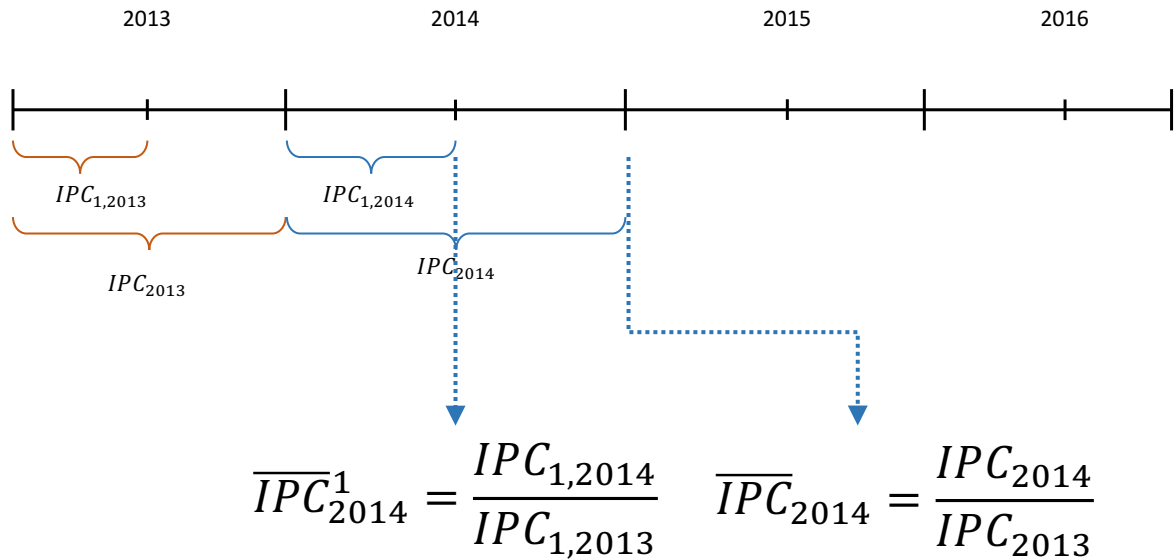
Para el reajuste de primer semestre se considera el promedio del IPC semestral IPC_{st} donde s es el semestre y t el año, para calcular la razón porcentual se divide por el IPC del primer semestre del año anterior $IPC_{s(t-1)}$. Luego para fin de año se considera el promedio anual IPC_t y se calcula la razón porcentual con el año anterior dividiendolo por el IPC_{t-1} . La figura 5.6 representa el cálculo de los dos índices.

Para conseguir el precio reajustado PR , se debe considerar el precio inicial del periodo PIP al cual se multiplica por la razón porcentual previamente mencionada como lo muestra la ecuación 5.2.

$$PR = PIP \cdot \frac{IPC_{st}}{IPC_{s(t-1)}} \quad (5.2)$$

¹Disponible en http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_precios/ipc/base_2013/index.php

Figura 5.6: Diagrama de cálculo de IPC promedio semestral y anual



Donde I_{2013}^1 es el promedio de los IPC del primer semestre y I_{2013} es el promedio de los IPC del año

Luego a fin de año se calcula la razón porcentual anual y se calcula con el mismo precio inicial del periodo PIP para conseguir el precio reajustado PR anual representado en la ecuación 5.3. Resulta necesario tomar el mismo precio base PIP para los dos reajustes, ya que de lo contrario se estaría realizando un doble reajuste a fin de año.

$$PR = PIP \cdot \frac{IPC_t}{IPC_{(t-1)}} \quad (5.3)$$

La figura 5.7 representa el cálculo del reajuste para el primer semestre del año 2014 y final del año 2014.

En caso de existir un reajuste a la baja, no será efectuado manteniéndose el precio de lista del periodo.

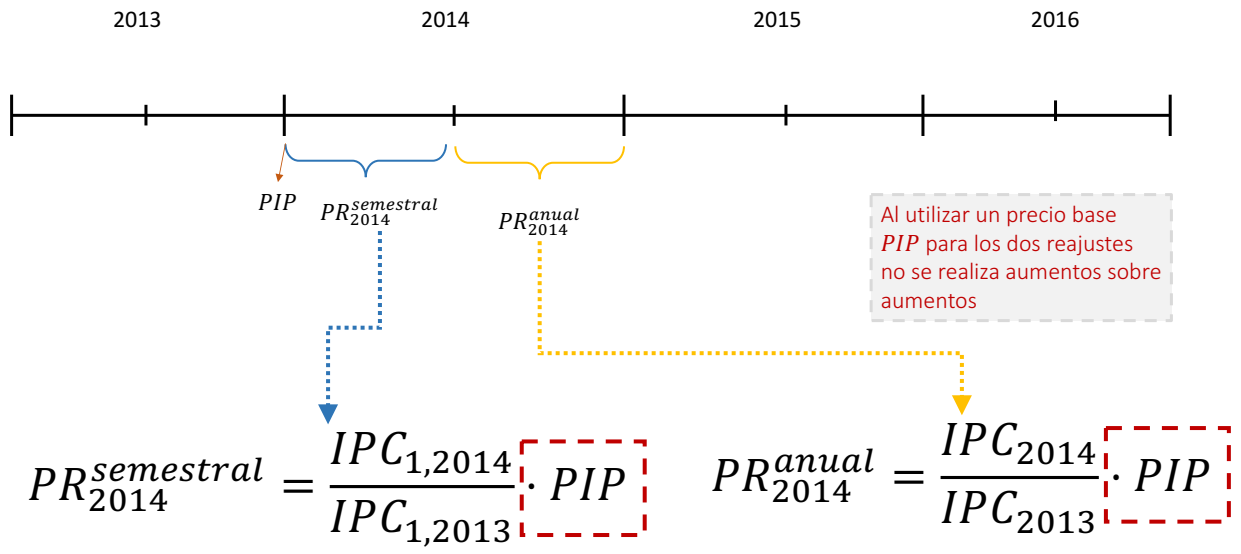
En el apéndice J de los anexos se muestra un ejemplo entregado a la DCCP que ilustra la actualización de precios.

5.3.2. Reajustabilidad por estacionalidad.

El estudio realizado en el capítulo 4.7 concluyó que existe estacionalidad solo en la categoría de “Frutas y Vegetales”. Para tal categoría se propone definir plazos previamente avisados a los proveedores para que puedan subir el precio de productos específicos.

El cálculo de aumento de precio por estacionalidad es posible calcularlo por los precios

Figura 5.7: Diagrama de cálculo de precio reajustado según IPC promedio semestral y anual



entregados semanalmente por parte de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA)².

²<http://www.odepa.gob.cl/>

Conclusión

5.4. Conclusiones

Los Convenios Marco son una modalidad de compra válida y creciente para los organismos del Estado que deben adquirir bienes para su funcionamiento. En este trabajo se propuso evaluar las deficiencias encontradas en el Convenio Marco de Alimentos 2014 para así proponer un rediseño de las bases para el nuevo convenio a licitar en el año 2017. Este nuevo diseño se realizó bajo el marco teórico de tres hipótesis, fue justificado por medio de argumentos cuantitativos y con el fin de medir la eficiencia de cada una de las medidas tomadas por medio de grupos de control y tratamiento.

En relación a los problemas encontrados en el Convenio Marco de Alimentos 2014, se confirmó la existencia de una baja competencia por entrar al mercado (donde el 70 % de las ofertas fueron adjudicadas), la cual se atribuye a un mecanismo de adjudicación deficiente y una catalogación que no promueve la competencia entre proveedores sino genera pequeños monopolios.

Para resolver tal situación, se propusieron dos medidas: la generación de un nuevo mecanismo de adjudicación y la creación de un catálogo de productos detallado y estructurado.

El nuevo mecanismo de adjudicación se basa en la creación de un *ranking* ordenado de forma creciente según precio final de cada producto (el cual incluye transporte e impuestos) siendo este el precio observado por los compradores. El *ranking* es construido para cada producto según su región de despacho, permitiendo así la entrada de proveedores locales competitivos. Por otra parte, según subcategoría el *ranking* será construido por productos idénticos (misma “marca”, “modelo”, “medida”) y otros según producto similar donde la marca no será un diferenciador. Esta división busca promover la competencia en precio, esperando una reducción en los valores ofertados en las subcategorías definidas como competitivas. La adjudicación de cada ranking será por medio de un porcentaje de las ofertas recibidas, las cuales según subcategoría se dividieron en dos grupos: adjudicación inclusiva (donde un 80 % será adjudicado) y adjudicación competitiva (en las cuales un 20 % será seleccionado). Tal medida busca comparar el efecto en precios al momento de agregar mayor selección al convenio, para así lograr mayor eficiencia en precio sin perjuicio de permitir inclusión en subcategorías donde proveedores pequeños tienen oportunidades de proveer al Estado (por ejemplo: frutas y verduras).

Por último, se definieron productos específicos en los cuales existen oportunidades por parte tanto de compradores como proveedores para realizar compras de grandes volúmenes pero con montos relativamente bajos (menores a 1.000 UTM). Para estos se definieron fichas de volumen mínimo. En tales fichas se elegirán un 10 % de las ofertas recibidas según el *ranking* admitiendo a lo menos 2 proveedores para mantener la competencia dentro del mercado. La figura 5.8 resume las distintas modalidades de adjudicación a implementar según la cantidad de proveedores seleccionados.

Figura 5.8: Diagrama de distintas medidas implementadas según cantidad de proveedores adjudicados



La catalogación fue mejorada por medio de el estudio de catálogos existentes de portales donde se comercializan alimentos, confeccionando así un árbol de catalogación base. Con el fin de adaptar tal árbol de catalogación a las necesidades específicas del mercado de público de alimentos, se analizaron las bases de datos transaccionales del convenio de alimentos vigente, generando modificaciones acordes a los perfiles de compra de las unidades del Estado. En definitiva se llegó a un modelo que cuenta con tres niveles de catalogación donde existen 12 categorías, 69 subcategorías y 564 tipos de productos en conjunto de un “diccionario de datos” cual regula la inscripción de los productos según “marca”, “modelo”, “medida” y “atributos extendidos”. Cabe destacar que sin la realización de semejante catalogación, las medidas implementadas en el mecanismo de adjudicación no serían posibles. Ahora bien, se espera que una mejor catalogación por si sola aumente la eficiencia del convenio, permitiendo mayor competencia dentro del mercado por medio de la reducción de fricciones de búsqueda, es decir, será más fácil para los usuarios comparar productos similares y seleccionar mejores precios.

Otro de los problemas encontrados en el presente trabajo fue el reajuste de precios durante la operación del Convenio Marco de Alimentos 2014. Se mostró que la fórmula utilizada actualmente, considera una ventana de tiempo para el cálculo de tendencia la cual no le permite predecir con veracidad aumentos estructurales de los precios, siendo sensible a estacionalidades y fluctuaciones eventuales. Por otra parte, se encontró que efectivamente existen categorías con estacionalidades marcadas (frutas y verduras) donde hay productos que presentan marcadas alzas en ciertos meses del año (por ejemplo: limones en abril y tomates en septiembre), en los que actualmente los proveedores no se les permite reajustar los precios según la variación de sus costos.

Dado lo anterior, se diseñó un método de actualización de precios basado en dos tipos de reajuste: por IPC de producto específico y por estacionalidad. Este primero es realizado dos veces al año, donde el primer semestre se reajusta según la variación porcentual del promedio de 6 meses entre dos periodos iguales (ejemplo: primer semestre 2017 con primer semestre 2016) con el cual será reajustado el precio inicial del periodo. A fin de año se realiza la misma medida pero esta vez considerando el promedio anual del IPC y ajustado el mismo precio el cual se modificó en el primer semestre. Este mecanismo se basa en los índices entregados por parte del Instituto Nacional de Estadística, comprendiendo que es un trabajo complejo y para así aprovechar las sinergias entre las organizaciones del Estado.

El reajuste por estacionalidad se basa en un boletín entregado a los proveedores a comienzo de cada periodo donde se definen los productos, plazos y aumentos porcentuales máximos permitidos en plazos definidos. Estos productos solo pertenecen a la categoría “Frutas y verduras” para los cuales serán utilizados los datos recolectados por parte de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias.

Con la aplicación de este método de actualización de precios se espera una reducción en los precios ofertados por los proveedores ya que reducen la incertidumbre relativa a la modificación de sus precios según sus costos observados.

Por medio de un trabajo en conjunto con la Dirección de Compras y Contrataciones públicas fue posible implementar todas las medidas previamente explicadas en las bases de licitación del Convenio Marco de Alimentos a ser presentadas en el año 2017, que servirán como contribución para futuros diseños de licitación como evidencia empírica de diferentes estrategias para mejorar la eficiencia de los Convenios Marco.

5.5. Limitaciones

Una limitación en este trabajo de tesis fue la calidad de la información disponible. Pese a contar con todas las credenciales necesarias para acceder a las bases de datos de la DCCP y la total disposición de ellos, la estructura de la base de datos no permite un trabajo eficiente para la evaluación. Fueron necesarios una serie de pasos de limpieza y orden de información para hacer de esta una fuente confiable y útil para el diseño de estrategias. De la misma forma, la plataforma actual no almacena información importante como la variación de precios en el tiempo, cobertura regional de los productos o características específicas de los productos, que habrían sido de gran utilidad para diferentes análisis cuantitativos.

En concordancia a lo anterior, en muchas ocasiones se encontraron limitaciones en el diseño de las bases de datos relativas a las capacidades de la plataforma web que administra los Convenios Marco. Existe una mala conexión entre las necesidades de operación de un convenio marco con la lógica de negocios implementada en la plataforma de Mercado Público, dificultando así la implementación de una serie de estrategias.

Otra limitación encontrada en el desarrollo del presente trabajo fue la necesidad de crear un diseño acorde a los marcos legales y capacidades de los agentes (DCCP, compradores y

proveedores). En muchos casos la generación de medidas sofisticadas, como la segmentación de productos diferenciando las marcas según calidad no fue posible ya que existen marcos legales regulados por parte de la Contraloría General de la República que no permiten la discriminación entre marcas. Por otra parte, existen proveedores con variadas capacidad de administración, desde empresas con gran cantidad de personal hasta proveedores independientes que encuentran una oportunidad en la provisión del estado, los cuales sin desmedro de eficiencia son opciones válidas de abastecimiento. Por tanto, es necesario considerar dichas capacidades para así no generar políticas de selección que generen barreras de entrada.

5.6. Trabajos futuros

El diseño realizado en el presente trabajo de tesis busca sentar las bases para la demostración de una serie de hipótesis probadas teóricamente relativas a los Convenios Marco. Dado lo anterior, se considera esta como una oportunidad única de considerar los resultados obtenidos (tanto en la licitación como en la ejecución del nuevo convenio) como un experimento de capo con grupos de control e intervención. Por lo tanto, queda como trabajo futuro la evaluación de los resultados obtenidos en la licitación para ser comparados con el Convenio Marco de Alimentos, donde una serie de métricas serán relevantes al momento de analizar.

Se espera conseguir métricas como la discriminación de precios entre productos adjudicados al 20% y 80%, elasticidad de precio y *switching cost* de los compradores, márgenes de proveedores con los precios actuales y precios externos (como los entregados por la ODEPA en el caso de las frutas y verduras), entre otras. Para esto la aplicación de modelos como *diferencia en diferencia* [1] y modelos de demanda son fundamentales.

La creación del árbol de categorías fue un trabajo donde se requirió una gran cantidad de tiempo y recursos para poder ser realizado de forma apropiada. El convenio marco de alimentos presentaba una serie de características que facilitaron sus catalogación (por ejemplo, la gran cantidad de portales externos con catálogos en línea) pero para replicar dicho trabajo en otros convenios será necesaria la automatización de este proceso para para abordar dichos desafíos. Utilizar herramientas como *natural processing language* [21] son aproximaciones que parecen acordes.

Las hipótesis utilizadas como marco teórico son aplicables para todo tipo de Convenio Marco, ahora bien cada uno de ellos tiene características diferentes. El trabajo realizado en el presente diseño se basó en identificar las oportunidades para aplicar diferentes herramientas según la necesidad, por lo tanto, queda como trabajo futuro la aplicación de la presente metodología en el diseño de otros productos o servicios de Convenio Marco para encontrar los mecanismos adecuados para cada uno de ellos. Se considera que el diseño de convenios relativos a servicios presentan un desafío mayor por la heterogeneidad de los productos y la dificultad de comparar ofertas.

Bibliografía

- [1] Alberto Abadie. Semiparametric difference-in-differences estimators. *The Review of Economic Studies*, 72(1):1–19, 2005.
- [2] Anindya Banerjee, Juan J Dolado, John W Galbraith, David Hendry, et al. Co-integration, error correction, and the econometric analysis of non-stationary data. *OUP Catalogue*, 1993.
- [3] George EP Box and David A Pierce. Distribution of residual autocorrelations in autoregressive-integrated moving average time series models. *Journal of the American statistical Association*, 65(332):1509–1526, 1970.
- [4] Robin Burke. Interactive critiquing for catalog navigation in e-commerce. *Artificial Intelligence Review*, 18(3):245–267, 2002.
- [5] Consip. About us, dic 2016.
- [6] Dirección de Compras y Contrataciones Públicas de Chile. Anuncian nuevos lineamientos de datos abiertos durante chilecompra day, ene 2017.
- [7] Ministerio de Hacienda. Ley 19.886 de compras públicas y reglamento. Gobierno de Chile, ago 2005.
- [8] Michael Dinerstein, Liran Einav, Jonathan Levin, and Neel Sundaresan. Consumer price search and platform design in internet commerce. Technical report, National Bureau of Economic Research, 2014.
- [9] Andrey Fradkin. Search frictions and the design of online marketplaces. *NBER Working Paper*, 2014.
- [10] GSA. Background and history, dic 2016.
- [11] Yonatan Gur, Lijian Lu, and Gabriel Y Weintraub. Framework agreements in procurement: An auction model and design recommendations. 2016.
- [12] Hansel. Reporte anual hansel 2015, dic 2015.
- [13] Hansel. Mikä on puitejärjestely?, dic 2016.

- [14] Rob J Hyndman. *Fit best ARIMA model to univariate time series*, 2017. R package forecast version 8.0.
- [15] INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. *ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) BASE ANUAL 2013*, dic 2013.
- [16] Katri Karjalainen. Estimating the cost effects of purchasing centralization—empirical evidence from framework agreements in the public sector. *Journal of Purchasing and supply Management*, 17(2):87–97, 2011.
- [17] Denis Kwiatkowski, Peter CB Phillips, Peter Schmidt, and Yongcheol Shin. Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root: How sure are we that economic time series have a unit root? *Journal of econometrics*, 54(1-3):159–178, 1992.
- [18] OCDE. *Manual for Framework Agreements*, 2014.
- [19] Guillermo Burr Ortúzar. Análisis sobre los convenios marco de italia y de estados unidos. Trabajo divulgación interna DCCP, jun 2016.
- [20] Daniela Saban, Gabriel Y Weintraub, et al. Procurement mechanisms for differentiated products. In *EC*, page 509. Citeseer, 2015.
- [21] Terry Winograd. Understanding natural language. *Cognitive psychology*, 3(1):1–191, 1972.
- [22] Eric Zivot and Jiahui Wang. *Modeling financial time series with S-Plus®*, volume 191. Springer Science & Business Media, 2007.

Apéndice A

Selección de producto a estudiar

Por el tamaño de la base de datos y la complejidad de normalizar precios a unidades comparables, es necesario crear una estrategia para encontrar productos relevantes a estudiar. Para poder encontrar productos con comportamiento relevante se siguieron 3 pasos: (1) construcción de una métrica de *coeficiente de variación*, (2) revisión de los *coeficiente de variación* en tipos de producto con altas transacciones y (3) selección de productos dentro de los tipo de productos con altas transacciones y *coeficiente de variación* significativos.

Para efectos de este análisis solo se estudiarán las compras realizadas por entidades situadas en la región metropolitana, para así aislar posibles problemas de cobertura y costos de transporte.

La métrica de *coeficiente de variación* corresponde a la fórmula A.1, la cual representa la relación porcentual entre la desviación estandar y el promedio. Altos coeficientes indicarán altas fluctuaciones de precio mientras que bajos coeficientes serán precios más estables.

$$\text{Coeficiente de variación} = \frac{\text{Desviación Estandar}}{\text{Precio Promedio}} \quad (\text{A.1})$$

La tabla A.1 corresponde a las transacciones totales durante el convenio de cada tipo de producto y al promedio de coeficientes de variación por cada producto y proveedor. El tipo de producto “VERDURA FRESCA” cuenta con el 26,6 % de todas las transacciones del convenio y presenta un 13,4 % de coeficiente de variación cuando el promedio en el convenio es de un 5,7 %. “FRUTA FRESCA ” cuenta con mayor variabilidad (18,2 %) su participación es menos de la mitad que “VERDURA FRESCA” (8,9 %).

Dentro de “VERDURA FRESCA”, el producto “TOMATE LARGA VIDA PRIMERA 1 K” es el más transado con cerca de 7.000 compras a lo largo del convenio y presenta un coeficiente de variación del 41,1 % donde el promedio de la categoría es de 6,4 %. En el gráfico A.1 se puede apreciar que productos con menos de 2.000 transacciones registradas presentan coeficientes más altos mas pasada dicha barrera ningún producto supera el 50 % de variación. Esto se puede explicar que al tener menos registro existe mayor diferencia entre los precios observados, ya que los datos analizados solo recopilan los precios cuando hubo una compra.

Tabla A.1: “Tipos de productos” con mayor transacción y coeficiente de variación vendidos en la región metropolitana

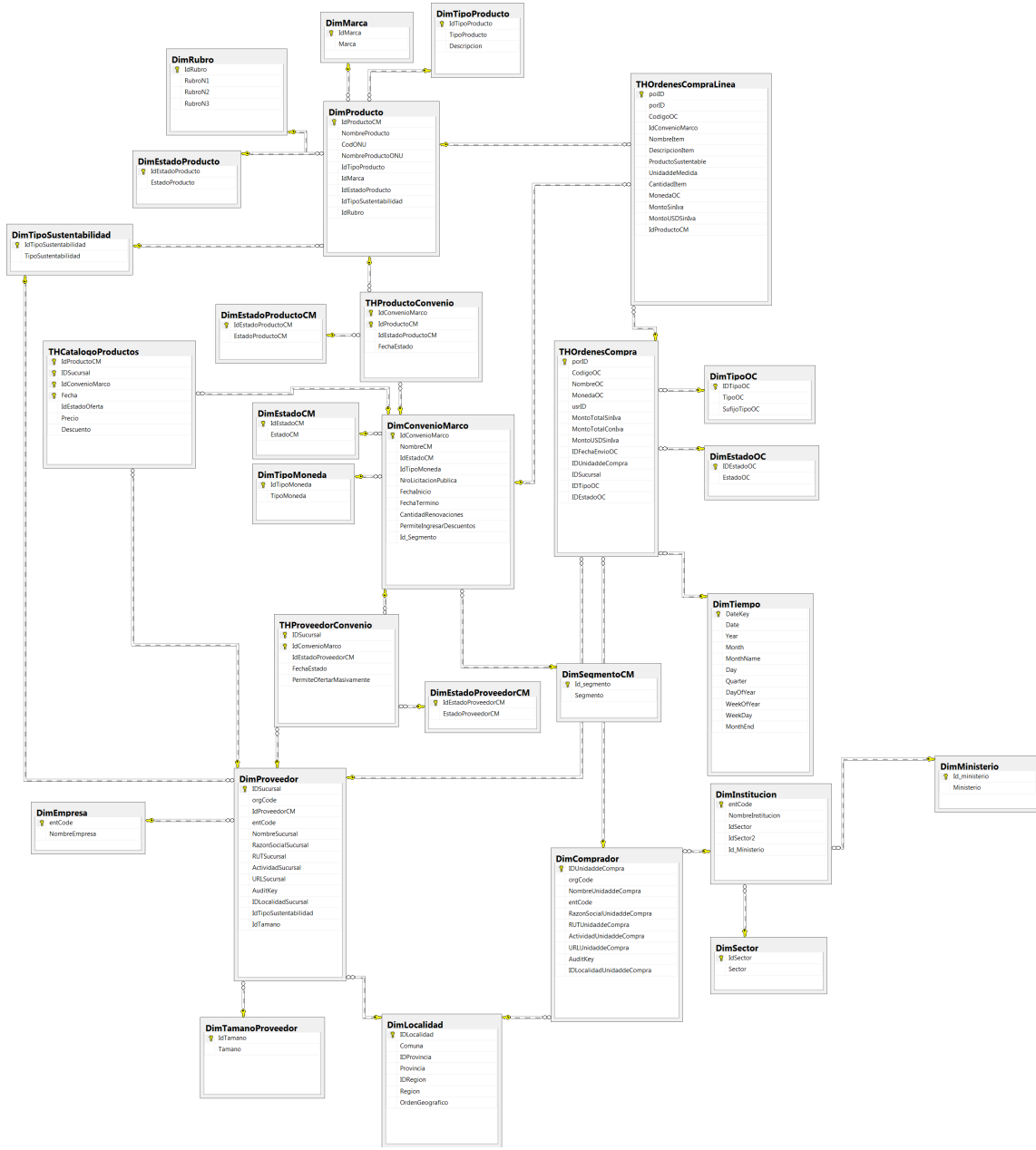
| Nº | Tipo de producto | Transacciones | Coefficiente de Variación Promedio |
|----|-------------------|---------------|------------------------------------|
| 1 | VERDURA FRESCA | 140.423 | 13,4 % |
| 2 | FRUTA FRESCA | 48.120 | 18,2 % |
| 3 | GALLETA | 36.510 | 5,1 % |
| 4 | VERDURA CONGELADA | 23.031 | 21,1 % |
| 5 | JUGO NÉCTAR | 11.805 | 5,1 % |
| 6 | POLLO | 10.877 | 6,2 % |
| 7 | VACUNO AL VACÍO | 10.099 | 19,8 % |

Figura A.1: Transacciones *versus* coeficiente de variación de “Verdura Fresca”



Apéndice B

Modelo entidad relación base de datos transaccional DCCP



Apéndice C

Descripción de mercado

Figura C.1: Proveedores con mayores transacciones

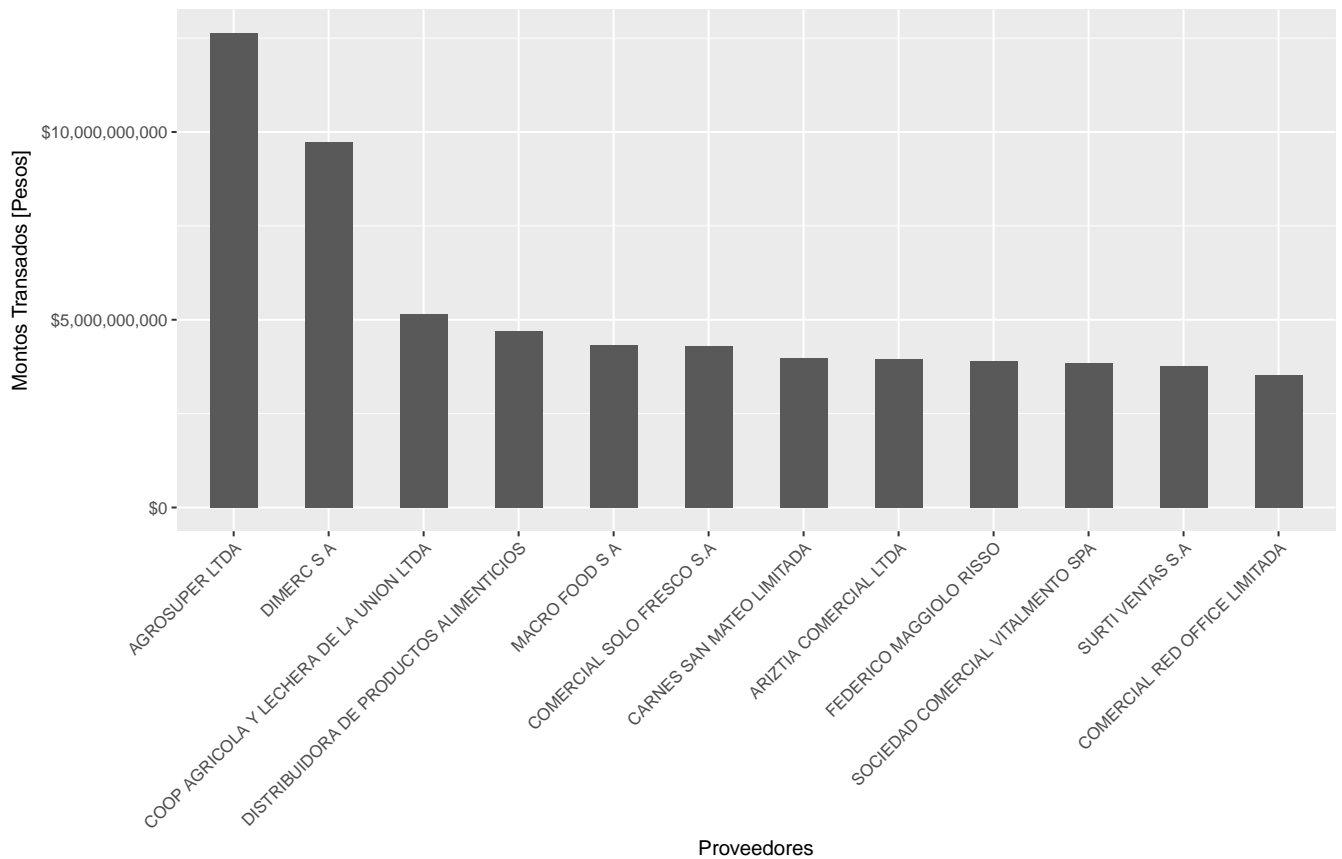


Figura C.2: Participación de compradores CM de Alimentos

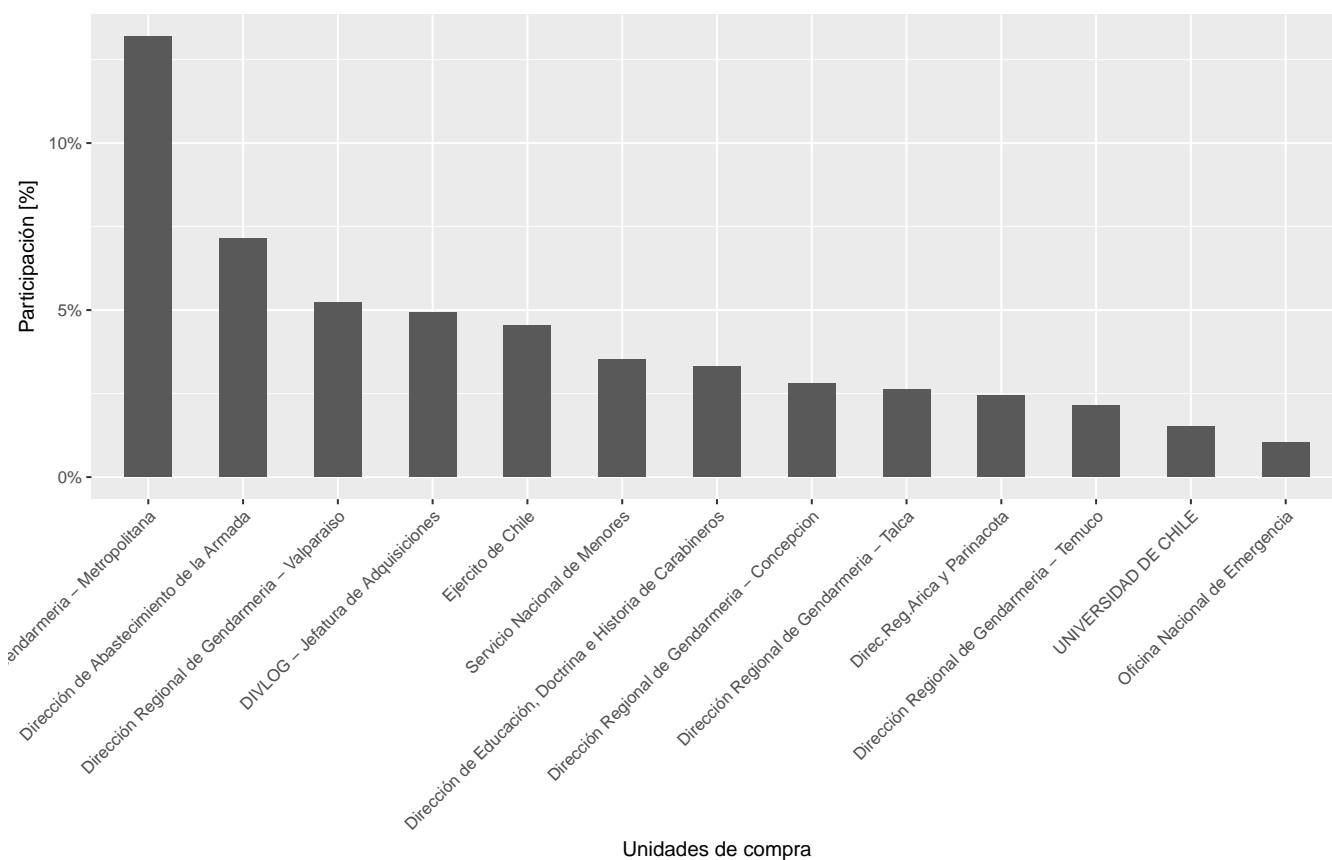


Tabla C.1: Compradores que más transan CM Alimentos

| | Organismos | Monto (Pesos) | Part. |
|----|--|-------------------------|----------------|
| 1 | Gendarmeria - Metropolitana | \$21.081.487.948 | 13,19 % |
| 2 | Dirección de Abastecimiento de la Armada | \$11.408.856.343 | 7,14 % |
| 3 | Gendarmeria - Valparaiso | \$8.342.521.545 | 5,22 % |
| 4 | DIVLOG - Jefatura de Adquisiciones | \$7.862.356.964 | 4,92 % |
| 5 | Ejercito de Chile | \$7.241.163.280 | 4,53 % |
| 6 | Servicio Nacional de Menores | \$5.643.416.940 | 3,53 % |
| 7 | Dirección de Educación, Doctrina e Historia de Carabineros | \$5.281.139.743 | 3,30 % |
| 8 | Gendarmeria - Concepcion | \$4.466.268.002 | 2,79 % |
| 9 | Gendarmeria - Talca | \$4.191.341.835 | 2,62 % |
| 10 | Direc.Reg.Arica y Parinacota | \$3.911.843.949 | 2,45 % |
| 11 | Gendarmeria - Temuco | \$3.408.125.176 | 2,13 % |
| 12 | Universidad de Chile | \$2.423.517.583 | 1,52 % |
| | Totales | \$85.262.039.308 | 53,35 % |

Figura C.3: Promedios mensuales por año de compradores que más transan (en millones)

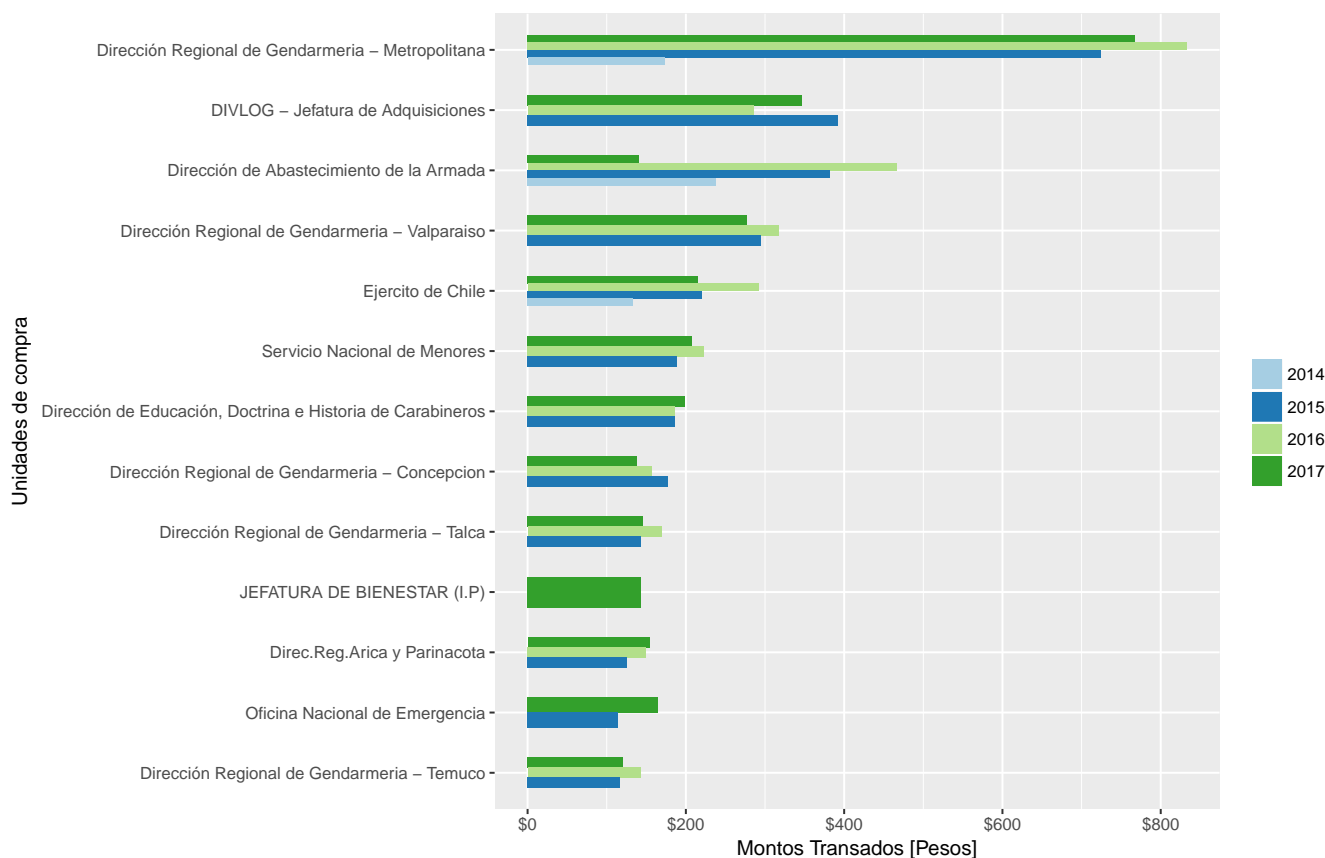
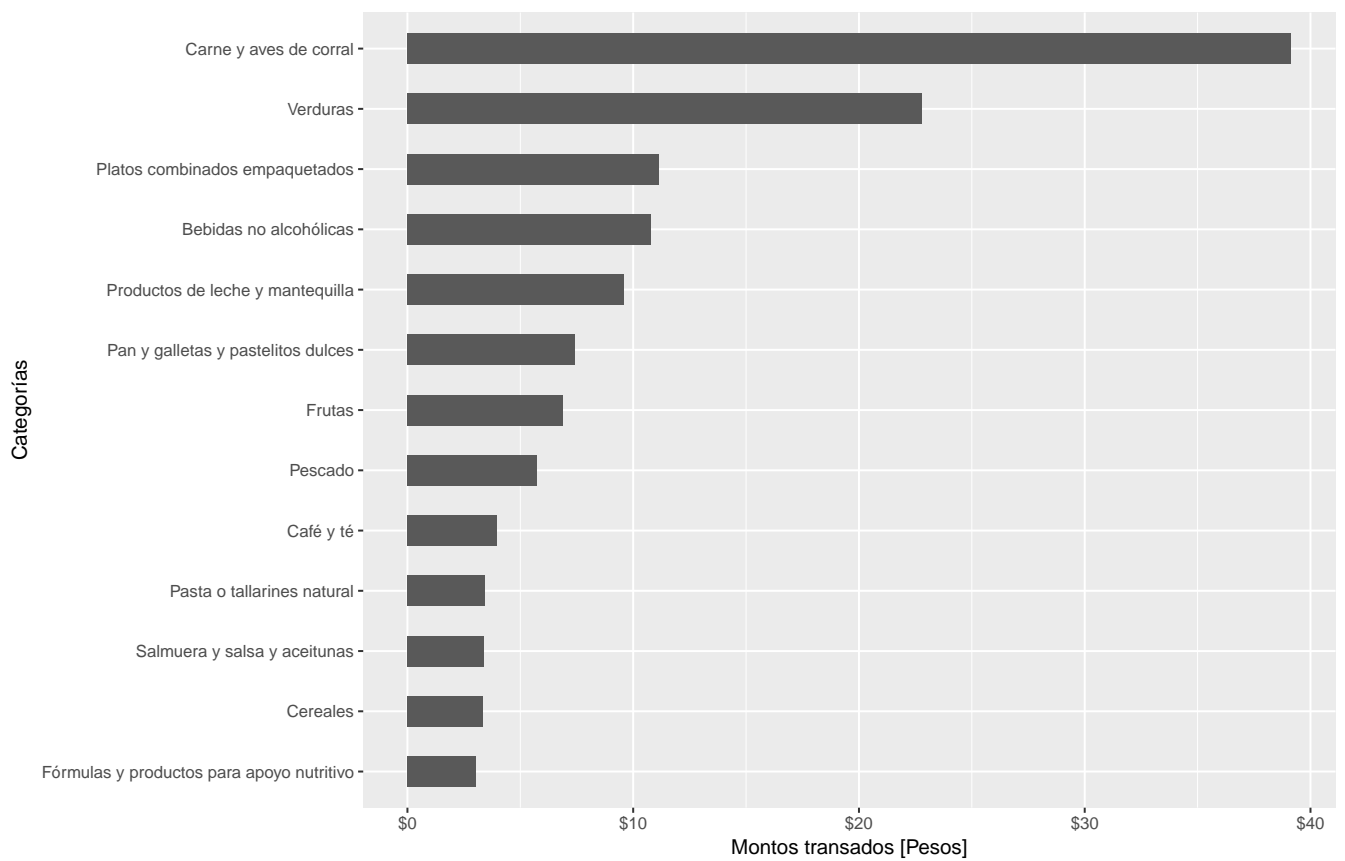


Tabla C.2: Categorías más transadas agosto 2014 - febrero 2017

| | Categorías | Monto (Pesos) | Part. |
|----|---|------------------|---------|
| 1 | Carne y aves de corral | \$39.152.355.350 | 24,50 % |
| 2 | Verduras | \$22.784.560.113 | 14,26 % |
| 3 | Platos combinados empaquetados | \$11.159.456.355 | 6,98 % |
| 4 | Bebidas no alcohólicas | \$10.780.472.591 | 6,75 % |
| 5 | Productos de leche y mantequilla | \$9.569.740.734 | 5,99 % |
| 6 | Pan y galletas y pastelitos dulces | \$7.409.281.063 | 4,64 % |
| 7 | Frutas | \$6.894.277.130 | 4,31 % |
| 8 | Pescado | \$5.738.255.515 | 3,59 % |
| 9 | Café y té | \$3.946.849.816 | 2,47 % |
| 10 | Pasta o tallarines natural | \$3.434.873.975 | 2,15 % |
| 11 | Salmuera y salsa y aceitunas | \$3.400.704.381 | 2,13 % |
| 12 | Cereales | \$3.349.113.691 | 2,10 % |
| 13 | Fórmulas y productos para apoyo nutritivo | \$3.054.019.680 | 1,91 % |

Figura C.4: Categorías más transadas (en miles de millones)



Apéndice D

Histogramas adjudicación

Figura D.1: Asignación puntaje criterio precio alimentos perecibles Convenio Marco Alimentos 2014

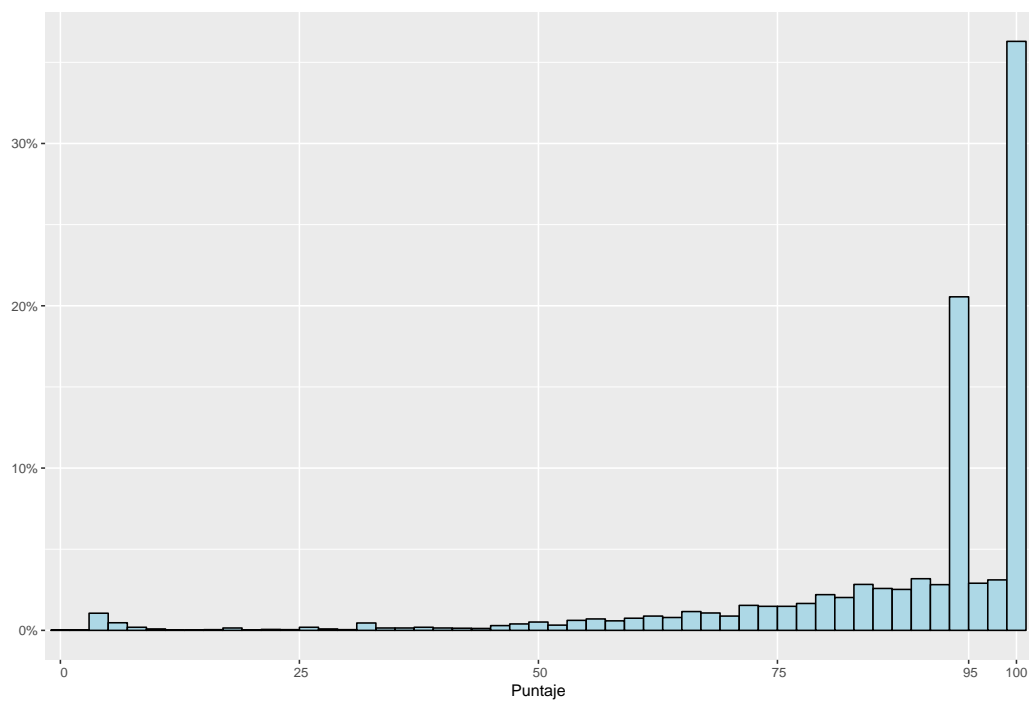


Figura D.2: Asignación puntaje final ponderado alimentos perecibles Convenio Marco Alimentos 2014

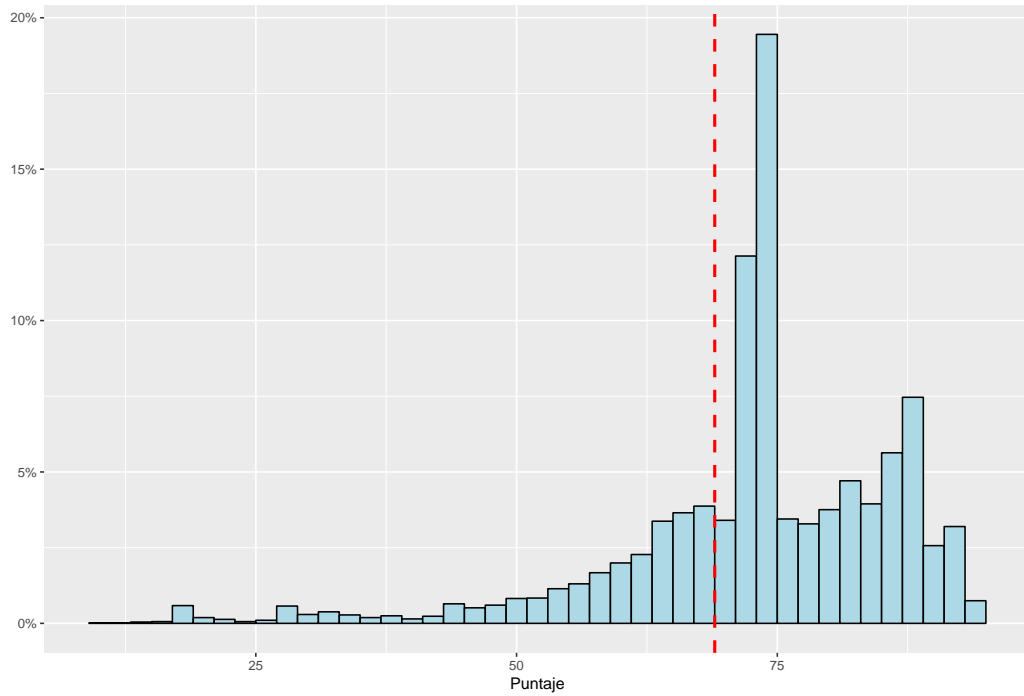


Figura D.3: Asignación puntaje criterio precio alimentos no perecibles Convenio Marco Alimentos 2014

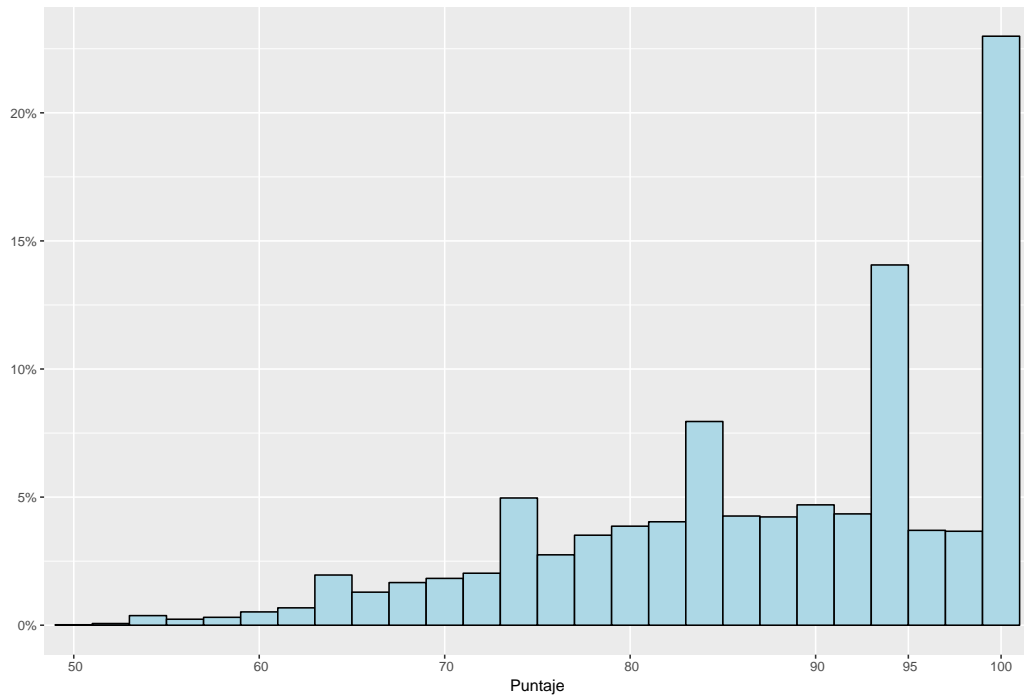
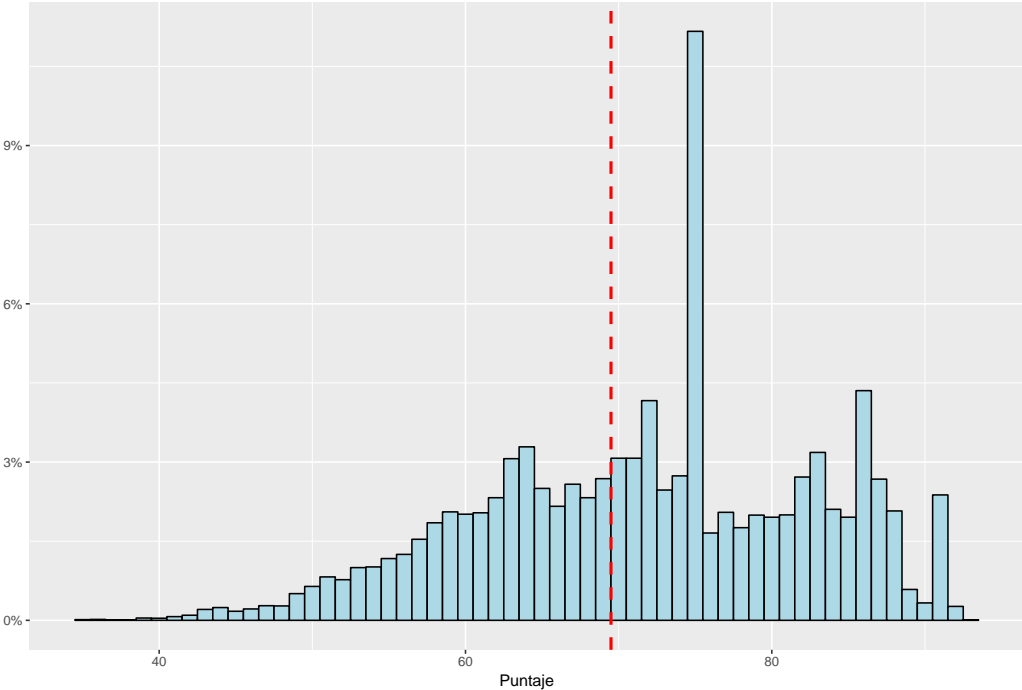


Figura D.4: Asignación puntaje final ponderado alimentos no perecibles Convenio Marco Alimentos 2014



Apéndice E

Evaluación fórmula asignación de puntaje precio

Figura E.1: Precio mínimo 10% del precio promedio

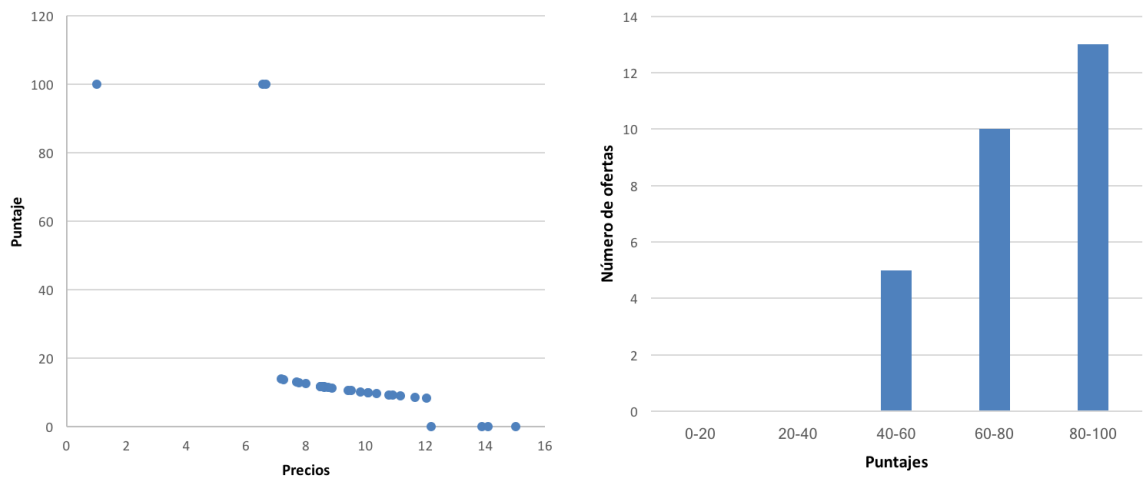


Figura E.2: Precio mínimo 20 % del precio promedio

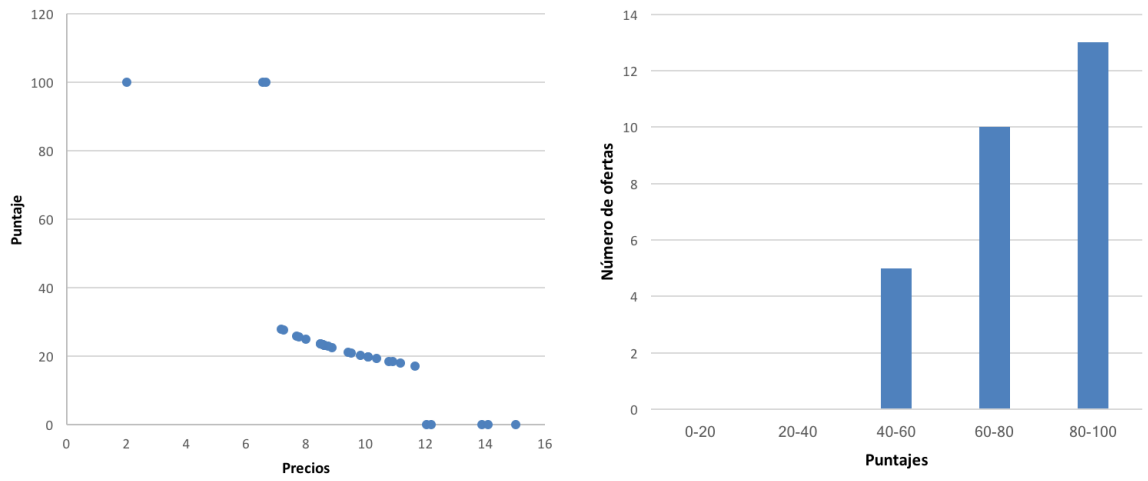


Figura E.3: Precio mínimo 30 % del precio promedio

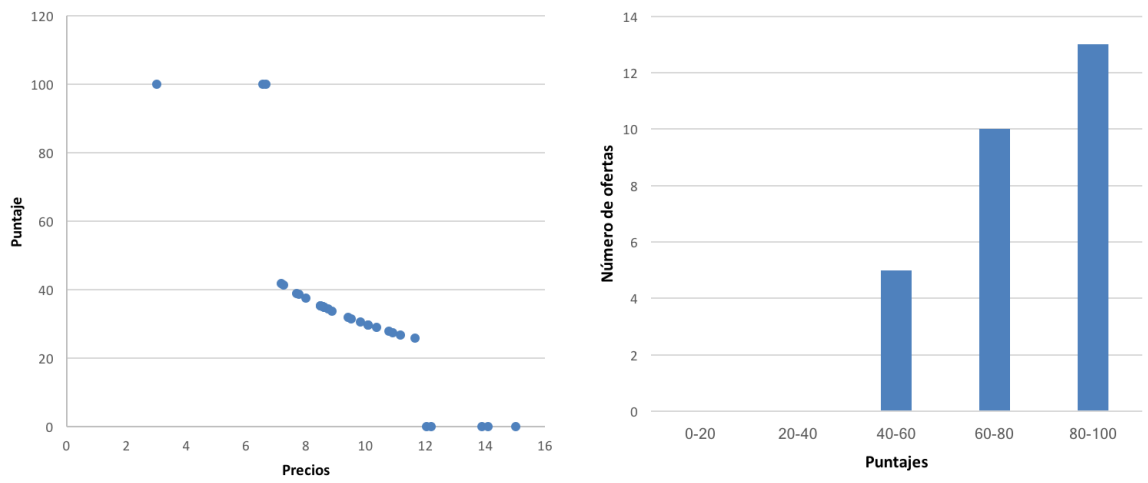


Figura E.4: Precio mínimo 40 % del precio promedio

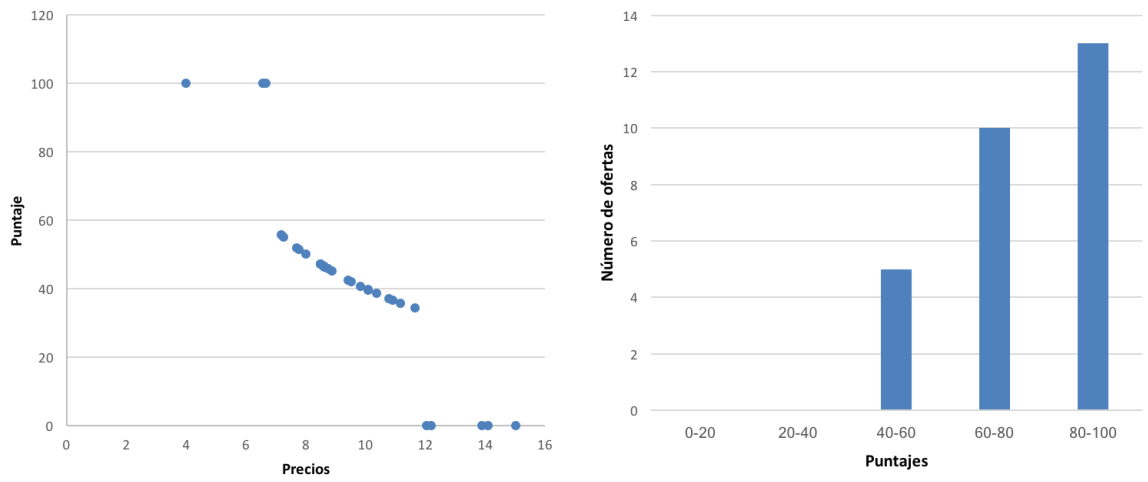


Figura E.5: Precio mínimo 50 % del precio promedio

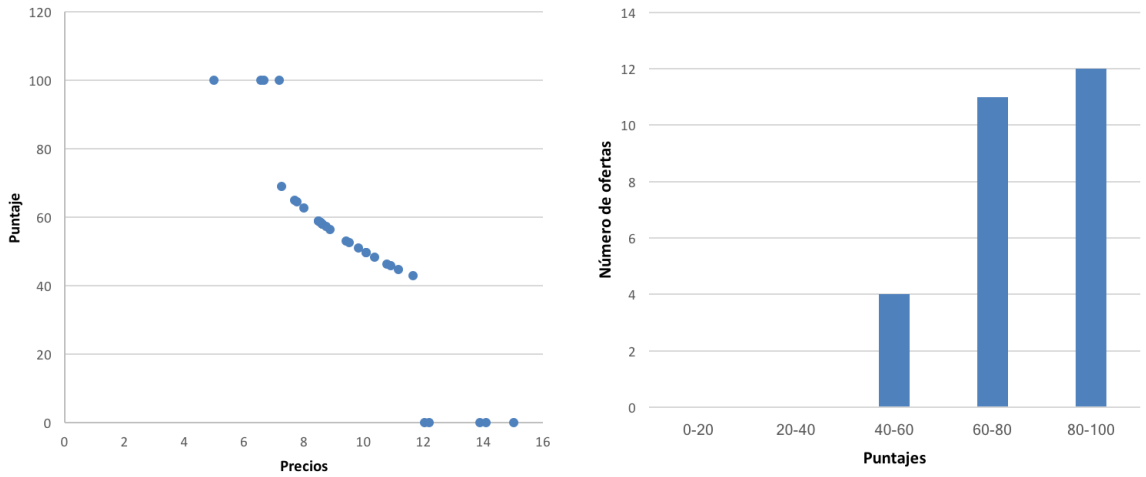


Figura E.6: Precio mínimo 60 % del precio promedio

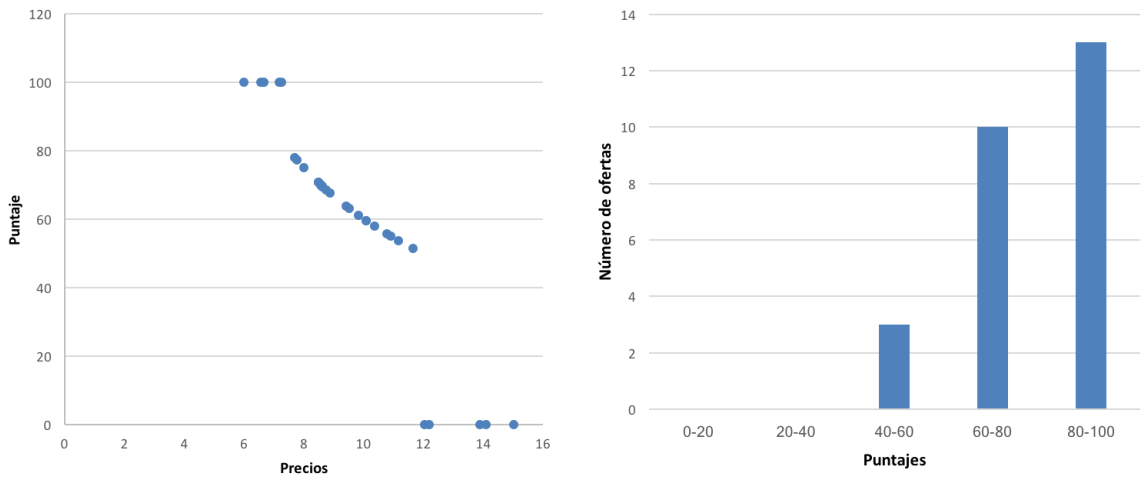


Figura E.7: Precio mínimo 70 % del precio promedio

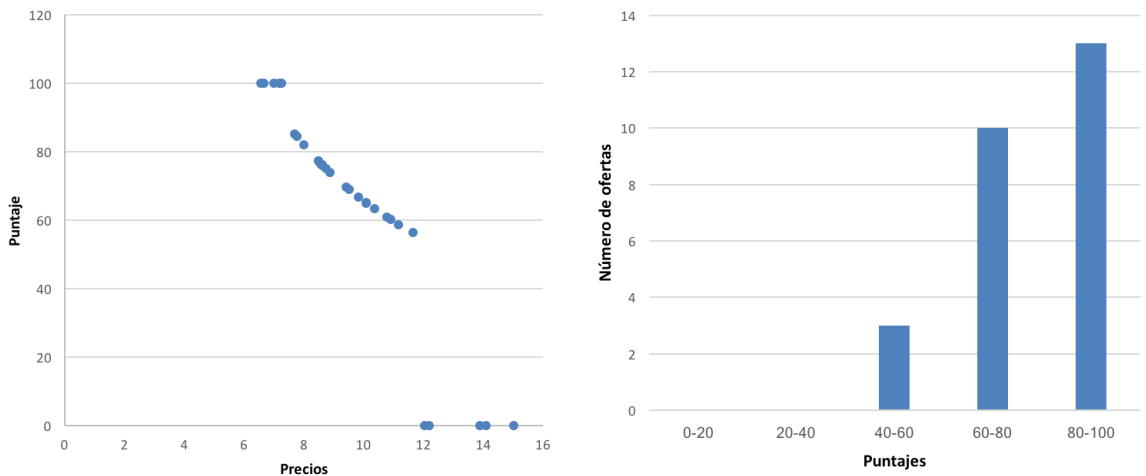
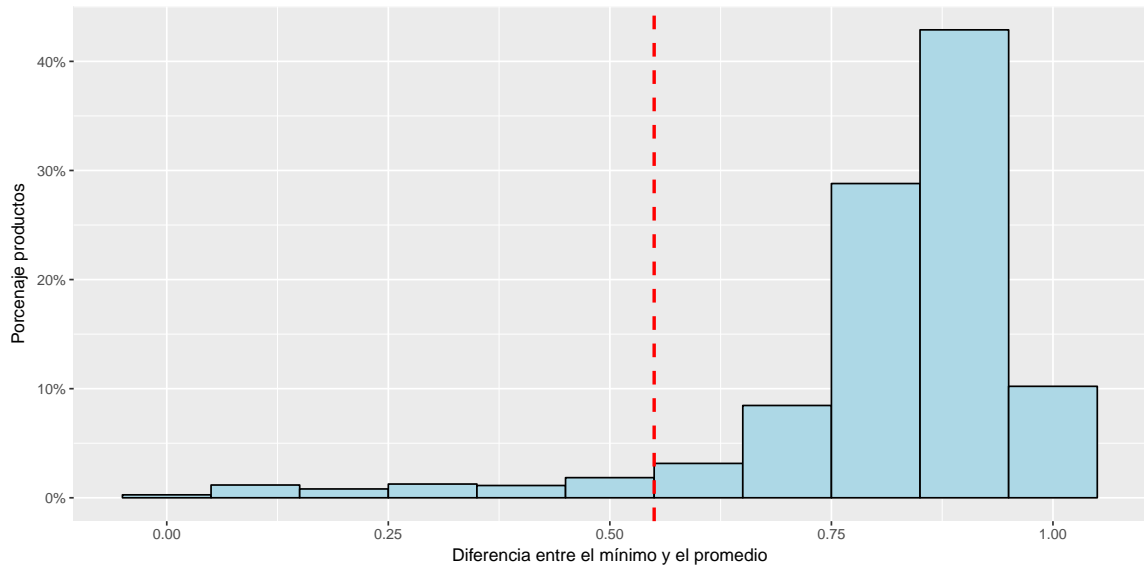


Figura E.8: Histograma diferencia entre precio mínimo y precio promedio



Apéndice F

Tablas catalogación

F.1. Categorización CM Alimentos 2014

| | Subcategoría | Tipo de producto |
|----|-------------------------------|-------------------------|
| 1 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | ACEITE |
| 2 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | ADEREZO ENSALADA |
| 3 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | AJÍ |
| 4 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | BASE |
| 5 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | CALDO |
| 6 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | CONDIMENTOS |
| 7 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | KEPCHUP |
| 8 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | MAYONESA |
| 9 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | MOSTAZA |
| 10 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | SAL |
| 11 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | SALSA DE SOYA |
| 12 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | SALSA DE TOMATE |
| 13 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | SALSA ESPECIAL |
| 14 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | SUCEDANEO |
| 15 | ACEITES, SALSAS Y CONDIMENTOS | VINAGRE |
| 16 | AGUAS | AGUA MINERAL |
| 17 | AGUAS | AGUA PURIFICADA |
| 18 | AGUAS | AGUA SABORIZADA |
| 19 | ARROZ Y LEGUMBRES | ARROZ |
| 20 | ARROZ Y LEGUMBRES | ARVEJA |
| 21 | ARROZ Y LEGUMBRES | GARVANZO |
| 22 | ARROZ Y LEGUMBRES | LENTEJA |
| 23 | ARROZ Y LEGUMBRES | POROTO |
| 24 | ARROZ Y LEGUMBRES | TRIGO MOTE |
| 25 | AZUCARES Y ENDULZANTES | AZÚCAR |
| 26 | AZUCARES Y ENDULZANTES | ENDULZANTE |
| 27 | BEBIDAS | BEBIDAS DESECHABLE |
| 28 | BEBIDAS | BEBIDAS ENERGIZANTE |
| 29 | BEBIDAS | BEBIDAS INDIVIDUAL |
| 30 | BEBIDAS | BEBIDAS ISOTÓNICA |
| 31 | BEBIDAS | BEBIDAS LIGHT |
| 32 | BEBIDAS | BEBIDAS RETORNABLE |
| 33 | CAJAS DE ALIMENTOS | CAJA DE ALIMENTO |
| 34 | CARNICERÍA | CERDO |
| 35 | CARNICERÍA | CERDO AL VACIO |
| 36 | CARNICERÍA | PAVO |
| 37 | CARNICERÍA | PAVO AL VACIO |
| 38 | CARNICERÍA | POLLO |
| 39 | CARNICERÍA | POLLO AL VACIO |
| 40 | CARNICERÍA | VACUNO |

| | | |
|----|---------------------|---------------------|
| 41 | CARNICERÍA | VACUNO AL VACIO |
| 42 | CEREALES | BARRA DE CEREAL |
| 43 | CEREALES | CEREAL |
| 44 | CERVEZAS | CERVEZA CON ALCOHOL |
| 45 | CERVEZAS | CERVEZA SIN ALCOHOL |
| 46 | COCKTAIL Y SNACK | CABRITAS |
| 47 | COCKTAIL Y SNACK | ENCURTIDO |
| 48 | COCKTAIL Y SNACK | GALLETA SALADA |
| 49 | COCKTAIL Y SNACK | PAPA FRITA |
| 50 | COCKTAIL Y SNACK | PASTA UNTABLE |
| 51 | COCKTAIL Y SNACK | RAMITA |
| 52 | COCKTAIL Y SNACK | SNACK |
| 53 | COCKTAIL Y SNACK | SOUFLE |
| 54 | COCKTAIL Y SNACK | TORTILLA DE MAIZ |
| 55 | COMIDA PREPARADA | PLATO AL VACIO |
| 56 | COMIDA PREPARADA | PLATO ENVASADO |
| 57 | CONFITERÍA | ALFAJOR |
| 58 | CONFITERÍA | CARAMELO |
| 59 | CONFITERÍA | CHICLE |
| 60 | CONFITERÍA | CHOCOLATE |
| 61 | CONFITERÍA | GALLETA |
| 62 | CONFITERÍA | GALLETÓN |
| 63 | CONFITERÍA | PASTELITO |
| 64 | CONFITERÍA | QUEQUITO |
| 65 | CONGELADOS | CHURRASCO |
| 66 | CONGELADOS | COMIDA CONGELADA |
| 67 | CONGELADOS | FRUTA CONGELADA |
| 68 | CONGELADOS | HAMBURGUESA |
| 69 | CONGELADOS | HELADO |
| 70 | CONGELADOS | HIELO |
| 71 | CONGELADOS | LOMITO |
| 72 | CONGELADOS | MARISCO CONGELADO |
| 73 | CONGELADOS | PAN CONGELADO |
| 74 | CONGELADOS | PESCADO CONGELADO |
| 75 | CONGELADOS | VERDURA CONGELADA |
| 76 | CONSERVAS | FRUTAS EN CONSERVA |
| 77 | CONSERVAS | MARISCO EN CONSERVA |
| 78 | CONSERVAS | PESCADO EN CONSERVA |
| 79 | CONSERVAS | VERDURA EN CONSERVA |
| 80 | DULCES Y MERMELADAS | DULCE DE ALCAYOTA |
| 81 | DULCES Y MERMELADAS | DULCE DE MEMBRILLO |

| | | |
|-----|----------------------------------|----------------------|
| 82 | DULCES Y MERMELADAS | DULCE DE MORA |
| 83 | DULCES Y MERMELADAS | MANJAR |
| 84 | DULCES Y MERMELADAS | MERMELADA |
| 85 | DULCES Y MERMELADAS | MIEL |
| 86 | ESPUMANTES | SIDRA |
| 87 | ESPUMANTES | VINO ESPUMANTE |
| 88 | FIAMBRERÍA | CECINA |
| 89 | FIAMBRERÍA | EMBUTIDO |
| 90 | FIAMBRERÍA | PATÉ |
| 91 | FRUTAS Y VERDURAS | FRUTA FRESCA |
| 92 | FRUTAS Y VERDURAS | VERDURA FRESCA |
| 93 | FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS | FRUTO DESHIDRATADO |
| 94 | FRUTOS SECOS Y DESHIDRATADOS | FRUTO SECO |
| 95 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | ALMIDÓN DE MAIZ |
| 96 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | AVENA |
| 97 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | CHUÑO |
| 98 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | HARINA |
| 99 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | LEVADURA |
| 100 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | MEZCLA PARA HORNEAR |
| 101 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | POLENTA |
| 102 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | POLVO DE HORNEAR |
| 103 | HARINAS Y PRODUCTOS PARA HORNEAR | SEMOLA |
| 104 | HUEVOS | HUEVO |
| 105 | INFUSIONES | CAFÉ |
| 106 | INFUSIONES | HIERBA |
| 107 | INFUSIONES | TÉ |
| 108 | JUGOS | JUGO CONCENTRADO |
| 109 | JUGOS | JUGO EN POLVO |
| 110 | JUGOS | JUGO LIGHT/DIET |
| 111 | JUGOS | JUGO LÍQUIDO |
| 112 | JUGOS | JUGO NÉCTAR |
| 113 | JUGOS | PULPA |
| 114 | LECHES | LECHE BLANCA |
| 115 | LECHES | LECHE CONDENSADA |
| 116 | LECHES | LECHE EN POLVO |
| 117 | LECHES | LECHE EVAPORADA |
| 118 | LECHES | LECHE SABORIZADA |
| 119 | LECHES | LECHE SIN LACTOSA |
| 120 | LECHES | SABORIZANTE DE LECHE |
| 121 | LICORES | LICOR |
| 122 | LICORES | PISCO |

| | | |
|-----|--------------------------|------------------------|
| 123 | LICORES | RON |
| 124 | LICORES | TEQUILA |
| 125 | LICORES | VODKA |
| 126 | LICORES | WHISKY |
| 127 | MANTEQUILLAS Y OTROS | MANTECA |
| 128 | MANTEQUILLAS Y OTROS | MANTEQUILLA |
| 129 | MANTEQUILLAS Y OTROS | MARGARINA |
| 130 | NUTRICIÓN COMPLEMENTARIA | SUPLEMENTO NUTRICIONAL |
| 131 | PANADERÍA | EMPANADA |
| 132 | PANADERÍA | MASA PREPARADA |
| 133 | PANADERÍA | PAN |
| 134 | PANADERÍA | PIZZA |
| 135 | PANADERÍA | PIZZETA |
| 136 | PANADERÍA | PRE PIZZA |
| 137 | PASTAS | FIDEO |
| 138 | PASTELERÍA | BERLIN |
| 139 | PASTELERÍA | BISCOCHO |
| 140 | PASTELERÍA | COCO RAYADO |
| 141 | PASTELERÍA | CREMA |
| 142 | PASTELERÍA | DISCO TORTA |
| 143 | PASTELERÍA | KUCHEN |
| 144 | PASTELERÍA | MASA PANQUEQUE |
| 145 | PASTELERÍA | MOSTACILLA |
| 146 | PASTELERÍA | PASTEL |
| 147 | PASTELERÍA | PERLA |
| 148 | PASTELERÍA | PIE DE LIMÓN |
| 149 | PASTELERÍA | QUEQUE |
| 150 | PASTELERÍA | SALSA DULCE |
| 151 | PASTELERÍA | STRUDEL |
| 152 | PASTELERÍA | TARTELETA |
| 153 | PASTELERÍA | TORTA |
| 154 | PESCADERÍA | MARISCO FRESCO |
| 155 | PESCADERÍA | PESCADO FRESCO |
| 156 | POSTRE EN POLVO | POSTRE EN POLVO |
| 157 | PURÉ Y SOPAS | COMIDA INSTANTANEA |
| 158 | PURÉ Y SOPAS | PURÉ |
| 159 | PURÉ Y SOPAS | SOPA |
| 160 | QUESO | QUESO |
| 161 | VINOS | VINO BLANCO |
| 162 | VINOS | VINO TINTO |
| 163 | YOGURT Y POSTRES | POSTRE REFRIGERADO |

| | | |
|-----|------------------|--------------------|
| 164 | YOGURT Y POSTRES | PROBIÓTICO |
| 165 | YOGURT Y POSTRES | YOGURT BATIDO |
| 166 | YOGURT Y POSTRES | YOGURT CON CEREAL |
| 167 | YOGURT Y POSTRES | YOGURT CON FRUTA |
| 168 | YOGURT Y POSTRES | YOGURT LIGHT |
| 169 | YOGURT Y POSTRES | YOGURT SIN LACTOSA |

F.2. Tabla productos con variación del IPC

| Nº | Productos | Nº | Productos |
|----|--------------------------|----|----------------------------------|
| 1 | ARROZ | 43 | TOMATE |
| 2 | HARINA | 44 | ZANAHORIA |
| 3 | CEREAL | 45 | ZAPALLO |
| 4 | PAN | 46 | ZAPALLO ITALIANO |
| 5 | GALLETA | 47 | VERDURAS DE ESTACIÓN |
| 6 | PRODUCTOS DE REPOSTERÍA | 48 | VERDURAS CONGELADAS |
| 7 | MASAS SALADAS PREPARADAS | 49 | VERDURAS EN CONSERVA |
| 9 | PASTAS | 50 | VERDURAS ENCURTIDAS |
| 10 | CARNE DE VACUNO | 51 | LEGUMBRES |
| 11 | CARNE DE CERDO | 52 | PAPA |
| 12 | CARNE DE PAVO | 53 | PAPAS CONGELADAS Y DESHIDRATADAS |
| 13 | CARNE DE POLLO | 54 | PAPAS FRITAS |
| 14 | CECINAS | 55 | AZÚAR |
| 15 | HAMBURGUESA | 57 | MERMELADA |
| 16 | PESCADOS | 58 | MANJAR Y DULCES UNTABLES |
| 17 | MARISCOS | 59 | CARAMELOS Y GOMA DE MASCAR |
| 18 | PESCADOS EN CONSERVA | 60 | CHOCOLATE |
| 19 | MARISCOS EN CONSERVA | 61 | HELADO |
| 20 | LECHE EN POLVO | 62 | SAL |
| 21 | LECHE LÍQUIDA | 63 | HIERBAS, ESPECIAS Y CONDIMENTOS |
| 22 | LECHE CONSERVADA | 64 | SALSAS |
| 23 | YOGHURT | 65 | ADEREZOS |
| 24 | POSTRES LÁCTEOS | 66 | SOPAS Y CREMAS |
| 25 | QUESO | 67 | ALIMENTOS PARA BEBÉ |
| 26 | HUEVOS | 68 | POSTRES NO LÁCTEOS |
| 27 | MANTEQUILLA | 69 | CAFÉ Y SUCEDANEOS |
| 28 | MARGARINA | 70 | TÉ |
| 29 | ACEITE VEGETAL | 71 | SABORIZANTE PARA LECHE |
| 30 | MANZANA | 72 | AGUA EMBOTELLADA |
| 31 | NARANJA | 73 | BEBIDA GASEOSA |
| 32 | PERA | 75 | JUGO LÍQUIDO |
| 33 | PLÁTANO | 76 | JUGO EN POLVO |
| 34 | FRUTAS DE ESTACIÓN | 77 | PISCO |

| | | | |
|----|---------------------|----|-----|
| 35 | FRUTOS SECOS | 78 | RON |
| 36 | FRUTAS EN CONSERVA | | |
| 37 | ACELGA Y ESPINACA | | |
| 38 | CEBOLLA Y CEBOLLÍN | | |
| 39 | LECHUGA | | |
| 40 | LIMÓN | | |
| 41 | PALTA | | |
| 42 | PIMENTÓN Y PIMIENTO | | |

F.3. Nuevo arbol de categorización

| Categoría | Subcategoría |
|--|---------------------------------|
| Alimentos especiales | Leches Especiales |
| | Productos Sin Gluten |
| | Suplementos |
| Alimentos para Bebés | Cereales Para Bebe |
| | Comida Para Bebe |
| | Leche Para Bebe |
| | Postres Para Bebe |
| Bebidas | Aguas |
| | Jugos |
| | Bebidas |
| Cajas de Alimento y bolsas de colación | Canastas |
| Carnes | Carnes Procesadas |
| | Cerdo |
| | Pavo |
| | Pollo |
| | Vacuno |
| Carnes Congeladas | Carnes Procesadas Congeladas |
| | Cerdo Congelado |
| | Pavo Congelado |
| | Pollo Congelado |
| | Vacuno Congelado |
| | Hamburguesas Y Churrascos |
| | Apanados |
| Congelados | Frutas Y Verduras Congeladas |
| | Hielo, Helados Y Postres |
| | Pescados Y Mariscos Congelados |
| | Comida Preparada |
| | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| Conservas y Latas | Conservas |
| | Pouches |

| | |
|-----------------------|------------------------------|
| Despensa | Aceites |
| | Arroz |
| | Azúcar |
| | Cóctel |
| | Comida Instantánea |
| | Confitería |
| | Dulces |
| | Encurtidos |
| | Endulzantes |
| | Frutos Secos |
| | Harinas Y Féculas |
| | Huevos |
| | Legumbres |
| | Pastas |
| | Postres Para Preparar |
| | Saborizante De Leche |
| | Salsas Y Condimentos |
| | Semillas Y Cereales |
| | Sopa, Caldos Y Bases |
| | Té, Café |
| Vinagres Y Sucedáneos | |
| Fiambres y embutidos | Embutido |
| | Fiambrería |
| Frutas y Vegetales | Fruta Fresca |
| | Frutas Y Verduras Procesadas |
| | Verdura Fresca |
| Lácteos y derivados | Derivados De Lácteos |
| | Yogurt |
| | Leche líquida |
| | Leche en polvo |
| | Leche saborizada |

| | |
|--------------|-------------------------|
| Panadería | Masas Y Tortillas |
| | Pan Envasado |
| | Pan Fresco |
| | Repostería |
| Portion Pack | Aderezos |
| | Desayunos Y Dulce |
| | Mantequilla Y Margarina |
| | Sal Y Condimentos |

Apéndice G

Subcategorías de evaluación producto idéntico y producto similar

Tabla G.1: Subcategorías con evaluación según producto idéntico.

| Nº | Producto Idéntico (Marca, modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 1 | Leches Especiales |
| 2 | Productos Sin Gluten |
| 3 | Suplementos |
| 4 | Jugos |
| 5 | Bebidas |
| 6 | Canastas |
| 7 | Hielo, Helados Y Postres |
| 8 | Pouches |
| 9 | Confitería |
| 10 | Té, Café |
| 11 | Derivados De Lácteos |
| 12 | Yogurt |
| 13 | Leche líquida |
| 14 | Leche en polvo |
| 15 | Leche saborizada |

Tabla G.2: Subcategorías con evaluación según producto similar

| N° | Producto Similar (Modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 1 | Cereales Para Bebe |
| 2 | Comida Para Bebe |
| 3 | Leche Para Bebe |
| 4 | Postres Para Bebe |
| 5 | Aguas |
| 6 | Carnes Procesada |
| 7 | Cerdo |
| 8 | Pavo |
| 9 | Pollo |
| 10 | Vacuno |
| 11 | Carnes Procesadas Congeladas |
| 12 | Cerdo Congelado |
| 13 | Pavo Congelado |
| 14 | Pollo Congelado |
| 15 | Vacuno Congelado |
| 16 | Hamburguesas Y Churrascos |
| 17 | Apanados |
| 18 | Frutas Y Verduras Congeladas |
| 19 | Pescados Y Mariscos Congelados |
| 20 | Comida Preparada |
| 21 | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| 22 | Conservas |
| 23 | Aceites |
| 24 | Arroz |
| 25 | Azúcar |
| 26 | Cóctel |
| 27 | Comida Instantánea |
| 28 | Dulces |
| 29 | Encurtidos |
| 30 | Endulzantes |

| N° | Producto Similar (Modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 31 | Frutos Secos |
| 32 | Harinas Y Féculas |
| 33 | Huevos |
| 34 | Legumbres |
| 35 | Pastas |
| 36 | Postres Para Preparar |
| 37 | Saborizante De Leche |
| 38 | Salsas Y Condimentos |
| 39 | Semillas Y Cereales |
| 40 | Sopa, Caldos Y Bases |
| 41 | Vinagres Y Sucedáneos |
| 42 | Embutido |
| 43 | Fiambrería |
| 44 | Fruta Fresca |
| 45 | Frutas Y Verduras Procesadas |
| 46 | Verdura Fresca |
| 47 | Masas Y Tortillas |
| 48 | Pan Envasado |
| 49 | Pan Fresco |
| 50 | Repostería |
| 51 | Aderezos |
| 52 | Desayunos Y Dulce |
| 53 | Mantequilla Y Margarina |
| 54 | Sal Y Condimentos |

Apéndice H

Subcategorías con adjudicación inclusiva y competitiva

Tabla H.1: Subcategorías con adjudicación inclusiva, 80 %

| N° | Subcategoría |
|----|--------------------------------|
| 1 | Azúcar |
| 2 | Bebidas |
| 3 | Comida Preparada |
| 4 | Conservas |
| 5 | Desayunos Y Dulce |
| 6 | Dulces |
| 7 | Embutido |
| 8 | Endulzantes |
| 9 | Fruta Fresca |
| 10 | Harinas Y Féculas |
| 11 | Hielo, Helados Y Postres |
| 12 | Huevos |
| 13 | Leches Especiales |
| 14 | Mantequilla Y Margarina |
| 15 | Masas Y Tortillas |
| 16 | Pan Envasado |
| 17 | Pan Fresco |
| 18 | Pescados Y Mariscos Congelados |
| 19 | Pouches |
| 20 | Productos Sin Gluten |
| 21 | Repostería |
| 22 | Sal Y Condimentos |
| 23 | Salsas Y Condimentos |
| 24 | Semillas Y Cereales |
| 25 | Verdura Fresca |

Tabla H.2: Subcategorías con adjudicación competitiva, 20 %

| Nº | Subcategoría |
|----|------------------------------|
| 1 | Aceites |
| 2 | Aderezos |
| 3 | Aguas |
| 4 | Apanados |
| 5 | Arroz |
| 6 | Carnes Procesadas |
| 7 | Carnes Procesadas Congeladas |
| 8 | Cerdo |
| 9 | Cerdo Congelado |
| 10 | Cereales Para Bebe |
| 11 | Cóctel |
| 12 | Comida Instantánea |
| 13 | Comida Para Bebe |
| 14 | Confitería |
| 15 | Derivados De Lácteos |
| 16 | Encurtidos |
| 17 | Fiambrería |
| 18 | Frutas Y Verduras Congeladas |
| 19 | Frutas Y Verduras Procesadas |
| 20 | Frutos Secos |
| 21 | Hamburguesas Y Churrascos |
| 22 | Jugos |
| 23 | Leche en polvo |
| 24 | Leche líquida |
| 25 | Leche Para Bebe |

| N° | Subcategoría |
|----|---------------------------------|
| 26 | Leche saborizada |
| 27 | Legumbres |
| 28 | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| 29 | Pastas |
| 30 | Pavo |
| 31 | Pavo Congelado |
| 32 | Pollo |
| 33 | Pollo Congelado |
| 34 | Postres Para Bebe |
| 35 | Postres Para Preparar |
| 36 | Saborizante De Leche |
| 37 | Sopa, Caldos Y Bases |
| 38 | Suplementos |
| 39 | Té, Café |
| 40 | Vacuno |
| 41 | Vacuno Congelado |
| 42 | Vinagres Y Sucedáneos |
| 43 | Yogurt |

Apéndice I

Fichas de volumen mínimo

Tabla I.1: Fichas de volumen mínimo con adjudicación del 10 % de las ofertas

| Nº | FICHA | Q Min. | UNIDAD |
|----|---|--------|--------|
| 1 | AGUA MINERAL CCU SIN GAS CACHANTUN 500 CC UNIDAD | 100 | UNIDAD |
| 2 | BEBIDA ZERO AZUCAR SPRITE LATA 350 CC UNIDAD | 100 | UNIDAD |
| 3 | CAFÉ NESCAFE TRADICIÓN TARRO 400 GR UNIDAD | 200 | UNIDAD |
| 4 | LOMO CENTRO CERDO MARINADO KILO | 30 | KILOS |
| 5 | PULPA CERDO SUPER CERDO PIERNA MARINADO KILO | 30 | KILOS |
| 6 | FRUTA FRESCA - PLATANO 1 K UNIDAD | 100 | KILOS |
| 7 | HUEVO PRIMERA 54-61 GR BLANCO UNIDAD | 200 | UNIDAD |
| 8 | JUGO LÍQUIDO COLUN NECTAR DAMASCO 200CC UNIDAD | 100 | UNIDAD |
| 9 | LECHE EN POLVO MACRO SEMI DESCREMADA BOLSA 12% KILO | 100 | UNIDAD |
| 10 | LECHE SABORIZADA COLUN TETRA PACK FRUTILLA 200CC UNIDAD | 100 | UNIDAD |
| 11 | LECHE SABORIZADA COLUN TETRA PACK VAINILLA 200CC UNIDAD | 100 | UNIDAD |
| 12 | MARRAQUETA TRADICIONAL KILO UNIDAD | 1000 | KILOS |
| 13 | PECHUGA DESHUESADA PAVO ARIZTIA KILO | 15 | KILOS |
| 14 | PECHUGA DESHUESADA PAVO SOPRAVAL KILO | 15 | KILOS |
| 15 | REINETA CONGELADA FRIOSUR FILETE KILO | 20 | KILOS |
| 16 | SALMÓN CONGELADO FRIOSUR FILETE KILO | 10 | KILOS |
| 17 | 1/2 PECHUGA DESHUESADA POLLO SUPER POLLO MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 18 | PECHUGA DESHUESADA POLLO SUPER POLLO MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 19 | TRUTRO CORTO POLLO SUPER POLLO MARINADO KILO | 15 | KILOS |
| 20 | TRUTRO LARGO POLLO SUPER POLLO MARINADO KILO | 15 | KILOS |
| 21 | QUEQUE NUTRABIEN BROWNIE CHOCOLATE 62 GR | 100 | UNIDAD |
| 22 | QUESO LAMINADO COLUN GAUDA KILO | 50 | UNIDAD |
| 23 | SUPLEMENTO NUTRICIONAL ENSURE VAINILLA 900 GR | 50 | UNIDAD |
| 24 | CORTE POSTA ROSADA MARINADO - KILO | 20 | KILOS |
| 25 | VACUNO MOLIDO ESPECIAL MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 26 | CORTE POSTA NEGRA - MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 27 | CORTE POSTA PALETA - MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 28 | CORTE POSTA ROSADA - MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 29 | CORTE LOMO LISO - MARINADO KILO | 20 | KILOS |
| 30 | CEBOLLA FRESCA - VALENCIANA KILO | 20 | KILOS |
| 31 | PALTA FRESCA - HASS KILO | 100 | KILOS |
| 32 | PALTA FRESCA - HASS CALIBRE 36 KILO | 15 | KILOS |
| 33 | PALTA FRESCA - HASS CALIBRE 40 KILO | 15 | KILOS |
| 34 | PAPA FRESCA - DESIRE KILO | 150 | KILOS |
| 35 | PAPA FRESCA - KARÚ KILO | 150 | KILOS |
| 36 | PAPA FRESCA PROCESADA - PELADA KILO | 200 | KILOS |
| 37 | PEPINO FRESCO - VERDE UNIDAD | 100 | KILOS |
| 38 | PIMENTON FRESCO - VERDE UNIDAD | 200 | KILOS |
| 39 | PIMENTON FRESCO - VERDE UNIDAD | 200 | KILOS |
| 40 | TOMATE FRESCO - CALIBRE XX KILO | 200 | KILOS |
| 41 | ZANAHORIA FRESCA - UNIDAD | 200 | KILOS |
| 42 | ZAPALLO FRESCO - CAMOTE KILO | 400 | KILOS |
| 43 | ZAPALLO ITALIANO FRESCO - LARGO APROX UNIDAD | 200 | UNIDAD |

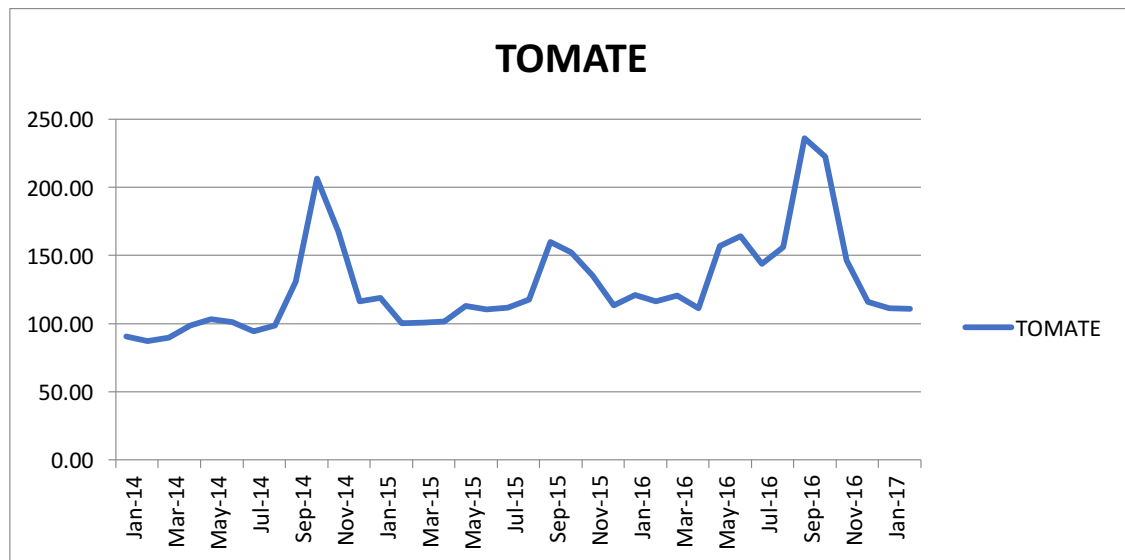
Apéndice J

Ejemplo fórmula de reajuste

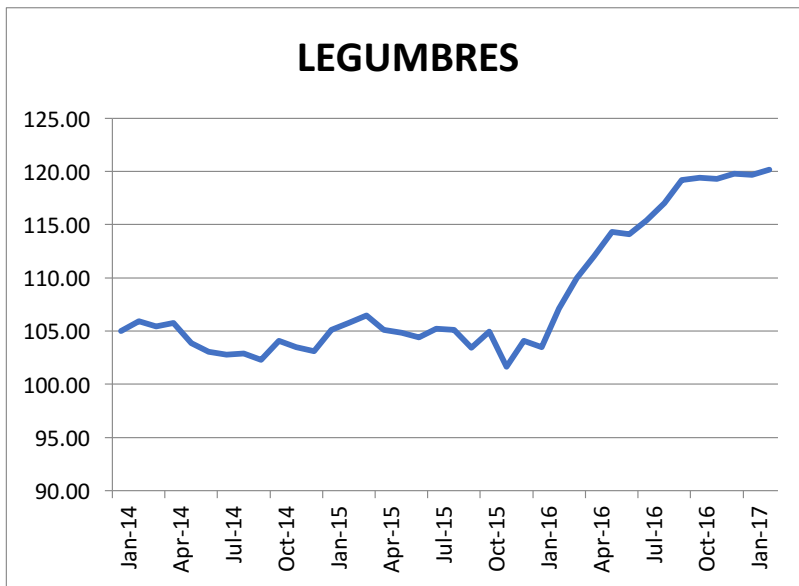
Aclaración de la formula de reajuste de precios

Este documento explica en detalle cómo realizar el reajuste de precios basado en la tabla de IPC publicada por el INE. Todos los índices de precio utilizados están calculados en base a precios de del 2013.

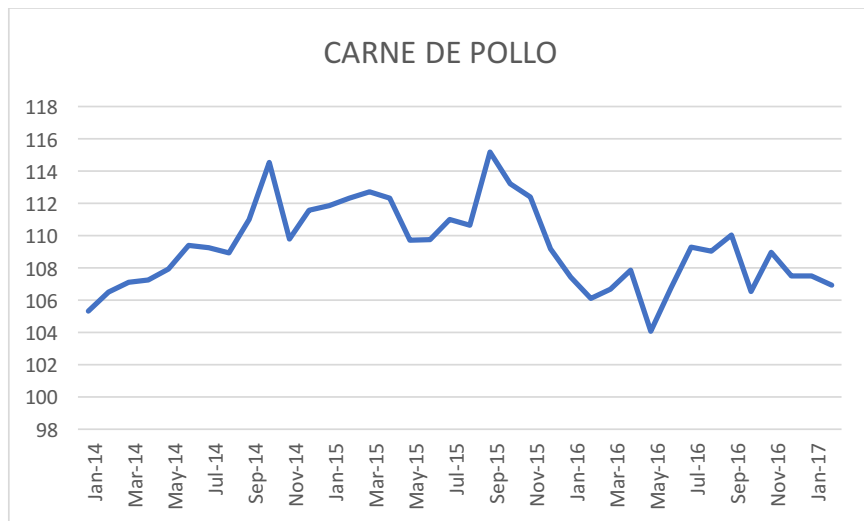
A continuación, se muestran tres ejemplos de productos con series de precios que presentan patrones distintos.



El tomate presenta una estacionalidad marcada con peaks de precio en los meses de septiembre-noviembre. No hay tendencias al alza marcadas a través de los años.



Las legumbres no presentan estacionalidad, pero si una tendencia al alza muy marcada a partir de enero 2016.



Carne de Pollo no presenta estacionalidad marcada ni tendencias marcadas, pero si variación en el tiempo, con precios más bajos en los últimos años (recordar que este es un Mercado donde se demostró un acuerdo colusivo entre los proveedores hasta al menos el año 2010).

Reajuste de precios

Se definen dos ajustes de precios cada año.

Reajuste efectuado al inicio de cada año.

Se calcula el promedio del IPC del producto durante los últimos 12 meses (Enero-Diciembre del año pasado), y se divide por el IPC promedio del año anterior. El precio reajustado de inicio del año pasado se multiplica por este factor para obtener el nuevo precio de inicio de comienzo de este año.

Esto se puede representar matemáticamente con la siguiente fórmula:

$$PRI_{t+1} = PRI_t \cdot \left[\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}} \right]$$

Donde:

PRI_{t+1} : Precio reajustado para el inicio del año t+1.

PRI_t : Precio al inicio del año t.

IPC t: Promedio IPC producto específico durante los últimos 12 meses (Enero-Diciembre año t)

IPC (t-1): Promedio IPC producto específico durante los 12 meses del año t-1.

El ajuste se realiza en el momento que el INE reporta el IPC del mes de Diciembre, de modo de hacer posible el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza, si el cociente de $\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}}$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente en el catálogo electrónico.

Reajuste de mitad de año, mes de julio.

Se calcula el IPC promedio del producto durante los meses Enero-Junio del presente año y se dividen por el IPC promedio de Enero-Junio del año pasado. El reajuste de mitad de año multiplica este factor por el precio reajustado al inicio de este año. Este reajuste es temporal y se utiliza durante el segundo semestre del mismo año. El precio vuelve a ser reajustado al inicio del siguiente año utilizando el esquema antes descrito.

Matemáticamente, el reajuste de mitad de año se puede representar con la siguiente ecuación:

$$PRM_{t+1} = PRI_{t+1} \cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$$

Donde:

PRM_{t+1} : Precio reajustado para mitad del año t+1.

PRI_{t+1} : Precio reajustado al inicio del año t+1.

IPC_{t+1}^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t+1

IPC_t^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t.

Notar que el precio se reajusta con respecto al precio reajustado a comienzos de ese mismo año. El reajuste de mitad de año se realiza en el momento que el INE reporta el IPC de Junio, de modo de poder realizar el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza: si el cociente $\cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente en el catálogo electrónico.

La siguiente Tabla muestra un ejemplo de cómo se realiza el calculo del reajuste del precio del Tomate. El precio inicial del tomate al comienzo de operación del convenio, enero 2015, es \$100. El primer reajuste se realizo en Julio del 2015, usando la ecuación de reajuste de mitad de año:

$$\text{Precio reajustado Julio 2015} = (107.46/95.01) \times 100 = 113.1$$

En Enero de 2016 se realiza el reajuste para el inicio de ese año, calculado como:

$$\text{Precio reajustado Enero 2016} = (119.56/115.38) \times 100 = 103.62.$$

Calculos similares se realizan para Julio 2016 y Enero 2017.

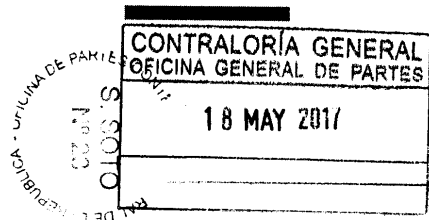
Apéndice K

Nuevas bases de licitación CM Alimentos



DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN
PÚBLICA

Aprueba bases tipo de licitación pública para el
Convenio Marco de Alimentos.



RESOLUCIÓN

N° 07 /

SANTIAGO, 18 MAY 2017

VISTOS: Lo dispuesto en la ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios; en el decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda, que aprueba su reglamento; en la resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República, que establece normas sobre exención del trámite de toma de razón; y en el decreto N° 1.599, de 2014, del Ministerio de Hacienda, que nombra Directora Nacional de la Dirección de Compras y Contratación Pública.

CONSIDERANDO:

1. Que, el artículo 30, letra d), de la ley N° 19.886, ya citada, faculta a la Dirección de Compras y Contratación Pública a suscribir Convenios Marco.
2. Que, existe la necesidad de los organismos afectos a la ley N° 19.886, de contar con una amplia y variada gama de opciones en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos relacionados a las categorías y subcategorías indicadas en las presentes bases de licitación.
3. Que, actualmente se encuentra vigente el Convenio Marco de Alimentos Perecibles y No Perecibles, ID N° 2239-23-LP13, cuya adjudicación fue aprobada mediante Resolución N° 85, de 2014, de la Dirección de Compras y Contratación Pública, tomada razón por la Contraloría General de la República el 14 de agosto de 2014, la cual fue modificada y aprobada mediante Resolución N° 99, de 2014, de esta Dirección. Cabe señalar que dicho Convenio Marco se encontrará vigente hasta el 19 de agosto de 2020.
4. Que, para efectos de actualizar la referida herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, satisfaciendo los objetivos de los diversos Organismos Públicos, es necesario realizar las gestiones pertinentes para efectuar una nueva licitación pública de Convenio Marco para la adquisición de Alimentos.
5. Que, en conformidad con el artículo 13 bis del reglamento de la ley N° 19.886, se realizaron dos Consultas al Mercado. La primera de ellas individualizada con el ID 3233-4-RF16, proceso del cual se extrajeron algunas conclusiones técnicas y económicas que se incorporaron en las presentes bases y, luego, la consulta ID 3233-8-RF16, en la cual se solicitó a los proveedores enviar el detalle de los productos a pre catalogar para este proceso licitatorio.
6. Que, con el objeto de aumentar el número de potenciales oferentes en esta licitación, así como dar una mayor competitividad a este convenio marco, la Dirección de Compras y Contratación Pública ha tomado la decisión de no solicitar garantía de seriedad de la oferta para este proceso licitatorio.

RESUELVO

1.- Apruébese el formato tipo de las bases de licitación pública para Convenio Marco de Alimentos, con sus Anexos del N° 1 al 5, cuyo texto se transcribe a continuación:

BASES ADMINISTRATIVAS DE CONVENIO MARCO PARA LA ADQUISICIÓN DE ALIMENTOS.

1. *Antecedentes Administrativos*

| | |
|------------------------------------|---|
| Nombre Adquisición | Convenio Marco para la contratación de Alimentos. |
| Descripción | La DCCP, de acuerdo a las atribuciones que le confiere la ley N° 19.886, artículo 30, letra d), llama a Licitación Pública, a través de la suscripción de Convenios Marco, para la contratación de Alimentos. |
| Tipo de Adquisición | Licitación Pública > 5000 UTM. |
| Tipo de Convocatoria | Abierta. |
| Tipo de Adjudicación | Adjudicación múltiple sin emisión de orden de compra. |
| Moneda | Pesos Chilenos |
| Etapas del Proceso de Apertura | Dos Etapas (Etapa de Apertura Técnica y Etapa de Apertura Económica). |
| Opciones de pago | Transferencia electrónica o cheque. |
| Publicidad de las Ofertas Técnicas | Sí. |

2. *Antecedentes Básicos del organismo demandante*

| | |
|--|--|
| Razón Social | Dirección de Compras y Contratación Pública (DCCP o Dirección ChileCompra) |
| Unidad de Compra | División de Convenios Marco |
| R.U.T. | 60.808.000-7 |
| Dirección | Monjitas 392, 8vo. Piso |
| Comuna | Santiago |
| Región en que se genera la Adquisición | Región Metropolitana de Santiago. |

3. *Etapas y Plazos*

| | |
|-------------------------------|--|
| Fecha de Publicación | Dentro de 5 días contados desde la total tramitación de la resolución que apruebe el llamado a licitación pública. Conjuntamente con el llamado se publicará, en el portal www.mercadopublico.cl , las presentes bases de licitación. |
| Fecha Inicio de Preguntas | 1 día posterior a la fecha de publicación del llamado en el portal www.mercadopublico.cl . |
| Difusión de Video Informativo | Dentro de 3 días contados desde la fecha de publicación del llamado en el portal www.mercadopublico.cl , en el respectivo ID. A partir de su difusión, el video se mantendrá a disposición de todos los proponentes en el ID de la licitación en www.mercadopublico.cl . |
| Charla Informativa | Dentro de 5 días contados desde la fecha de publicación del llamado en el portal www.mercadopublico.cl , se realizará charla informativa que permitirá informar a los proponentes sobre el proceso de oferta al convenio marco |
| Fecha Final de Preguntas | 7 días posteriores a la fecha de publicación del llamado en el portal www.mercadopublico.cl , a las 18:00 horas. |

| | |
|---|---|
| Fecha de Publicación de Respuestas | <p>Dentro de 5 días posteriores a la fecha final de preguntas en el portal www.mercadopublico.cl a las 23:00 horas.</p> <p>En caso que el número de preguntas que se realicen, sea superior a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 100, la DCCP podrá aumentar el plazo de publicación de respuestas hasta por 5 días; • 500, la DCCP podrá aumentar el plazo de publicación de respuestas hasta por 10 días; • 1000, la DCCP podrá aumentar el plazo de publicación de respuestas hasta por 15 días. <p>En cualquier caso, la nueva fecha de publicación de respuestas será informada en el portal www.mercadopublico.cl, en el ID de la licitación.</p> |
| Fecha de Cierre Recepción de Ofertas | <p>35 días posteriores a la fecha de publicación del llamado en el portal www.mercadopublico.cl, a las 15:00 horas.</p> <p>Con el objeto de aumentar la participación de oferentes o en el caso de ocurrir alguna de las hipótesis planteadas en el acápite "Fecha de Publicación de Respuestas", la Dirección ChileCompra podrá extender este plazo por hasta 15 días, mediante la emisión del correspondiente acto administrativo totalmente tramitado, el cual deberá publicarse oportunamente en el portal www.mercadopublico.cl.</p> |
| Fecha de Acto de Apertura Técnica | <p>El mismo día en que se produzca el cierre de recepción de ofertas, a las 15:15 horas en el portal www.mercadopublico.cl.</p> |
| Fecha de Publicación de la Evaluación Técnica | <p>30 días posteriores a la fecha de Acto de Apertura Técnica, a las 17:00 horas</p> <p>Si por causas no imputables a la DCCP, las que serán oportunamente informadas, no se puede cumplir con la fecha indicada, la Dirección ChileCompra podrá extender este plazo por hasta 30 días, mediante la emisión del correspondiente acto administrativo, el cual deberá publicarse oportunamente en el portal www.mercadopublico.cl.</p> |
| Período de recepción de consultas sobre los resultados de la evaluación técnica | <p>5 días posteriores a la fecha de publicación de la evaluación técnica contados desde la notificación a través del Portal www.mercadopublico.cl, hasta las 23:59 horas.</p> |
| Período de Respuesta a Consultas sobre los resultados de la evaluación técnica | <p>10 días posteriores a la fecha de publicación de la evaluación técnica contados desde la notificación a través del Portal, www.mercadopublico.cl.</p> |
| Fecha de Acto de Apertura Económica | <p>15 días posteriores a la fecha de Publicación de la Evaluación Técnica, a las 17:30 horas, en el portal www.mercadopublico.cl.</p> |
| Fecha de Adjudicación | <p>30 días posteriores a la fecha de Acto de Apertura Económica en el portal www.mercadopublico.cl.</p> <p>Si por causas no imputables a la DCCP, las que serán oportunamente informadas, no se puede cumplir con la fecha indicada, la Dirección ChileCompra podrá extender este plazo por hasta 30 días, mediante la emisión del correspondiente acto administrativo totalmente tramitado, el cual deberá publicarse oportunamente en el portal www.mercadopublico.cl.</p> |
| Consideración | <p>Los plazos en días establecidos en la cláusula 3, Etapas y Plazos, son en días hábiles, entendiéndose que son inhábiles los días sábados, domingos y festivos.</p> |

4. *Instancia de preguntas y respuestas y modificaciones a las bases*

4.1 *Preguntas y Respuestas*

Los interesados en participar en la presente licitación podrán formular consultas y solicitar aclaraciones dentro de los plazos señalados en la cláusula 3, "Etapas y Plazos", de las presentes bases.

Las preguntas deberán formularse a través del Sistema www.mercadopublico.cl. La DCCP pondrá las referidas preguntas y sus respuestas en conocimiento de todos los interesados, a través de su publicación en www.mercadopublico.cl, sin indicar el autor de las preguntas, dentro del plazo señalado en la referida cláusula 3.

4.2 *Modificaciones a las bases*

La DCCP podrá modificar las bases y sus Anexos, ya sea por iniciativa propia o en atención a una aclaración solicitada por alguno de los oferentes, durante el proceso de la propuesta, hasta antes del vencimiento del plazo para presentar ofertas.

Las modificaciones que se lleven a cabo, serán informadas a través del sitio Web www.mercadopublico.cl. Estas modificaciones formarán parte integral de las bases y estarán vigentes desde la total tramitación del acto administrativo que las apruebe.

Junto con aprobar la modificación, se establecerá un nuevo plazo prudencial para el cierre o recepción de las propuestas, a fin de que los potenciales oferentes puedan adecuar sus ofertas.

Asimismo, dependiendo de la complejidad y alcance de las modificaciones, esta Dirección podrá fijar una nueva instancia de preguntas y respuestas y adjuntará un nuevo video informativo, en las fechas y horario que oportunamente se informe en el sitio www.mercadopublico.cl, en el ID de la respectiva licitación.

5. *Requisitos Mínimos para Participar de la Oferta*

No haber sido condenado por prácticas antisindicales, infracción a los derechos fundamentales del trabajador o por delitos concursales establecidos en el Código Penal dentro de los dos últimos años anteriores a la fecha de presentación de la oferta. Para acreditar lo anterior, el oferente deberá dar respuesta a una pregunta, detallada en el punto 6 siguiente, la que debe ser contestada en la sección "Garantías Generales" a través de la plataforma electrónica de Convenio Marco "Mis Condiciones Comerciales para Convenio Marco", por todos los interesados en participar en la presente licitación, junto con su oferta, a través del Sistema de Información www.mercadopublico.cl, sin perjuicio de las facultades de la DCCP de verificar esta información, en cualquier momento, a través de los medios oficiales disponibles.

6. Instrucciones para la Presentación de Ofertas

| | |
|--------------------------------|--|
| Presentar Ofertas por Sistema. | Obligatorio. |
| Anexos Administrativos. | <p>Debe contestar "Si" o "No" en la pregunta: "¿Mi representada ha sido condenada por prácticas antisindicales, infracción a los derechos fundamentales del trabajador o por delitos concursales establecidos en el Código Penal, dentro de los anteriores dos años?", la que se encuentra en la sección "Garantías Generales" a través de la plataforma electrónica de Convenio Marco "Mis Condiciones Comerciales para Convenio Marco". Su respuesta será considerada una declaración bajo juramento, la que debe ser realizada por el representante legal de la empresa.</p> <p>En caso que la respuesta ingresada sea "Si", la oferta será declarada inadmisibles, siendo descartada de la evaluación.</p> <p>Las ofertas presentadas por una Unión Temporal de Proveedores (UTP) deberán contar con un apoderado. Sin perjuicio de ello, cada uno de los integrantes de la UTP deberá presentar esta declaración referida a su respectiva empresa, en el Anexo N°4. "DECLARACIÓN JURADA PARA OFERTAR UTP"</p> <p>Además, se deberá incluir en la oferta el o los documentos que acrediten la constitución de esta UTP y el detalle de la forma en cómo se debe considerar la experiencia en comercialización, patente y/o permiso Municipal y sustentabilidad a efectos de la aplicación de los criterios de evaluación de las presentes bases de licitación mediante el Anexo N° 3 "DECLARACIÓN PARA UNIONES TEMPORALES DE PROVEEDORES".</p> <p>En caso que estos anexos no sean completados y/o adjuntados a la oferta de la UTP, se desestimaré la propuesta, no siendo evaluada y será declarada inadmisibles.</p> |
| Anexos Técnicos. | <p>El proveedor deberá incorporar en su oferta copia simple de los siguientes antecedentes técnicos, los cuales deben ser enviados a través del Sistema de información http://www.mercadopublico.cl</p> <p><u>Autorización sanitaria para locales de alimentos:</u> Permite el funcionamiento de todas las instalaciones que producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen y/o expenden alimentos o aditivos alimentarios.</p> <p>Cabe señalar que este documento afecta a todas las categorías del convenio, por lo tanto la no presentación de la referida autorización, tendrá como resultado que la oferta completa será declarada inadmisibles del proceso de evaluación.</p> <p><u>Autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos:</u> Permiso que se concede para que puedan transportar alimentos perecibles que requieran frío para su conservación (refrigeración y/o congelamiento).</p> <p>Este documento afecta a las siguientes categorías del convenio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carnes • Carnes Congeladas • Congelados • Fiambre y embutidos |

| | |
|--------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Lácteos y derivados <p>En caso de que el oferente no presente la autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos y haya ofertado en algunas o todas las categorías de Carnes, Carnes congeladas, Congelados, Fiambre y embutidos y Lácteos y derivados, sus productos serán desestimados del proceso de evaluación y su oferta será declarada inadmisibles SOLO en relación a las 5 categorías antes señaladas, pudiendo participar de igual forma en las subcategorías restantes indicadas en el punto 9.1 de las presentes bases.</p> <p>Es preciso indicar que cuando el servicio de transporte de alimentos sea prestado por otro proveedor, el proveedor que oferta en el presente proceso licitatorio deberá adjuntar la autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos de quien le presta el servicio.</p> <p>Se deja claramente establecido que no se aceptarán certificados que se encuentre "EN TRÁMITE", "PROVISORIOS" o "NO VIGENTES".</p> <p>En caso que la oferta sea presentada por una Unión Temporal de Proveedores, el oferente deberá entregar la resolución sanitaria de cada uno de los integrantes de la UTP y adjuntar Anexo N° 3 "DECLARACIÓN PARA UNIONES TEMPORALES DE PROVEEDORES", en donde deberá completar la información ahí solicitada. La no entrega de este anexo será causal de desestimación de oferta.</p> |
| Anexos Económicos. | <p>Los antecedentes económicos de la oferta deben ser incorporados a través de la de la Plataforma Electrónica de Convenio Marco disponible en el Sistema de Información www.mercadopublico.cl.</p> <p>En dicha plataforma electrónica el proveedor deberá completar las siguientes secciones: Garantías Generales, Condiciones Regionales para los Productos, correspondientes al Paso 1 (Condiciones Generales) y al Paso 2 (Condiciones por producto), donde el Oferente deberá indicar los precios para cada uno de los productos que se deseen ofertar en este Convenio Marco. En caso que un proveedor no indique datos de contacto en las regiones declaradas, se considerará por defecto el contacto declarado en las "Garantías Generales de la Oferta".</p> |

Observaciones

Las únicas ofertas válidas serán las presentadas a través del portal electrónico de compras públicas www.mercadopublico.cl, en la forma en que se solicita en las presentes bases y se señala en el "Manual y Guía de Uso para la Presentación de la Oferta", documento que detalla cada una de las etapas y descripciones necesarias para una correcta presentación de la oferta paso a paso, el que quedará disponible para los oferentes en el ID de la licitación en www.mercadopublico.cl. No se aceptarán ofertas que se presenten por un medio distinto al establecido en estas Bases. Será responsabilidad de los oferentes adoptar las precauciones necesarias para ingresar oportuna y adecuadamente sus ofertas.

Los oferentes deben constatar que el envío de su oferta a través del portal electrónico de compras públicas haya sido realizado con éxito, incluyendo el previo ingreso de todos los formularios y Anexos requeridos completados de acuerdo a lo establecido en las presentes bases. Siempre se debe verificar que los archivos que se ingresen contengan efectivamente los Anexos solicitados. Asimismo, se debe comprobar siempre, después de que se finalice la última etapa de ingreso de la oferta, que se produzca el despliegue automático del "Comprobante de Envío de Oferta" que entrega el sistema, el cual puede ser impreso por el proponente para su resguardo. En dicho comprobante será posible visualizar los Anexos adjuntos, cuyo contenido es de responsabilidad exclusiva del oferente.

Cabe señalar que la obtención del Comprobante de envío de la Oferta, NO es el último paso que debe realizar el oferente para haber completado su proceso de oferta, pues, a continuación, debe, además, presionar el botón de envío de oferta.

El hecho de que el oferente haya obtenido el “Comprobante de Envío de Oferta”, únicamente acreditará el envío de la misma a través del Sistema, pero en ningún caso certificará la integridad o la completitud de ésta, lo cual será parte de la evaluación respectiva.

Para las evaluaciones, tanto económica como técnica, sólo se considerarán válidas aquellas ofertas ingresadas a través de la plataforma electrónica de Convenio Marco. Se le recuerda al oferente que debe verificar que el Comprobante que emite la aplicación se encuentre adjunto como Anexo en su oferta.

7. *Antecedentes legales para poder ser contratado*

| | | |
|---|--|--------------------------------------|
| <p>Si el oferente es Persona Natural</p> | <p>Inscripción (en estado hábil) en ChileProveedores. “Declaración Jurada”, según formato del Anexo N° 1 “Declaración Jurada”, suscrita por el adjudicatario, que acredite que no se encuentra afecto a ninguna de las inhabilidades contempladas en el inciso 6° del artículo 4°, de la Ley 19.886. Todos los Anexos deben ser firmados por la persona natural respectiva. Fotocopia de su cédula de identidad.</p> | <p>Acreditar en ChileProveedores</p> |
| <p>Si el oferente no es Persona Natural</p> | <p>Inscripción (en estado hábil) en ChileProveedores. Certificado de Vigencia del poder del representante legal, con una antigüedad no superior a 60 días corridos, contados desde la fecha de notificación de la adjudicación, otorgado por el Conservador de Bienes Raíces correspondiente o en los casos que resulte procedente, cualquier otro antecedente que acredite la vigencia del poder del representante legal del oferente, a la época de presentación de la oferta. Certificado de Vigencia de la Sociedad con una antigüedad no superior a 60 días corridos, contados desde la fecha de notificación de la adjudicación, o cualquier otro antecedente que acredite la existencia jurídica del oferente. Anexo N° 1 “Declaración Jurada”, que acredite que no se encuentra en ninguna de las inhabilidades contempladas en el inciso 6° del artículo 4° de la Ley 19.886. Cuando el proponente oferte bajo la figura de Unión Temporal de Proveedores (UTP), se deberá presentar el Anexo N° 1 por cada una de las empresas integrantes de la UTP, siendo este Anexo suscrito por el respectivo oferente o bien, por el representante legal de la empresa integrante de la Unión Temporal de Proveedores, según sea el caso. El apoderado de la Unión Temporal de Proveedores deberá tener poder suficiente lo cual deberá constar en los documentos legales que se</p> | <p>Acreditar en ChileProveedores</p> |

| | |
|--|------------|
| | RESOLUCIÓN |
| presenten y que respaldan la constitución de dicha figura, de acuerdo al artículo 67 bis del reglamento. | |

Observaciones

Tratándose exclusivamente de las personas jurídicas, no podrán contratar con organismos del Estado, aquellas que hayan sido condenadas por los delitos previstos en el artículo 27 de la ley N° 19.913, en el artículo 8° de la ley N° 18.314 y en los artículos 250 y 251 bis del Código Penal, a la pena de prohibición de celebrar actos y contratos con organismos del Estado. La DCCP verificará esta información a través del Registro que para tal efecto lleva, de conformidad con lo dispuesto en la ley N° 20.393, que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas en los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho que indica.

Los antecedentes legales para poder ser contratado, sólo se requerirán respecto del (los) adjudicatario (s) y deberán estar disponibles en el Registro ChileProveedores. No se aceptará la entrega de dichos antecedentes mediante la modalidad de soporte papel u otro medio magnético de almacenamiento.

Lo señalado en el párrafo precedente, no resultará aplicable a la garantía de fiel cumplimiento de contrato, la cual deberá ser entregada electrónicamente o físicamente en las dependencias de la Dirección de Compras, ubicadas en Monjitas 392, piso 10, dentro de los 60 días hábiles contados desde la notificación de la resolución de adjudicación totalmente tramitada, de acuerdo a lo establecido en el artículo 68 del reglamento de la ley 19.886.

Los contratos tipo contenidos en las presentes bases de licitación de Convenio Marco se entenderán perfeccionados una vez notificada, a través del Sistema de Información, la adjudicación respectiva.

Si el respectivo proveedor no entrega la totalidad de los antecedentes requeridos para ser contratado, dentro del plazo fatal de 60 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación, dicho proveedor no será habilitado en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en cuanto tal omisión constituirá una causal de término del respectivo contrato, suscrito en los términos expresados en el párrafo anterior.

Comentarios Inscripción en ChileProveedores:

En caso que el adjudicatario no se encuentre inscrito en el Registro Electrónico Oficial de Contratistas de la Administración, ChileProveedores, deberán inscribirse dentro del plazo de 60 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación.

Si el respectivo proveedor no se inscribiere en ChileProveedores dentro del plazo indicado, no será habilitado en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en cuanto tal omisión constituirá una causal de término del respectivo contrato.

Tratándose de los adjudicatarios UTP, cada proveedor integrante de la unión temporal deberá inscribirse en ChileProveedores, dentro del plazo de 60 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación.

8. Naturaleza y Monto de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato

| | |
|-------------------|--|
| Tipo de Documento | Cualquier tipo de instrumento de garantía que asegure el cobro de la misma de manera rápida y eficaz, pagadera a la vista y con el carácter de irrevocable. Ejemplos de ellos son: Póliza de Seguro Electrónico, Boleta de Garantía, Certificado de Fianza a la Vista, Vale Vista o Póliza de Seguro, etc., todos los cuales deberán ser pagaderos a la vista y tener el carácter de irrevocables. |
| Beneficiario | Dirección de Compras y Contratación Pública. |

| | |
|----------------------|--|
| Fecha de Vencimiento | 60 días hábiles posteriores al término de la vigencia del convenio marco celebrado con el adjudicatario. |
| Monto Garantía | \$500.000.- pesos chilenos (CLP) |
| Glosa | La garantía deberá indicar, cuando corresponda según el instrumento a utilizar, en su texto lo siguiente: "Para Garantizar el Fiel y Oportuno Cumplimiento de las obligaciones derivadas del Convenio Marco de Alimentos, el pago de las obligaciones laborales y sociales del adjudicatario". |

8.1 Entrega y Descripción de la Garantía

Esta garantía deberá ser entregada electrónica o físicamente o bien enviada por correo certificado y recibida en Monjitas 392, piso 10, Santiago, dentro de los 60 días hábiles siguientes contados desde la fecha de notificación de la correspondiente adjudicación totalmente tramitada, de acuerdo a lo establecido en el artículo 68 del reglamento de la ley 19.886.

8.2 Reposición, Forma y oportunidad de devolución de la garantía

En caso de cobro de esta garantía derivado del incumplimiento de cualquiera de las obligaciones que impone el Convenio Marco, el proveedor deberá reponer la garantía por igual monto y por el mismo plazo de vigencia que la que reemplaza, dentro de los 15 días hábiles siguientes contados desde el cobro de la primera. En caso de no restituir dicha garantía en los plazos indicados anteriormente, se procederá en conformidad a lo establecido en las cláusulas 10.10.2, letra C), punto "v" y 10.11, punto "vii" de las presentes bases.

Será responsabilidad del contratado mantener vigente la garantía de fiel cumplimiento hasta 60 días hábiles después de culminado el convenio marco. Mientras se encuentre vigente el convenio marco, las renovaciones de esta garantía serán de exclusiva responsabilidad del Proveedor.

La devolución de esta garantía será realizada una vez que se haya cumplido la fecha de vencimiento de cada una de ellas, y su retiro será obligación y responsabilidad exclusiva del contratado.

9. Requerimientos técnicos, evaluación y adjudicación de las ofertas

9.1 Categorías Licitadas

La Dirección de Compras y Contratación Pública licitará las siguientes categorías y sub categorías:

| Categoría | Subcategoría |
|--|----------------------|
| Alimentos especiales | Leches Especiales |
| | Productos Sin Gluten |
| | Suplementos |
| Alimentos para Bebés | Cereales Para Bebe |
| | Comida Para Bebe |
| | Leche Para Bebe |
| | Postres Para Bebe |
| Bebidas, Aguas y Jugos | Aguas |
| | Jugos |
| | Bebidas |
| Cajas de Alimento y bolsas de colación | Canastas |
| Carnes | Carnes Procesadas |
| | Cerdo |
| | Pavo |
| | Pollo |
| | Vacuno |

| Categoría | Subcategoría |
|-----------------------|---------------------------------|
| Carnes Congeladas | Carnes Procesadas Congeladas |
| | Cerdo Congelado |
| | Pavo Congelado |
| | Pollo Congelado |
| | Vacuno Congelado |
| | Hamburguesas Y Churrascos |
| | Apanados |
| Congelados | Frutas Y Verduras Congeladas |
| | Hielo, Helados Y Postres |
| | Pescados Y Mariscos Congelados |
| | Comida Preparada |
| | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| Conservas y Latas | Conservas |
| | Pouches |
| Despensa | Aceites |
| | Arroz |
| | Azúcar |
| | Cóctel |
| | Comida Instantánea |
| | Confitería |
| | Dulces |
| | Encurtidos |
| | Endulzantes |
| | Frutos Secos |
| | Harinas Y Féculas |
| | Huevos |
| | Legumbres |
| | Pastas |
| | Postres Para Preparar |
| | Saborizante De Leche |
| | Salsas Y Condimentos |
| | Semillas Y Cereales |
| Sopa, Caldos Y Bases | |
| Té, Café | |
| Vinagres Y Sucedáneos | |
| Fiambres y embutidos | Embutido |
| | Fiambrería |
| Frutas y Vegetales | Fruta Fresca |
| | Frutas Y Verduras Procesadas |
| | Verdura Fresca |
| Lácteos y derivados | Derivados De Lácteos |
| | Yogurt |
| | Leche líquida |
| | Leche en polvo |
| Panadería | Leche saborizada |
| | Masas Y Tortillas |
| | Pan Envasado |
| | Pan Fresco |
| | Repostería |

| Categoría | Subcategoría |
|--------------|-------------------------|
| Portion Pack | Aderezos |
| | Desayunos Y Dulce |
| | Mantequilla Y Margarina |
| | Sal Y Condimentos |

Con el fin de cumplir con los lineamientos estratégicos de esta Dirección, la DCCP pondrá a disposición de los oferentes, en este proceso de oferta, fichas asociadas a *Volúmenes Mínimos*, con el objetivo de disminuir la incertidumbre sobre la cantidad de unidades a adquirir, pues su utilización para la adquisición durante la operatoria está condicionada a una cantidad mínima de compra, con el objetivo de que los oferentes realicen su mejor oferta económica posible de acuerdo a los volúmenes de venta indicados en las fichas.

El precio que el proveedor debe ingresar en caso de ofertar a estas fichas corresponderá siempre al valor unitario del producto.

Ejemplo correcto:

Nombre Producto: Zanahoria Fresca – 200 Kilos VII Región
Precio ofertado: \$700

Ejemplo incorrecto:

Nombre Producto: Zanahoria Fresca – 200 Kilos VII Región
Precio ofertado: \$140.000

Según este ejemplo, el oferente deberá ingresar un precio por kilo de zanahoria fresca, considerando que a través de esa ficha podría recibir Órdenes de Compra por un mínimo de 200 Kilos de zanahoria fresca.

9.2 Aspectos Normativos

Se deja expresa constancia que todos los productos ofertados dentro de las categorías antes detalladas, deben cumplir en todo momento con la normativa chilena vigente respecto de su producción y comercialización. El incumplimiento de esta cláusula derivará en la sanción término anticipado del convenio para el proveedor, sin perjuicio de lo relativo al cobro de la garantía.

Los productos deberán contener un rótulo, el cual deberá estar en idioma castellano, pudiendo repetirse eventualmente en otro idioma. Los datos deberán señalarse con caracteres visibles e indelebles y fáciles de leer en circunstancias normales de compra y uso. No se permitirá sobreimpresión o cualquiera modificación de la información contenida en el rótulo original, salvo autorización por escrito de la autoridad sanitaria, con excepción de los productos importados cuya rotulación esté en otro idioma o no cumpla con las exigencias del presente reglamento en lo que a rotulación se refiere¹.

La rotulación y publicidad de cualquier tipo no deberá contener palabras, ilustraciones y otras representaciones gráficas que puedan inducir a equívocos, engaños o falsedades, o que de alguna forma sean susceptibles de crear una impresión errónea respecto a la naturaleza, composición o calidad del producto².

¹ Extracto del Reglamento Sanitario De Los Alimentos. Decreto Supremo N° 977/96, Ley Regulatoria 20.606

² Extracto del Reglamento Sanitario De Los Alimentos. Decreto Supremo N° 977/96, Ley Regulatoria 20.606

Los alimentos envasados deben contener el rótulo que advierte a los usuarios sobre los altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas, de acuerdo a lo indicado en la Ley de etiquetado de alimentos.

Las etiquetas "ALTO EN" de fondo negro y letras blancas deben estar ubicadas de forma visible en el envase. La implementación de este tipo de rotulado es una obligación para las grandes y medianas empresas; siendo en el caso de las Microempresas y Pequeñas Empresas³ dispondrán de 36 meses para implementar el nuevo etiquetado de alimentos, a partir de junio de 2016.⁴



9.3 Consideraciones Generales para la Evaluación de Ofertas

La apertura y evaluación de las ofertas será en dos etapas: Una técnica y una económica. Ambas etapas serán evaluadas por una comisión designada para tal efecto, que estará compuesta de 3 integrantes designados por resolución de la Directora de la Dirección de Compras y Contratación Pública.

Excepcionalmente, y de manera fundada, algunos de los integrantes de la Comisión designados por la DCCP, podrán ser personas ajenas a la Administración, aunque siempre en número inferior a los funcionarios públicos que integran dicha comisión.

Los miembros de la Comisión Evaluadora no podrán:

Tener contactos con los oferentes, salvo en cuanto proceda alguno de mecanismos regulados por los artículos 27, 39 y 40 del reglamento de la ley N° 19.886.

Aceptar solicitudes de reunión, de parte de terceros, sobre asuntos vinculados directa o indirectamente con esta licitación, mientras integren la Comisión Evaluadora.

Aceptar ningún donativo de parte de terceros. Entiéndase como terceros, entre otros, a las empresas que prestan servicios de asesoría, o bien, sociedades consultoras, asociaciones, gremios o corporaciones.

Esta Comisión emitirá un informe de evaluación de ofertas, proponiendo a la Directora de la DCCP la adjudicación de acuerdo a los criterios de evaluación contenidos en las presentes bases de licitación y en virtud del proceso de evaluación descrito a continuación.

Para efectos de la evaluación de las ofertas:

1° Se considerarán los productos ofertados que contengan claramente la información requerida en la Ficha Electrónica y que, además, correspondan a las Categorías solicitadas en esta Licitación.

2° Los adjudicatarios de las distintas Categorías del presente Convenio podrán presentarse en los nuevos llamados que eventualmente se realicen, para ofertar en Categorías anteriormente no ofertadas o en que no hayan logrado adjudicar previamente.

3° Los proveedores que al momento de ofertar ya tengan adjudicados en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios una o más de las categorías que se licitan no podrán volver a ofertar por esas mismas categorías.

Las ofertas que se reciban de estos proveedores para otras categorías deberán contemplar condiciones comerciales que sean iguales o mejores que las que mantengan en la referida herramienta del respectivo convenio marco.

³ Definidas en la Ley N° 20.416 que Fija Normas Especiales para las Empresas de Menor Tamaño.

⁴ <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1078836> Decreto N°13, del 2015, del Ministerio de Salud, que Modifica Decreto Supremo N° 977, de 1996, Reglamento Sanitario de los Alimentos.

Si presenta mejores condiciones comerciales que aquellas que mantiene en ese convenio la Dirección entiende que en caso de ser adjudicado reemplaza aquellas menos favorables vigentes en la referida herramienta para todas las categorías del presente Convenio Marco.

Si presenta condiciones comerciales menos favorables la oferta será declarada inadmisibile.

4° En el caso en que dos o más empresas relacionadas y/o pertenecientes a un mismo grupo empresarial oferten por los mismos productos en el presente convenio marco, la DCCP solo evaluará a la primera de esas ofertas presentadas en el portal, siendo descartado el resto de esas ofertas. Para estos efectos se entenderá que dos o más empresas se encuentran relacionadas o forman parte de un mismo grupo empresarial de acuerdo a lo dispuesto por los artículos 96 y 100 de la Ley N° 18.045, de Mercado de Valores.

5° Se exigirá el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la cláusula 6, "Instrucciones para Presentación de Ofertas", de las presentes Bases de Licitación. Aquellas ofertas que no fueran presentadas a través del portal, en los términos solicitados, quedarán marginadas de la propuesta y no serán consideradas en la evaluación. Lo anterior, sin perjuicio de que concurra y se acredite algunas de las causales de excepción establecidas en el artículo 62 del Reglamento de la Ley de Compras.

6° La DCCP declarará inadmisibile cualquiera de las ofertas presentadas que no cumplan los requisitos o condiciones establecidos en las presentes bases, sin perjuicio de la facultad de la DCCP de solicitar a los oferentes que salven errores u omisiones formales, de acuerdo con lo establecido en la normativa de compras públicas y en las presentes bases.

7° Los documentos solicitados por la DCCP deben estar vigentes a la fecha de cierre de la presentación de las ofertas indicado en la cláusula 3 de las presentes bases, ser presentados, como copias simples, legibles y firmadas en la parte inferior por el representante legal de la empresa o persona natural, además la DCCP podrá verificar la veracidad de la información entregada por el proveedor.

8° Los oferentes podrán ofertar en relación a una o más subcategorías licitadas utilizando el listado de productos creados para ofertar en esta licitación. En caso de resultar adjudicados en una subcategoría se entenderá que adjudica la categoría respectiva.

9° Los oferentes podrán incorporar en su oferta exclusivamente 5 nuevos productos⁵ por región, siempre y cuando sean válidamente ingresados⁶ y se enmarquen dentro de las categorías y subcategorías licitadas. Se considerarán para estos efectos los primeros 5 productos nuevos ingresados en su oferta

El formato de venta de los productos del convenio corresponderá a aquellos definidos por el fabricante y no a posteriores embalajes que los mismos proveedores puedan crear, es decir:

| Producto | Válidamente ingresado | Error en el ingreso |
|--------------------------|---|---|
| <i>Lomo vetado cerdo</i> | <i>Lomo vetado cerdo sin marinar bolsa – 1 Kg aprox. Región Metropolitana Precio: \$4.790</i> | <i>Lomo vetado cerdo – 800 gr caja 10 kilos. Precio: \$4.790 ó \$59.875 (No se permite la venta por cajas, solo por Kilo)</i> |

⁵ Se entiende por NUEVOS PRODUCTOS aquellos productos que no se encuentran disponibles en la plataforma al momento de ofertar y que solo pueden ser incorporados a través de la aplicación (botón agregar producto).

⁶ Se entiende por PRODUCTOS NUEVOS VALIDAMENTE INGRESADOS aquellos productos ingresados a través de la aplicación (botón agregar producto), que pertenezcan a las categorías y subcategorías licitadas en el presente convenio marco y completen correctamente marca, modelo, medida, descripción y atributos extendidos de acuerdo a lo indicado en el diccionario de datos, además de presentar un precio consistente a los precios transados en el mercado.

| | | |
|---------------------------|---|---|
| Huevo primera 54 – 61 grs | Huevo primera 54 – 61 grs bandeja 30 unidades. V Región Precio: \$3.090 | Huevo primera 54 – 61 grs. bandeja 30 unidades 3 bandejas. Precio: \$3.090 ó \$9.270 (El formato válido es: 6, 12, 20, 30, 180 unidades respectivamente y no 3 bandejas de 30 unidades) |
| Aceite maravilla Belmont | Aceite maravilla Belmont botella 1 litro I Región. Precio: \$2.400 | Aceite maravilla Belmont botella 1 litro unidad pack de 3. Precio: \$2.400 o \$7.200 (Producto es comercializado por unidad) |

Cabe destacar que como medio de apoyo para el ingreso de productos nuevos, la DCCP dispondrá como documento adjunto al ID de la licitación, un Diccionario de Datos en el cual se explicará claramente el contenido que debe ingresar en la descripción del producto, así como el formato de venta que será considerado para la evaluación de las ofertas, etc. Al momento de crear una ficha de producto se deberá cumplir con lo indicado en este Diccionario de Datos, para que la oferta sea considerada válida.

9° Se deja expresa constancia que el proveedor es el responsable del correcto ingreso de las fichas de producto y que el sólo hecho de participar de esta licitación implica la aceptación de la totalidad de las condiciones numeradas anteriormente.

9.4 Criterios de Evaluación

La Evaluación de las ofertas se realizará en dos etapas (Técnica y Económica), considerando los siguientes criterios de evaluación.

Primera Etapa

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | |
|--|---|---------|
| ETAPAS | SUBCRITERIOS | puntaje |
| I. Primera Etapa: Evaluación de Criterios Técnicos | 1.1 Patente y/o Permiso Municipal para comercializar productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación | 45 |
| | 1.2 Años de experiencia en la comercialización de productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación | 35 |
| | 1.3 Cumplimiento de Requisitos Formales. | 5 |
| | 1.4 Sustentabilidad | 15 |

Segunda Etapa

| CRITERIOS DE EVALUACIÓN | |
|---|---|
| ETAPAS | SUBCRITERIOS |
| II. Segunda Etapa: Evaluación Económica | Ranking de precio por ficha de producto |

9.5 Procedimiento de Evaluación de las ofertas

9.5.1 Primera Etapa: Evaluación de los criterios técnicos

9.5.1.1 *Patente y/o Permiso Municipal para comercializar productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación*

Corresponde al permiso necesario para emprender cualquier actividad comercial y/o Industrial que necesita un local fijo⁷. Este permiso es otorgado por la municipalidad del lugar donde se instalará el negocio. La asignación de puntaje para este sub - criterio será de acuerdo a la siguiente tabla:

| Criterio | Puntaje |
|---|-----------|
| Patente y/o Permiso Municipal para comercializar productos asociados a las categorías y subcategorías de la presente licitación | 45 puntos |
| No envía patente municipal | 0 puntos |

9.5.1.2 *Años de experiencia Rubro*

Para este criterio se considerará la experiencia del proveedor en el rubro de alimentación, declarada en mis condiciones comerciales de Convenio Marco. Dicha experiencia debe ser expresada *en relación a la cantidad de meses de experiencia efectivamente cumplidos, en números enteros, sin decimales*. Cuando este tiempo sea ingresado con decimales, sólo se considerará el número entero sin aproximar, por ejemplo: si un oferente indica 12,5 meses de experiencia, el valor a utilizar para el cálculo de este criterio será 12 meses.

La DCCP verificará, a través de la página del Servicio de Impuestos Internos, que la fecha de iniciación de actividades del oferente se acredite los años de trayectoria declarados por el mismo en este criterio. En el caso de que los valores no sean coincidentes, se tomará como referencia la trayectoria en meses indicada por la fecha de iniciación de actividades que figure en el Servicio de Impuestos Internos.

La asignación de puntaje para este sub - criterio será de acuerdo a la siguiente tabla:

| Tabla de Experiencia | Puntaje (Pts.) |
|--|----------------|
| 120 meses o más | 35 |
| Mayor o igual a 60 meses y menor a 120 meses | 30 |
| Mayor o igual a 36 meses y menor a 60 meses | 23 |
| Mayor o igual a 24 meses y menor a 36 meses | 18 |
| Mayor o igual a 12 meses y menor a 24 meses | 9 |
| Mayor o igual a 6 meses y menor a 12 meses | 4 |
| Menor a 6 meses o no informa | 0 |

9.5.1.3 *Sustentabilidad*

La asignación de puntajes en este criterio será realizada de acuerdo al cumplimiento de alguna de las materias y contenidos y sus respectivos medios de verificación. Para esto debe indicar "SI" (en el formulario de mis condiciones comerciales) en el caso de cumplir con alguno(s) de los puntos descritos en la siguiente tabla:

⁷ <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/patentes-municipales>

| Políticas de sustentabilidad | Materias y Contenidos | Medio de Verificación |
|--|---|---|
| A) Inclusión laboral | El proveedor dispone de políticas de inclusión laboral de personas en situación de discapacidad | Contrato de trabajo de carácter indefinido del/de los trabajadores en situación de discapacidad, con antigüedad igual o mayor a 3 meses e inscripción en Registro Nacional de Discapacidad o certificación del COMPIN. (mínimo 1 trabajador/a) |
| | El proveedor dispone de políticas de inclusión laboral a personas de la Tercera Edad Activa (mujer mayor de 60 años y hombre mayor de 65 años) | Contrato de trabajo de carácter indefinido del/de los trabajadores adulto mayor, con antigüedad igual o mayor a 3 meses y copia de carnet de identidad del trabajador. (mínimo 1 trabajador/a) |
| | El proveedor dispone de políticas de inclusión laboral a Jóvenes Desempleados (18 a 25 años) | Contrato de trabajo de carácter indefinido del/de los trabajadores jóvenes desempleados, copia de carnet de identidad del trabajador y certificado de la AFP que el trabajador no tuvo cotizaciones en los últimos 3 meses antes del inicio de la fecha del contrato, O acreditación beneficiario programa "Subsidio Joven" de SENCE. (mínimo 1 trabajador/a) |
| | El proveedor dispone de políticas de inclusión laboral de trabajadores pertenecientes a pueblos indígenas | Contrato de trabajo de carácter indefinido del/de los trabajadores perteneciente a pueblos indígenas, con antigüedad igual o mayor a 3 meses, documento que acredite la calidad de persona perteneciente a pueblo indígena otorgado por CONADI. Para extranjeros, documentos oficiales entregados por las autoridades de dicho país. (mínimo 1 trabajador/a) |
| B) Inclusión de género | El oferente es una persona natural de sexo femenino. | Se comprobará en el Registro de proveedores (Sello Empresa Mujer) |
| | El oferente es una empresa liderada por mujer/es. | Se comprobará en el Registro de proveedores (Sello Empresa Mujer) |
| | El oferente demuestra tener una política de inclusión de género a través de la paridad de género en sus contrataciones, con al menos un 50% de mujeres contratadas respecto al total de trabajadores contratados. | Certificado de cotizaciones previsionales (F-30-1) de servicio prestado con una antigüedad máxima de 6 meses y Declaración jurada relativa a la mantención de la proporción de trabajadoras mujeres a la que alude el certificado presentado durante la prestación del servicio contratado. |
| C) Fomento de buenas prácticas ambientales | La empresa fomenta las prácticas empresariales ambientalmente sustentables. | <p>Puede presentar uno de los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Registro de inscripción en Huella Chile (Ministerio de Medio Ambiente) * Certificado de colaboración por donación de alimentos a la organización "Red de Alimentos", acorde a Resolución Exenta Nº59 del SII, con al menos 3 meses de antigüedad. * Certificado de reciclaje de residuos no peligrosos (papel, cartón, plásticos, latas de aluminio, vidrio y/o residuos orgánicos), emitido por alguno de los destinatarios autorizados (según el listado http://seremi13.redsalud.gob.cl/?page_id=986) * Certificado ISO 14001-2004 vigente o norma chilena equivalente. * Certificado ISO 50001 vigente (o norma chilena equivalente). |
| D) Acuerdo de producción limpia | La empresa cuenta con el sello de Acuerdo de Producción Limpia | Sello APL o Certificado de Acuerdo de Producción Limpia, entregado por el Consejo de Producción Limpia |

Se entenderá que el oferente cuenta con una política de sustentabilidad en la medida que cumpla al menos una de las materias y contenidos definidos para cada uno de ellas. El proveedor además de

declarar positivamente que cuenta con la materia deberá entregar el medio de verificación correspondiente.

En la eventualidad que algún oferente no declare o declare negativamente (NO) en la ficha electrónica en el campo dispuesto para ello, aun cuando adjunte los medios de verificación, o bien no logre acreditar ninguna de las "Materias y Contenidos" de todos aquellos puntos que haya declarado "Si" en la ficha electrónica, se le asignará "0" puntos en este criterio.

La asignación de puntajes en este sub-criterio, se materializará de acuerdo a lo siguiente:

| Cuenta con | Puntaje |
|---|-----------|
| 3 políticas de sustentabilidad y/o Cuenta con APL | 15 puntos |
| 2 políticas de sustentabilidad | 9 puntos |
| 1 políticas de sustentabilidad | 5 puntos |

En el caso que el oferente declare poseer y adjunte el certificado de Acuerdo de Producción Limpia (APL), automáticamente obtendrá los 15 puntos, independiente a la tabla identificada anteriormente.

9.5.1.4 Cumplimiento de requisitos formales

El oferente que presente su oferta cumpliendo todos los requisitos formales de presentación de la misma y acompañando todos los antecedentes requeridos en el punto número 6 "Instrucciones para la Presentación de Ofertas" antes del cierre de presentación de oferta obtendrá 5 puntos. El oferente que haya incumplido los requisitos formales o haya omitido antecedentes o certificaciones al momento de presentar su oferta, aun cuando los haya acompañado con posterioridad al cierre de presentación de las ofertas, en virtud del artículo 40, inciso 2°, del reglamento de la ley N° 19.886, obtendrá 0 puntos en este sub-criterio.

La asignación de puntajes en este sub-criterio, se materializará de acuerdo a lo siguiente:

| Cuenta con | Puntaje |
|-----------------------------------|----------|
| Cumple con requisitos formales | 5 puntos |
| No cumple con requisitos formales | 0 puntos |

9.5.1.5 Puntaje Total De La Oferta Técnica:

Para obtener el puntaje total de la evaluación de la oferta técnica de cada oferente, se sumarán los puntajes finales de cada sub-criterio ya referido.

Los oferentes que obtengan, luego de la sumatoria de puntajes en los cuatro subcriterios anteriores, un puntaje igual o superior a 59 puntos pasarán a la segunda etapa de evaluación, por lo que serán evaluados económicamente.

Los oferentes que no hayan alcanzado este puntaje mínimo de 59 puntos serán desestimados de este proceso de evaluación, al no cumplir con los requerimientos técnicos señalados en las presentes bases de licitación.

9.5.2 Resolución de Consultas Respecto de la Evaluación de la Oferta Técnica:

Si luego de realizado el proceso de evaluación técnica de las ofertas, hubiese consultas respecto de los resultados de la misma, estas deberán ser enviadas en el plazo fatal de 5 días hábiles contados desde la notificación a través del Portal de dichos resultados, a través del siguiente Link:

<https://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Site/Reclamos/IngresoReclamo.aspx>

La DCCP dispondrá de 10 días hábiles para dar respuesta a dichas consultas.

9.5.3 Segunda Etapa: Evaluación Económica

La oferta Económica deberá ser presentada a través de la Plataforma Electrónica de Convenio Marco en "Mis Condiciones Comerciales", específicamente en la sección "Condiciones por Producto", en el campo dispuesto para ello.

Serán desestimados de la evaluación económica:

1. Aquellos productos de proveedores que indiquen en la ficha electrónica "NO" a la pregunta ¿Oferta a alguna de las cinco categorías siguientes: carnes, carnes congeladas, congelados, fiambre y embutidos, lácteos y derivados? Y que al momento de la apertura económica se encuentren productos ofertados por el proveedor, relacionados a las categorías anteriormente señaladas. Cabe indicar que estos productos serán desestimados del proceso de evaluación.
2. Aquellos productos de las categorías carnes, carnes congeladas, congelados, fiambre y embutidos, lácteos y derivados en caso de que el proveedor que los oferte, no presente la autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos, de acuerdo a lo indicado en el punto 6, "Instrucciones para la presentación de las ofertas", de las presentes bases de licitación.
3. Los productos en los cuales se hayan indicado precios iguales a "0", "11111111111111", "999999999999" o cualquier otro monto que refleje un valor evidentemente erróneo, que no se considere válidamente ofertado o que sea claramente inconsistente.
4. La DCCP podrá verificar que los precios ofertados corresponden a aquellos propios de las transacciones habituales del rubro, contrastando los precios ofertados contra los precios de los productos activos en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios durante el periodo de evaluación. En los casos que la DCCP no encuentre disponible los precios de referencia, podrá solicitar un número representativo de facturas con a lo menos 30 días de antigüedad bajo el concepto de "aclaraciones a la oferta", o bien, verificar precios en el mercado. Los productos que resulten adjudicados y no sea posible validar que el precio ofertado corresponda a un precio de mercado, no serán habilitados en la referida herramienta.
5. En la eventualidad que solamente exista una oferta para un bien cuyo precio no se logre verificar en el mercado, la DCCP podrá solicitar la factura de venta del bien respectivo, con al menos 30 días de antigüedad, dicha factura deberá ser entregada a través del Sistema exactamente en la forma solicitada por la DCCP, en caso de que el precio no pueda ser verificado, o merezca dudas los productos serán desestimados de la evaluación económica.
6. Los productos que no se enmarquen dentro de las categorías y subcategorías licitadas.
7. Los productos nuevos que no completen correctamente los campos: tipo de producto, marca, modelo, medida, descripción y los atributos extendidos definidos en el sistema, de acuerdo a lo que se indica en el Diccionario de Datos que será dispuesto como documento adjunto para el proceso de oferta.
8. En caso de que el producto ofertado tenga una marca que no pueda ser verificada, la DCCP tendrá la facultad de solicitar los documentos que acrediten la veracidad de lo declarado; si el oferente no puede enviar dicha certificación, dicho producto será desestimado del proceso de evaluación.
9. En caso que el proveedor oferte una cantidad superior a 5 productos nuevos, considerando la totalidad de su oferta, se considerarán sólo los primeros 5 productos nuevos

correctamente ingresados⁸ (de acuerdo a fecha y hora de ingreso en la plataforma), es decir, no desestimados en relación a alguno de los ocho puntos anteriormente señalados

Se deja expresa constancia que el proveedor es el responsable del correcto ingreso de las fichas de producto y que el sólo hecho de participar de esta licitación implica la aceptación de la totalidad de las condiciones numeradas anteriormente.

Para efectos de estas bases se entenderá como sinónimos “producto” e “ítem”.

9.5.3.1 Precio ofertado por región de despacho

Dado que las fichas creadas para esta licitación se encuentran relacionadas a una determinada región de despacho, el valor que el oferente ingrese en el campo precio de cada ficha, deberá ser expresado en pesos chilenos, considerando todos los impuestos, costos de despacho y descuentos incluidos para la entrega del producto en la respectiva región, pudiendo ser precios iguales o distintos.

Ejemplo:

Lechuga Hidropónica Unidad Región I. Precio \$950

Lechuga Hidropónica Unidad Región II. Precio \$950

Lechuga Hidropónica Unidad Región Metropolitana \$750

$$P_{ir} = \text{Precio para el producto } i \text{ en la región } r$$

El oferente deberá declarar en la ficha electrónica de oferta para cada Región:

- El monto máximo de despacho por región (en caso de no informar un monto máximo se entenderá que el proveedor no tiene un monto máximo para despachar)
- Plazo de entrega máximo en días hábiles para cada una de las regiones ofertadas.
- Plazo de entrega de emergencia o catástrofe declarada por la autoridad, en horas corridas para cada una de las regiones ofertadas.

Si el oferente declara cero para el plazo de entrega máximo en días hábiles, se entenderá que los productos deberán ser entregados dentro de las 24 horas siguientes desde el envío de la OC.

Si el oferente declara cero para el plazo de emergencia o catástrofe declarada por la autoridad, se entenderá que los productos deberán ser entregados en menos de 60 minutos desde el envío de la OC.

En caso de no declarar los plazos de entrega solicitados, la oferta no será evaluada, siendo descartada del proceso de evaluación y declarada inadmisibles.

Variación Porcentual entre el precio mínimo y el precio máximo

La DCCP aplicará la fórmula descrita a continuación para calcular la variación porcentual entre el precio mínimo y el precio máximo de cada producto en relación a cada región.

$$VP = \frac{P_{max RD} - P_{min RD}}{P_{min RD}}$$

Donde:

VP = Variación Porcentual Precio Producto región de despacho

P_{max RD} = Precio Máximo del producto en la región de despacho

P_{min RD} = Precio Mínimo del producto en la región de despacho

⁸ Se entiende por CORECTAMENTE INGRESADOS aquellos productos que tengan marca, modelo, medida, descripción y atributos entendidos en forma coherente, además de presentar un precio consistente.

Los productos que tengan una variación porcentual entre el menor y el mayor precio ofertado superior al 60% y cuya diferencia absoluta entre el precio mínimo y precio máximo sea mayor a \$2.000 no serán habilitados en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en caso de adjudicar, hasta que el oferente acredite la veracidad del precio ofertado. La DCCP solicitará los antecedentes que estime necesarios para acreditar la veracidad de los precios ofertados.

En caso de no poder acreditar la veracidad de los precios ofertados dentro de los primeros 60 días hábiles desde la fecha de adjudicación, la DCCP no habilitará las fichas en la referida herramienta.

9.5.3.2 Evaluación Económica - Confección de Ranking:

Para la evaluación económica de las ofertas, los precios de cada producto en la región, serán ordenados de menor a mayor por dos modalidades, productos idénticos, es decir productos con el mismo "Tipo de Producto", "Marca", "Modelo", "Medida" y "Atributos Extendidos" o por productos similares, es decir productos con el mismo "Tipo de Producto", "Modelo", "Medida" y "Atributo extendidos" de acuerdo a lo siguiente:

La comparación de productos idénticos contempla las siguientes subcategorías:

| N° | Producto Idéntico (Marca, modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 1 | Leches Especiales |
| 2 | Productos Sin Gluten |
| 3 | Suplementos |
| 4 | Jugos |
| 5 | Bebidas |
| 6 | Canastas |
| 7 | Hielo, Helados Y Postres |
| 8 | Pouches |
| 9 | Confitería |
| 10 | Té, Café |
| 11 | Derivados De Lácteos |
| 12 | Yogurt |
| 13 | Leche líquida |
| 14 | Leche en polvo |
| 15 | Leche saborizada |

La comparación de productos similares, es decir mismo Tipo de producto, modelo y medida contempla las siguientes subcategorías:

| N° | Producto Similar (Modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 1 | Cereales Para Bebe |
| 2 | Comida Para Bebe |
| 3 | Leche Para Bebe |
| 4 | Postres Para Bebe |
| 5 | Aguas |
| 6 | Carnes Procesada |
| 7 | Cerdo |
| 8 | Pavo |
| 9 | Pollo |
| 10 | Vacuno |

| N° | Producto Similar (Modelo, Medida, Atributo extendido) |
|----|---|
| 11 | Carnes Procesadas Congeladas |
| 12 | Cerdo Congelado |
| 13 | Pavo Congelado |
| 14 | Pollo Congelado |
| 15 | Vacuno Congelado |
| 16 | Hamburguesas Y Churrascos |
| 17 | Apanados |
| 18 | Frutas Y Verduras Congeladas |
| 19 | Pescados Y Mariscos Congelados |
| 20 | Comida Preparada |
| 21 | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| 22 | Conservas |
| 23 | Aceites |
| 24 | Arroz |
| 25 | Azúcar |
| 26 | Cóctel |
| 27 | Comida Instantánea |
| 28 | Dulces |
| 29 | Encurtidos |
| 30 | Endulzantes |
| 31 | Frutos Secos |
| 32 | Harinas Y Féculas |
| 33 | Huevos |
| 34 | Legumbres |
| 35 | Pastas |
| 36 | Postres Para Preparar |
| 37 | Saborizante De Leche |
| 38 | Salsas Y Condimentos |
| 39 | Semillas Y Cereales |
| 40 | Sopa, Caldos Y Bases |
| 41 | Vinagres Y Sucedáneos |
| 42 | Embutido |
| 43 | Fiambrería |
| 44 | Fruta Fresca |
| 45 | Frutas Y Verduras Procesadas |
| 46 | Verdura Fresca |
| 47 | Masas Y Tortillas |
| 48 | Pan Envasado |
| 49 | Pan Fresco |
| 50 | Repostería |
| 51 | Aderezos |
| 52 | Desayunos Y Dulce |
| 53 | Mantequilla Y Margarina |
| 54 | Sal Y Condimentos |

9.5.4 *Solicitud de Aclaraciones y Antecedentes*

Una vez realizada las respectivas aperturas electrónicas de las ofertas, tanto técnica como económica, la DCCP podrá solicitar a los oferentes que salven errores u omisiones formales, siempre

y cuando las rectificaciones de dichos vicios u omisiones no les confieran a esos oferentes una situación de privilegio respecto de los demás competidores, esto es, en tanto, no se afecten los principios de estricta sujeción a las bases y de igualdad de los oferentes, y se informe de dicha solicitud al resto de los oferentes a través del sistema de información. (Art. 40, inciso 1° del Reglamento de la Ley N° 19.886).

Además, la DCCP podrá, durante la evaluación, solicitar aclaraciones a las ofertas presentadas por los proponentes, en caso de ser necesario.

Se podrá permitir, asimismo, la presentación de las certificaciones y/o antecedentes que hayan omitido presentar al momento de efectuar la oferta, siempre que dichas certificaciones o antecedentes se hayan producido u obtenido con anterioridad al vencimiento del plazo para presentar ofertas o se refieran a situaciones no mutables entre el vencimiento del plazo para presentar ofertas y el periodo de evaluación (Art. 40, inciso 2° del Reglamento de la Ley N° 19.886).

Los oferentes tendrán un plazo máximo de 48 horas corridas, contadas desde la notificación del respectivo requerimiento, para responder a lo solicitado por la DCCP o para acompañar los antecedentes requeridos por ésta. La DCCP no considerará las respuestas o los antecedentes recibidos una vez vencido dicho plazo o que no hayan sido enviados a través de la plataforma. La responsabilidad de revisar el “foro inverso”, disponible en www.mercadopublico.cl, a través del cual se solicitan los antecedentes y aclaraciones durante el periodo de evaluación, recae exclusivamente en los oferentes.

9.6 Adjudicación

La Dirección ChileCompra podrá declarar desierta la licitación cuando no se presenten ofertas, o cuando éstas no resulten convenientes a sus intereses. Asimismo, declarará inadmisibles las ofertas cuando éstas no cumplieren los requisitos establecidos en las bases. Dichas declaraciones deberán ser por resolución fundada para ambos casos.

La DCCP adjudicará por categoría de acuerdo a tres tipos de Adjudicación (dentro del 80%, el 20% y el 10% (este último porcentaje sólo respecto de **fichas para Compras de Volumen Mínimo, como se detalla más abajo**), a aquellas ofertas que cumplan con tener al menos un producto dentro del porcentaje mejor evaluado, definido para cada caso de acuerdo a lo siguiente:

a) Adjudicación por 80% mejor evaluado

La DCCP adjudicará por Categoría a los oferentes cuyos productos se encuentren dentro del *80% mejor evaluado*, considerando para ello un orden jerarquizado desde el menor a mayor precio (ranking). Serán consideradas para este tipo de adjudicación las siguientes subcategorías:

| N° | SUBCATEGORÍA |
|----|--------------------------|
| 1 | Azúcar |
| 2 | Bebidas |
| 3 | Comida Preparada |
| 4 | Conservas |
| 5 | Desayunos Y Dulce |
| 6 | Dulces |
| 7 | Embutido |
| 8 | Endulzantes |
| 9 | Fruta Fresca |
| 10 | Harinas Y Féculas |
| 11 | Hielo, Helados Y Postres |
| 12 | Huevos |
| 13 | Leches Especiales |
| 14 | Mantequilla Y Margarina |

| N° | SUBCATEGORÍA |
|----|--------------------------------|
| 15 | Masas Y Tortillas |
| 16 | Pan Envasado |
| 17 | Pan Fresco |
| 18 | Pescados Y Mariscos Congelados |
| 19 | Pouches |
| 20 | Productos Sin Gluten |
| 21 | Repostería |
| 22 | Sal Y Condimentos |
| 23 | Salsas Y Condimentos |
| 24 | Semillas Y Cereales |
| 25 | Verdura Fresca |

b) *Adjudicación por 20% mejor evaluado*

La DCCP adjudicará por Categoría a los oferentes cuyos productos se encuentren dentro del 20% *mejor evaluado*, considerando para ello un orden jerarquizado desde el menor a mayor precio final (ranking).

En los casos en que, siguiendo la fórmula descrita en el párrafo anterior, resulte adjudicado sólo 1 proveedor la DCCP adjudicará al segundo proveedor del listado (ranking).

Serán consideradas para para este tipo de adjudicación las siguientes subcategorías:

| N° | SUBCATEGORIA |
|----|------------------------------|
| 1 | Aceites |
| 2 | Aderezos |
| 3 | Aguas |
| 4 | Apanados |
| 5 | Arroz |
| 6 | Carnes Procesadas |
| 7 | Carnes Procesadas Congeladas |
| 8 | Cerdo |
| 9 | Cerdo Congelado |
| 10 | Cereales Para Bebe |
| 11 | Cóctel |
| 12 | Comida Instantánea |
| 13 | Comida Para Bebe |
| 14 | Confitería |
| 15 | Derivados De Lácteos |
| 16 | Encurtidos |
| 17 | Fiambrería |
| 18 | Frutas Y Verduras Congeladas |
| 19 | Frutas Y Verduras Procesadas |
| 20 | Frutos Secos |
| 21 | Hamburguesas Y Churrascos |
| 22 | Jugos |
| 23 | Leche en polvo |
| 24 | Leche Líquida |
| 25 | Leche Para Bebe |
| 26 | Leche saborizada |

| N° | SUBCATEGORIA |
|----|---------------------------------|
| 27 | Legumbres |
| 28 | Masas Congeladas y Refrigeradas |
| 29 | Pastas |
| 30 | Pavo |
| 31 | Pavo Congelado |
| 32 | Pollo |
| 33 | Pollo Congelado |
| 34 | Postres Para Bebe |
| 35 | Postres Para Preparar |
| 36 | Saborizante De Leche |
| 37 | Sopa, Caldos Y Bases |
| 38 | Suplementos |
| 39 | Té, Café |
| 40 | Vacuno |
| 41 | Vacuno Congelado |
| 42 | Vinagres Y Sucedáneos |
| 43 | Yogurt |

c) *Adjudicación por 10% mejor evaluado (fichas para Compras de Volumen Mínimo)*

La DCCP dispondrá en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios fichas para compras asociadas a compras de alto volumen. El proveedor deberá indicar en estas fichas el valor unitario por región de despacho de cada producto considerando la cantidad mínima de compra de cada una de ellas.

Ejemplo:

CAFÉ NESCAFE TRADICIÓN TARRO 400 GR UNIDAD REGIÓN METROPOLITANA, MINIMO 200 UNIDADES
PRECIO: \$7.890 → Precio por unidad considerando venta mínima de 200 unidades

La DCCP adjudicará la Categoría a la que pertenece la ficha creada para compras de volumen Mínimo, a los oferentes cuyos productos se encuentren dentro del *10% mejor evaluado*, considerando para ello un orden jerarquizado desde el menor a mayor precio final (ranking)

En los casos en que, siguiendo la fórmula descrita en el párrafo anterior, resulte adjudicado sólo 1 proveedor la DCCP adjudicará al segundo proveedor del listado (ranking).

9.6.1 *Resolución de empates:*

En el caso que dos o más oferentes al final de la evaluación obtengan el mismo precio por región de despacho, los criterios para definir la mejor oferta se sujetarán al siguiente orden de prelación:

- 1°) Mayor puntaje en el subcriterio, experiencia de la empresa.
- 2°) Menor plazo de entrega para despacho en la región en días hábiles.

La DCCP adjudicará a través de una resolución fundada, que será publicada en www.mercadopublico.cl, una vez que se encuentre totalmente tramitada.

9.7 *Resolución de consultas respecto de la Adjudicación.*

Las consultas sobre la adjudicación deberán realizarse dentro del plazo fatal de 5 días corridos contados desde la publicación en el Sistema de Información www.mercadopublico.cl a través del siguiente link:

<https://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Site/Reclamos/IngresoReclamo.aspx>

La DCCP dispondrá del mismo tiempo indicado precedentemente para dar respuesta a dichas consultas.

10. *Condiciones Contractuales, Vigencia de las Condiciones Comerciales, Operatoria del Convenio Marco y Otras Cláusulas*

10.1 *Regulación de la licitación de Convenio Marco*

Las licitaciones se registrarán en todo momento por lo dispuesto en la ley N° 19.886, su reglamento, las presentes bases y sus Anexos. Asimismo, formarán parte de las bases, las modificaciones y las aclaraciones escritas que emita la DCCP, sea que ellas fueren requeridas por los mismos participantes, o bien, impartidas por esta Dirección de oficio.

El Convenio Marco se ceñirá a la normativa y a los documentos que se señalan a continuación, según el siguiente orden de prelación:

- i. Ley N° 19.886 y su reglamento.
- ii. Bases administrativas, sus anexos, aclaraciones, respuestas y modificaciones a las bases, si las hubiere.
- iii. Oferta adjudicada.
- iv. Convenio Marco celebrado entre la DCCP y el respectivo adjudicatario.
- v. Órdenes de Compra que emitan los organismos públicos habilitados para usar el sitio www.mercadopublico.cl
- vi. La resolución de Adjudicación

Los interesados en conocer los documentos señalados anteriormente podrán hacerlo a través del sitio www.mercadopublico.cl, desde donde podrán acceder a dicha documentación.

10.2 *Acuerdo Complementario*

Podrá suscribirse un Acuerdo Complementario entre el organismo comprador y el adjudicatario, en el cual se consigne la garantía de fiel cumplimiento, si corresponde, cuyo monto no podrá ser inferior a un 5% del monto del contrato, según lo establecido en artículo 68 del Reglamento de la Ley de Compras N° 19.886, y se especifiquen las condiciones particulares de la adquisición, tales como, oportunidad y forma de entrega, precio y forma de pago, características específicas de los productos, vigencia, efectos derivados del incumplimiento, entre otros.

Tales condiciones particulares, no podrán apartarse de los aspectos regulados por las presentes bases y por el Convenio Marco suscrito entre la DCCP y el respectivo adjudicatario.

El plazo de vigencia del acuerdo complementario no podrá ser superior a 3 años ni exceder en un año la vigencia del convenio, una vez terminado ésta.

Para la firma del Acuerdo Complementario, el organismo comprador deberá exigir al proveedor una declaración jurada simple que acredite que no se encuentra en ninguna de las inhabilidades contempladas en los incisos 1° y 6° del artículo 4° de la Ley 19.886. Adicionalmente, en dicho acuerdo deberá tenerse presente lo dispuesto en la ley N° 20.393, que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas en los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y delitos de cohecho que indica.

En conformidad con el artículo 4, inciso 2°, de la ley N° 19.886, durante la vigencia del acuerdo complementario, el adjudicatario deberá acreditar que no registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores

contratados en los últimos dos años (Modelo Anexo N° 2). Esta circunstancia deberá acreditarse a la mitad del período de ejecución del acuerdo complementario, con un máximo de seis meses.

Una vez firmado el acuerdo complementario, el organismo comprador deberá adjuntar el mencionado acuerdo a la Orden de Compra respectiva.

Será responsabilidad del Comprador solicitar las debidas cauciones (garantías) que aseguren el cumplimiento de los respectivos acuerdos complementarios, así como también las certificaciones y resoluciones correspondientes para los ítems adquiridos a través de este Convenio Marco.

10.3 Vigencia de las Condiciones Comerciales

Las condiciones comerciales ofertadas por los adjudicatarios, serán visibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios y se mantendrán vigentes por toda la duración del convenio, salvo que se produzca una modificación de acuerdo con las modalidades establecidas en el presente convenio. Asimismo, dicha herramienta contendrá los valores para los montos que serán solicitados a través de las órdenes de compra.

El adjudicatario se compromete a mantener en Convenio Marco, las mejores condiciones comerciales ofertadas a sus clientes.

De acuerdo a lo anterior, durante la vigencia del Convenio Marco, él o los proveedores adjudicados podrán rebajar los precios para todas las Entidades, de todos o algunos de los productos adjudicados. Estas rebajas se mantendrán intactas hasta el término del Convenio Marco.

La DCCP publicará en la herramienta los nuevos valores en un plazo máximo de 15 días hábiles contados desde la recepción de la solicitud del Adjudicatario.

Se deja expresa constancia que la DCCP, en su misión de mantener precios competitivos respecto de este convenio podrá realizar un monitoreo continuo de los precios de los productos adjudicados por cada proveedor. Cuando defina realizar esta labor, esta Dirección efectuará un levantamiento de precios de los bienes y/o servicios disponibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, y los comparará con precios disponibles en páginas web de catálogos electrónicos, listas de precios por internet u otros que estime conveniente.

Asimismo, durante la operatoria, la DCCP se reserva el derecho de verificar todos los precios que resulten adjudicados con el fin de comprobar que los mismos correspondan a aquellos propios de las transacciones normales del negocio, contrastando los precios de los productos disponibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios con los precios del mercado. Para esto, la DCCP podrá solicitar un número representativo de facturas aceptadas y firmadas por los clientes, con a lo menos 30 días de antigüedad a través de la herramienta electrónica disponible a fin de verificar los precios en el mercado.

En caso de detectar que el proveedor adjudicado no mantiene las condiciones más ventajosas⁹ en este Convenio Marco, o que en el mercado las condiciones económicas son más favorables que al contratar a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, la DCCP pondrá en conocimiento del proveedor la situación indicada y se procederá, en caso de no considerar sus descargos como suficientes, a aplicar la medida de bloqueo de aquellos productos que luego de comparar los precios resulten ser menos convenientes. Sólo serán habilitados una vez que el proveedor refleje dicho valor como un precio permanente dentro del Convenio no por medio de una oferta especial¹⁰. Adicionalmente, la DCCP

⁹ Se entiende por Condiciones más ventajosas aquellas ofertas a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios que presentan un precio menor al de comercialización que tiene el proveedor con sus otros clientes no vinculados a convenio marco.

¹⁰ Se entiende por Oferta especial a una rebaja de precio por un tiempo determinado.

a fichas genéricas, sin marca y con un precio referencial definido por la DCCP, que corresponderá sólo a la caja de cartón (vacía) y/o bolsa de colación (vacía).

Los proveedores podrán reajustar el precio de esta ficha durante los dos primeros meses desde la habilitación del convenio en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios. Este precio podrá ser reajustado al alza hasta un 10% respecto al precio de referencia definido por la DCCP. Cabe señalar que no existe límite en caso que desee bajar el precio. Una vez finalizado el plazo para la modificación de precio, estas fichas podrán ser reajustadas cada 6 meses por IPC.

Para el caso de los compradores, estos deberán seleccionar los productos que desean comprar uno a uno en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios,, esta selección se deberá realizar para un mismo proveedor con el objeto de no generar compras a distintos proveedores para una misma caja y/o bolsa.

Las cajas de alimento y/o bolsa de colación, no podrán contener impreso el nombre de fantasía, razón social, logo y/o cualquier otra referencia asociada al proveedor.

10.4.3 Rechazo de Órdenes de Compra.

El adjudicatario sólo podrá rechazar las Órdenes de Compra válidamente emitidas en conformidad a este convenio, en los siguientes casos:

- i. Que la Entidad que emite la orden de compra, tenga una deuda vencida con el adjudicatario, situación que deberá ser acreditada.
- ii. Cuando no se adjunte, a la orden de compra, el certificado de la autoridad competente que acredite la disponibilidad presupuestaria que posee el organismo requirente para adquirir los productos consignados en ella.
- iii. Si hay inconsistencias entre los valores de la Orden de Compra y las condiciones ofertadas por el proveedor, o aquellas comprometidas a través de la Orden de Trabajo o del Acuerdo Complementario entre las partes, en caso de que exista.
- iv. Si la dirección de despacho señalada por el comprador en la orden de compra no está ubicada en la región definida en la ficha de producto.
- v. Cuando el comprador seleccione distintos proveedores para la adquisición de productos que se deban incluir en una misma caja de alimentos.

10.4.4 Responsabilidades y Obligaciones del Adjudicatario.

- i. El adjudicatario no podrá establecer diferencias arbitrarias en el trato que dé a las Entidades que requieran sus productos, a través de las emisiones de Órdenes de Compra que se ajusten al presente convenio.
- ii. El adjudicatario deberá velar por la calidad y oportunidad en la entrega de los informes a los usuarios del presente convenio, so pena de la sanción que pueda aplicar la DCCP, en caso de no dar cumplimiento a lo solicitado.
- iii. Será responsabilidad del adjudicatario velar por mantenerse habilitado en el registro de ChileProveedores. La DCCP bloqueará de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios al adjudicatario que se encuentre inhábil en ChileProveedores y será habilitado nuevamente, cuando se encuentre hábil en el registro, para lo cual deberá informar a la DCCP de dicho estado por los medios que esta estime.

podrá solicitar facturas que avalen el precio de transacción del bien, la cuales deberán ser legibles en su totalidad.

10.4 Operatoria General del Convenio Marco

Una vez que el Convenio Marco entre en vigencia, operará a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, el que inicialmente estará disponible en el sitio www.mercadopublico.cl, al cual cualquier Entidad o comprador público podrá acceder y emitir directamente a través de él, órdenes de compra al adjudicatario, quien para todos los efectos legales se relacionará comercial y contractualmente de manera directa con cada Entidad.

Cabe señalar que esta Dirección podrá, fundadamente, aprobar que los proveedores adjudicados ofrezcan sus productos y servicios en forma directa a través de una plataforma electrónica administrada y operada por el proveedor, que se integre a la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, siempre y cuando dichas plataformas aseguren una continuidad operativa acorde con el objeto de entregar de manera ininterrumpida los productos y servicios requeridos por las Entidades Públicas.

Para los efectos del presente Convenio Marco, las órdenes de compra deberán acompañar como archivo adjunto, el certificado extendido por la autoridad competente, acreditando que cuenta con la debida disponibilidad presupuestaria para adquirir los productos requeridos y que se generen y emitan a través del sitio www.mercadopublico.cl.

Cuando en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, existan productos que, en un periodo de 12 meses o más, no experimenten transacciones, estos productos serán bloqueados en dicha herramienta.

De igual forma, durante la vigencia del convenio, se permitirá una dispersión máxima de un 25% entre el precio mínimo y el precio máximo del producto del producto publicado en la herramienta, pudiendo ser este porcentaje modificado por parte de la DCCP de acuerdo al comportamiento del mercado para alguno o todos los productos del convenio.

La DCCP se reserva la facultad de bloquear aquellos productos cuya diferencia de precio supere el porcentaje permitido y sólo serán habilitados una vez que el proveedor rebaje el valor de dicho producto, hasta alcanzar como máximo, la dispersión de precio antes definida.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 30, letra h) de la ley N° 19.886, cabe destacar que la Dirección de Compras y Contratación Pública podrá cobrar por la operación de los sistemas de información y de otros medios para la compra y contratación electrónica que debe licitar, de acuerdo a lo establecido en la letra b) de este artículo. En cualquier caso, dichas tarifas se fijarán por resolución fundada de esta Dirección y serán publicadas en el Id de la Licitación.

10.4.1 Fichas para Compras de Volumen Mínimo

Los proveedores adjudicados en las fichas de *Compras de Volumen Mínimo* deberán mantener estas fichas, sin posibilidad de bloqueo por 12 meses, desde el inicio de la vigencia del CM.

10.4.2 Adquisición de Cajas de Alimentos y/o bolsas de colación

Los proveedores que en su oferta hayan respondido SI a la pregunta ¿Su representada está dispuesta a realizar venta en cajas de alimento y/o bolsas de colación?, y que como resultado del proceso de evaluación queden en calidad de adjudicado, se les habilitará automáticamente la categoría de Cajas de Alimento y Bolsas de colación donde se encontrarán las fichas dispuestas por la DCCP para esta categoría las cuales contendrán la descripción técnica. Cabe destacar que estas fichas corresponden

- iv. El proveedor deberá estar disponible para capacitarse en la operatoria del Convenio Marco, así como conocer y respetar los términos de usabilidad de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios.
- v. El adjudicatario liberará de toda responsabilidad a la Entidad Compradora y a la DCCP en caso de acciones entabladas por terceros en razón de transgresiones de derechos intelectuales; industriales; de patente, marca registrada, y de diseños como los indicados en la Ley N° 17.336 sobre propiedad intelectual.
- vi. El proveedor que resulte adjudicado garantiza no haber celebrado ni celebrar contrato alguno que afecte o pueda afectar el cumplimiento de sus obligaciones en el contrato respectivo.
- vii. Las reuniones que se soliciten durante la ejecución de los CM, deberán ser requeridas por el representante legal de la empresa adjudicada o por la persona debidamente autorizada por aquél, lo que deberá documentarse fehacientemente.
- viii. Entregar toda la información que sea necesaria para la identificación de los productos adjudicados, tales como códigos de producto (SKU, GTIN u otros), descripciones, especificaciones, fotografías u otros datos que correspondan, en los plazos y formatos establecidos por la DCCP. Para estos efectos, el Adjudicatario podrá trabajar en forma directa, o a través de alguna fábrica de contenidos disponible en el mercado, cuya elección será de su absoluta responsabilidad.
- ix. Disponer de los recursos humanos y técnicos que sean necesarios para mantener actualizados los productos catalogados, asegurando que las Entidades dispongan siempre de los mejores precios y de listas de productos vigentes, de manera de evitar problemas por discontinuidad o por falta de stock.
- x. Mantener vigente todas las condiciones comerciales y de contactos con el objetivo de lograr buena comunicación con la DCCP
- xi. Conocer y operar adecuadamente la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, accesible para los proveedores de Convenio Marco, a través del sitio www.mercadopublico.cl. Para dar cumplimiento a lo anterior los proveedores podrán asistir a todas aquellas capacitaciones y/o cursos que la DCCP disponga.
- xii. Responder y gestionar, según corresponda, todos los casos de reclamos y/o consultas reportados por la DCCP y/o las entidades contratantes, en un máximo de 1 día hábil.
- xiii. Entregar informes solicitados por la DCCP.

10.4.5 Responsabilidades y Obligaciones de la Entidad Compradora

- i. Uso del Convenio: La entidad compradora deberá velar por el buen uso de este convenio marco por parte de sus usuarios.
- ii. Calidad en la compra: Durante la operatoria del Convenio Marco, las entidades compradoras podrán solicitar a los adjudicatarios:
 - Muestras de Productos
 - Certificaciones
 - Informes de Trazabilidad de los Productos
 - Certificados de sanitización y control de plagas vigentes
 - Autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos
 - Otros antecedentes

- iii. Saldos Insolutos: Cabe señalar que, en caso de requerir los productos, el comprador deberá exigir al adjudicatario que acredite que no registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años (Modelo Anexo N° 2). Esta circunstancia deberá acreditarse a la mitad del período de ejecución del contrato, con un máximo de seis meses.
- iv. Concordancia entre Producto Comprado y Recibido: Será responsabilidad de la entidad compradora que los proveedores no realicen homologación de productos mediante este convenio, es decir, los productos ofrecidos en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, deben ser finalmente los que el comprador reciba conforme.

Además, la entidad compradora deberá adquirir productos mediante las fichas definidas para la región a la que se despachará la compra. Cabe destacar que el proveedor podrá hacer rechazo de la Orden de compra, de acuerdo a lo señalado en el punto 10.4.3 de las presentes bases.

- v. Cumplimiento Contractual del Proveedor: La entidad compradora deberá velar por el cumplimiento contractual del proveedor, con foco en las condiciones comerciales ofertadas y vigentes en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, durante todo el proceso de compra. En caso de incumplimiento contractual, deberá aplicar las multas correspondientes o notificar a la DCCP según corresponda, de acuerdo a lo establecido en la cláusula 10.10 de las presentes bases de licitación.
- vi. Aceptación OC por parte del Proveedor: La entidad compradora deberá procurar la aceptación por Sistema de la orden de compra por parte del proveedor en un plazo prudente, entendiéndose por plazo prudente aquel que no afecte la continuidad de su operación. En caso que el proveedor se niegue a realizar la aceptación de la orden de compra, el comprador deberá solicitar su rechazo, entendiéndose definitivamente rechazada una vez transcurridas 24 horas desde dicha solicitud, según lo establecido en el artículo 63 del Reglamento de Compras.
- vii. Adquisición de Cajas de Alimentos y/o bolsa de colación: Será responsabilidad de la entidad compradora que para la adquisición de productos que serán entregados en cajas de alimentos y/o bolsa de colación, se realice la selección de tales productos de manera individual (uno a uno) sólo en relación a un mismo proveedor. En caso de que el comprador seleccione productos de diferentes proveedores con el objetivo de incluirlos dentro de una misma caja de alimentos y/o bolsa de colación, el proveedor podrá rechazar la Orden de compra según lo señalado en el punto 10.4.3 de las presentes bases de licitación.
- viii. Condiciones de compra: La entidad compradora, deberá velar por obtener las mejores condiciones para su compra, razón por la cual podrá cotizar, comparar y negociar los precios de los productos ofrecidos en este convenio marco previo a la emisión de la orden de compra. Para lo anterior se recomienda revisar los precios disponibles en catálogos electrónicos, listas de precios por internet u otros que estime conveniente y compararlo con la ficha disponible en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en igualdad de condiciones. En caso de detectar que el (los) proveedor(es) adjudicado(s) no mantiene(n) las condiciones más ventajosas en dicha herramienta, la entidad compradora deberá notificar esta situación a la DCCP, a través de los medios que esta dispone para ello.

10.4.6 Derechos e Impuestos

Todos los gastos como los impuestos que se generen o produzcan por causa o con ocasión de este Convenio Marco, tales como los gastos notariales de celebración de contratos, y/o cualesquiera otros

que se originen en el cumplimiento de obligaciones que, según el Convenio o las Bases, ha contraído el oferente adjudicado, serán de cargo exclusivo de éste.

Será responsabilidad del Comprador solicitar las debidas cauciones (garantías) que aseguren el cumplimiento de los respectivos Acuerdos según lo indicado en la cláusula 10.2 "Acuerdo Complementario", así como también las certificaciones y resoluciones correspondientes para los ítems adquiridos a través de este Convenio Marco.

10.5 Descuentos Especiales (Ofertas)

El adjudicatario, cuando lo estime conveniente, podrá otorgar descuentos especiales para la o las Entidades compradoras sobre los precios vigentes en el convenio, independiente del monto de la compra que se trate. Con todo, estos descuentos especiales tendrán el carácter de oferta especial la que en ningún caso podrá ser inferior a un 5% de descuento sobre su precio catalogado, y se deberá mantener por un plazo mínimo de 3 días hábiles y un plazo máximo de 10 días hábiles desde su publicación en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios. La DCCP, publicará dichas ofertas especiales, al día siguiente corrido, contado desde la recepción de la solicitud del Adjudicatario.

10.6 Grandes Compras (Compras mayores a UTM 1.000 UTM)

En las adquisiciones vía Convenio Marco superiores a 1.000 UTM, el organismo público requirente deberá comunicar a través del Sistema de Información www.mercadopublico.cl, la intención de compra, a todos los proveedores que resulten adjudicados en la Categoría, de conformidad con lo establecido en el artículo 14 bis del reglamento de la Ley N° 19.886. La contratación se realizará en función de la evaluación de las propuestas que los oferentes realicen.

Dos o más organismos públicos podrán realizar compras conjuntas con el objetivo de agregar demanda para obtener ahorros en la contratación de los bienes, mayores a los que podría obtener en caso de realizarse de manera separada o individual. Para ello, los organismos públicos que deseen participar conjuntamente con otro(s) en un proceso de gran compra, deberán firmar previamente un acuerdo de colaboración en el que se establezcan los derechos y obligaciones de cada entidad durante el desarrollo del procedimiento de compra conjunta. Además, deberán definir una Intención de Compra común que incorpore todos los requerimientos de los organismos participantes de la compra conjunta

Sin perjuicio de utilizar una única intención de compra para seleccionar a uno o más proveedores en la gran compra conjunta, las entidades contratantes deben concurrir a la selección y elaboración del cuadro comparativo de oferta y suscribirán separadamente acuerdos complementarios que detallen las condiciones particulares que les son aplicables, tales como cantidad de productos, despacho, garantías asociadas, entre otras.

Del mismo modo, dado que la compra conjunta generará vínculos contractuales exclusivos entre cada entidad pública compradora y él o los proveedores seleccionados, cada entidad compradora deberá emitir su respectiva orden compra, correspondiente a su situación particular en el proceso.

El procedimiento de gran compra conjunta deberá ajustarse a lo dispuesto en la normativa de compras públicas y, en particular, a las presentes bases, y realizarse a través de www.mercadopublico.cl.

PROCEDIMIENTO

Una vez definida la utilización de un proceso de gran compra, ya sea que se realice individualmente por una Entidad o de manera conjunta por diversos Organismos Públicos, la comunicación de la intención de compra debe efectuarse con la debida antelación, considerando los tiempos estándares necesarios para la entrega de la cantidad de productos solicitados. En dicha comunicación se deberá contemplar un plazo razonable para la presentación de ofertas, el cual no podrá ser inferior a 10 días hábiles contados desde su publicación.

Las ofertas recibidas, serán evaluadas debiendo confeccionarse un cuadro comparativo el que será fundamento y anexo de la resolución que aprueba la adquisición, la que deberá ser publicada en el Portal www.mercadopublico.cl.

Toda vez que la naturaleza de la contratación lo requiera, la entidad podrá definir en su intención de compra lo siguiente:

1. Las Condiciones particulares de la adquisición, ciñéndose a las condiciones expuestas en las presentes bases, mediante la firma de un acuerdo complementario.
2. Posibilidad de seleccionar al siguiente proveedor mejor evaluado, en caso que el o los proveedores seleccionados originalmente se desistan de su oferta o no cumplan con los requisitos para ser contratados.
3. Indicar plazos y lugares de entrega
4. Reunión informativa, cuando la complejidad de la adquisición, las condiciones especiales y la naturaleza de los productos a adquirir, así lo requieran.
5. Establecer criterios de evaluación adicionales a los contemplados en la evaluación de la licitación de Convenio Marco, los cuales corresponden a Plazo de Entrega y Precio.
6. Cláusula de desempate y re-selección.
7. Composición y forma de designación de Comisión Evaluadora, de existir.
8. Plazos asociados para la suscripción del Acuerdo Complementario.

Las ofertas recibidas en el procedimiento de Grandes Compras serán evaluadas según los criterios generales y adicionales definidos en las presentes bases de licitación, en lo que les sean aplicables, asignándole las ponderaciones que estimen apropiadas en consideración a la naturaleza y características de la compra.

En los procedimientos de Grandes Compras se podrá adjudicar a más de un proveedor cuando se trate de la contratación de productos, susceptibles de adquirir por lotes, zonas, ítems o rubros específicamente determinados, y siempre que así se hubiese establecido en la intención de compra correspondiente.

Cabe indicar que en estos procedimientos de contratación se podrán declarar inadmisibles las ofertas, en los casos en que las propuestas no cumplan con los requisitos exigidos. De la misma manera, se podrá declarar desierta la gran compra cuando no se presenten ofertas, o cuando éstas no resulten convenientes a los intereses de la Entidad Compradora.

A) Criterio adicional de uso exclusivo en Grandes Compras: Evaluación Plazo de Entrega.

En el caso de Grandes Compras, las Entidades podrán utilizar el criterio de evaluación "Plazo de Entrega". Así, la entidad compradora podrá evaluar dentro de este criterio, plazos de entrega en periodos normales y plazos de entrega en caso de emergencia, alertas y catástrofes, los cuales deberán ser declarados obligatoriamente por el proveedor en su oferta para la gran compra. En cualquier caso, dichos plazos deberán ser menores o iguales a los que el proveedor mantiene en sus condiciones regionales.

Evaluación Plazo de entrega en plazo Normal

Para la evaluación de este criterio se considerará el plazo de entrega en plazos normales que declare el oferente y se calculará como un promedio simple de los puntajes obtenidos en cada región, los cuales se asignarán de acuerdo a la siguiente tabla:

| Tramos | Número de días Hábiles | | Puntaje |
|--------|------------------------|-------|---------|
| | Desde | Hasta | |
| 1 | menos de 1 día | 3 | 100 |
| 2 | 4 | 6 | 70 |
| 3 | 7 | y mas | 20 |

Los plazos deberán ser declarados por el proveedor en días hábiles.

Evaluación Plazo de entrega en emergencia, alertas y catástrofes

Para la evaluación de este criterio sólo se considerará el plazo de entrega en periodos de emergencia, alertas y catástrofes que declare el oferente y se calculará como un promedio simple de los puntajes obtenidos en cada región, los cuales se asignarán de acuerdo a la siguiente tabla:

| Tramos | Número de horas corridas | | Puntaje |
|--------|--------------------------|-------|---------|
| | Desde | Hasta | |
| 1 | 0 | 24 | 100 |
| 2 | 25 | 48 | 70 |
| 3 | 49 | y mas | 20 |

Los plazos deberán ser declarados por el proveedor en horas corridas.

B) Criterio adicional de uso exclusivo en Grandes Compras: Evaluación Precio ofertado en gran compra.

Se compararán los precios ofertados por los proveedores en la gran compra. El puntaje será asignado de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Puntaje Precio} = (\text{precio mínimo} / \text{precio proponente}) * 100$$

El precio mínimo a utilizar puede ser un precio de referencia o bien, el menor de los precios ofertados en el proceso de gran compra.

Se deja constancia que los precios ofertados en la gran compra deben ser inferiores a los precios catalogados en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios,, sin considerar las ofertas especiales que se encuentren vigentes durante el periodo.

Además, la entidad compradora podrá realizar la evaluación del precio ofertado estableciendo un ranking de todos los precios recibidos, ordenándolos desde el menor al mayor y asignándoles puntaje de acuerdo a la tabla siguiente:

| Precio de la Oferta | Puntaje |
|--|--------------|
| O(min) Precio oferta más económica | P(min) = 100 |
| O(2) Precio segunda oferta más económica | P(2) = 95 |
| O(3) Precio tercera oferta más económica | P(3) = 90 |
| O(4) Precio cuarta oferta más económica | P(4) = 85 |
| O(5) Precio quinta oferta más económica | P(5) = 80 |

En caso que dos ofertas tengan el mismo precio, ambas recibirán el puntaje asociado al puesto en que estén dentro del ranking.

Si se reciben más de 5 ofertas, es decir, desde la sexta posición de oferta más económica, el mecanismo de asignación de puntaje será el siguiente: la sexta oferta más económica recibirá 75 puntos, y de ahí en adelante se irán restando 5 puntos por cada posición, con lo que la séptima queda en 70 puntos, la octava en 65 y así sucesivamente.

C) Resolución de Empates

Las Entidades podrán establecer en la "Intención de Compra" la aplicación de criterios de desempates, en caso que dos o más proveedores obtuviesen el mismo puntaje final. Para ello se deberá determinar en la "Intención de Compra" los criterios y subcriterios establecidos en las

presentes bases de licitación que serán considerados para dirimir el desempate, así como el orden de prelación en el que aquellos serán aplicados.

D) Garantía de Fiel Cumplimiento

Las Entidades deberán solicitar a los proveedores seleccionados en el respectivo procedimiento de Grandes Compras, la entrega de garantías de fiel cumplimiento, cuyo monto no podrá ser inferior al 5% del valor total del contrato en los términos dispuestos por el artículo 68 y siguientes del Reglamento de la Ley N° 19.886.

E) Recomendación

Se recomienda a los compradores que, al momento de iniciar un procedimiento de gran compra, utilicen las fichas unitarias para efectuar el proceso y no las destinadas para volúmenes mínimos, esto con el objetivo de que todos los proveedores adjudicados en el convenio, sean informados del proceso y participen activamente de éste.

10.7 Actualización de Productos Adjudicados

Las Categorías adjudicadas y sus correspondientes condiciones contractuales, serán publicadas en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, disponible en el sitio www.mercadopublico.cl, lo cual quedará a disposición de las Entidades, siempre y cuando el Adjudicatario cumpla con lo siguiente:

1. Deberá estar hábil en el Registro Nacional de Proveedores, www.chileproveedores.cl, de acuerdo a lo señalado en estas bases de licitación. Esta condición de habilidad deberá mantenerla durante toda la vigencia del convenio respectivo. En el caso de una UTP esta habilidad será exigida para cada uno de sus miembros.
2. Haber entregado la Garantía por Fiel Cumplimiento de Contrato establecida en las bases de licitación.

Deberá dar cumplimiento a los requerimientos de catalogación que la DCCP establezca para todos los adjudicatarios de la licitación a que se refiere el convenio. Para ello deberá completar toda la información que la DCCP le requiera respecto de los productos adjudicados.

La propiedad de la Ficha del producto será de la DCCP, quien se reservará el derecho para utilizar uno o más componentes de ella para lo que estime conveniente dentro del ámbito del presente Convenio Marco. Con todo, la veracidad de la información del producto será de responsabilidad de cada proveedor al momento de la entrega.

La DCCP se reserva el derecho a deshabilitar productos cuyas fichas estén defectuosas, es decir, con fotos en blanco o mal dimensionadas, fichas incompletas, datos falsos, productos que no se transan en el mercado u otros que estime conveniente para el buen funcionamiento del sistema electrónico.

Durante la vigencia del Convenio Marco, el Adjudicatario deberá mantener los productos adjudicados con las condiciones más ventajosas para las Entidades. Para ello, el Adjudicatario podrá solicitar lo siguiente:

1. Descontinuar o dejar sin stock uno o más productos adjudicados a partir del cuarto mes de entrada en vigencia del Convenio Marco¹¹, a excepción de las fichas para compras de volumen mínimo mencionadas en el punto 10.4.1 de estas bases de licitación, las que no podrán ser bloqueadas por el proveedor durante un plazo de 12 meses desde el inicio de la vigencia del CM.

¹¹ Se entiende por entrada en vigencia del convenio Marco, la fecha de publicación de adjudicación en el sistema de información www.mercadopublico.cl

- Incorporar productos ya catalogados, siempre y cuando estos productos pertenezcan a la Categoría adjudicada.
- Para ejecutar lo dispuesto en el punto anterior, el precio de los productos a incorporar deberá ser menor al precio mínimo del mismo producto para esa región.

Tales solicitudes de incorporación de productos no podrán superar los 10 productos por solicitud, además de cumplir con el tope máximo de incorporación de productos de acuerdo a lo señalado en el punto número 5 de esta presente cláusula.

No será posible ingresar una nueva solicitud mientras no sea resuelta la solicitud anterior y aquellas solicitudes que tengan más del número permitido de productos, serán rechazadas íntegramente. Sin perjuicio de lo anterior, estos productos podrán ser reingresados en una nueva solicitud cumpliendo con todos los plazos establecidos.

Ejemplo: Regla de aceptación para la incorporación de productos catalogados:

Bebida Coca Cola Zero Lata 350cc Unidad Región V
Precio mínimo en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios: \$600
Precio solicitado \$550
Precio máximo a incorporar: \$660
Estado de solicitud: ACEPTADA

Bebida Coca Cola Zero Lata 350cc Unidad Región V
Precio mínimo en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios: \$600
Precio solicitado \$700
Precio máximo a incorporar: \$660
Estado de solicitud: RECHAZADA

Aun cuando el oferente cumpla la regla descrita anteriormente, la DCCP podrá verificar que los precios ingresados corresponden a los mejores precios ofrecidos a sus clientes, para ello podrá solicitar facturas de venta del bien (con antigüedad mayor a 30 días y menor a 6 meses, debidamente recepcionadas por el cliente), facturas de compras, listas de precios, entre otros. De comprobarse que no corresponde al mejor precio la solicitud será rechazada.

Si el producto ya catalogado no está disponible en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, y el adjudicatario tiene cobertura en la región del producto, el proveedor deberá presentar a la DCCP los antecedentes necesarios que permitan verificar que el precio solicitado corresponda a un precio de mercado, es decir: Precio por fuera de mercado público, facturas de venta del producto con antigüedad mínima a 30 días. En caso de no tener cobertura en la región se aplicará lo dispuesto en el punto 4 de esta cláusula.

- El proveedor no podrá realizar la solicitud de incorporación de producto que no se encuentre en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, salvo que sea extraordinariamente requerido por la DCCP.

Durante la vigencia de este convenio marco, La DCCP, de oficio o por requerimiento de una entidad compradora podrá incorporar nuevas fichas de productos.

Para el caso de las fichas de volúmenes mínimos, la DCCP podrá disponibilizar para todos los adjudicatarios nuevas fichas a las dispuestas al inicio del convenio.

Los adjudicatarios de las categorías a las que pertenecen estas nuevas fichas podrán ofrecer estos productos entregando mejores precios a los señalados inicialmente por la DCCP. Para esto

el proveedor deberá incorporar el producto de acuerdo a lo dispuesto en el numeral 3 de la presente cláusula.

Respecto a la petición de incorporar nuevas fichas realizada por una entidad compradora, ésta deberá realizar su petición por escrito, indicando lo siguiente:

- Nombre, marca, modelo, medida, descripción y atributos extendidos del producto de acuerdo a lo indicado en las presentes bases de licitación.
- Fotografías del producto.
- Fundamentos bajo los cuales está enmarcada la compra
- Precio de referencia

Tal solicitud de incorporación de productos nuevos deberá ser remitida directamente por la entidad compradora a la DCCP, y no podrá ser remitida por o a través de uno o más proveedores.

Tales documentos serán revisados por esta Dirección, quien aprobará o rechazará dicha solicitud en los casos que estimen convenientes.

Una vez solicitada la incorporación de un producto nuevo, La DCCP dispondrá de treinta días hábiles, para efectuar la revisión de dicha solicitud, validar la documentación técnica y económica, y habilitar la ficha si así corresponde.

Una vez creada la ficha los adjudicatarios deberán enviar una solicitud de incorporación del producto a su oferta indicando el precio, el cual será validado por la DCCP de acuerdo a lo señalado en punto número tres de esta cláusula 10.7, Actualización de Productos Adjudicados

La DCCP, de manera excepcional, podrá solicitar a todos los proveedores adjudicados incorporar nuevos productos, con el fin de actualizar los productos. Esta Dirección les notificará a los proveedores el listado de productos a incorporar y la cantidad máxima que podrá contener cada solicitud, pudiendo ser esta cantidad mayor a lo definido como máximo (10 productos).

5. El adjudicatario podrá ampliar la cobertura de los productos adjudicados todas las veces que estime pertinente.
Para ello, el proveedor deberá solicitar la incorporación de los productos en las regiones en las cuales el adjudicatario desee realizar el despacho mediante plataforma electrónica.

Si el producto solicitado para la región no está disponible en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, es decir, se encuentra catalogado o dentro de la paleta publicada para ofertar a este proceso licitatorio, pero no existe ningún proveedor adjudicado en el mismo contra quien comparar el precio, el proveedor deberá presentar a la DCCP los antecedentes necesarios que permitan verificar que el precio solicitado corresponde a un precio de mercado, es decir, al precio por fuera de mercado público, a través de facturas de venta del producto, con antigüedad mínima de 30 días.

Si el producto ingresado se encuentra catalogado en la región solicitada, el precio del producto tendrá que cumplir con lo señalado en el punto número tres de la presente cláusula.

Cabe destacar que, en ambos casos, la región para la cual se desea ampliar la cobertura podrá ser requerida por el proveedor vía solicitud y será habilitada con posterioridad a la aceptación de los productos ingresados. Para estos efectos la DCCP dispondrá de 30 días hábiles para efectuar dicho procedimiento.

6. La cantidad máxima de productos habilitados por proveedor no podrá superar el 150% de la cantidad de productos adjudicados, sin considerar las fichas para compras de volumen mínimo en las que haya sido seleccionado. En caso de no cumplirse esta restricción, la DCCP procederá a deshabilitar de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos

públicos puedan adquirir productos y servicios al proveedor, según lo señalado en el punto 10.10.2 Medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública, letra D, numeral iv, que hace referencia al incumplimiento de las obligaciones impuestas por las presentes bases.

Ejemplo:

Productos Adjudicados: 45 productos
Tope de productos habilitados: 67,5 productos

Si el resultado del cálculo anterior corresponde a un número decimal, este se aproximará al número entero superior, es decir, en el caso anterior el tope de productos habilitados corresponde a 68 productos

Cabe destacar que el porcentaje de productos señalado (150%), podrá ser incrementado por la DCCP para todos los adjudicatarios, con el objeto de aumentar la competencia entre los proveedores.

7. La DCCP realizará un análisis de las solicitudes presentadas para la incorporación de productos y/o ampliación de cobertura, pudiendo aceptarlas o rechazarlas en conformidad a lo dispuesto en las presentes bases, dentro de un plazo de 15 días hábiles, contados desde su recepción.

Las actualizaciones de los productos ya catalogados deberán solicitarse a través de la herramienta electrónica que la DCCP destine para dichos efectos, adjuntando en dicha solicitud los documentos de respaldo requeridos para la validación del cumplimiento de las condiciones técnicas y verificando que se cumpla la metodología de validación del producto que se desea incorporar.

Sin perjuicio de lo señalado, la DCCP podrá complementar el mecanismo de revisión de solicitudes de actualización de productos con un monitoreo posterior de las mismas.

Cuando la DCCP detecte, a través de la realización de un monitoreo posterior, el no cumplimiento de las condiciones requeridas en estas bases para la actualización de productos o la no acreditación de la documentación solicitada que permita verificarlas; el producto respectivo será excluido de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios y se procederá con la aplicación de la medida que corresponda.

10.8 Reajuste

Los precios podrán ser actualizados a partir del inicio de la vigencia del Convenio Marco y durante toda su operación bajo las siguientes condiciones:

- i. Las solicitudes de reajuste deberán realizarse a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios disponible para tal efecto.
- ii. La DCCP se reserva el derecho de aceptar o rechazar la solicitud, en un plazo de hasta 15 días hábiles de recibida, a través de las herramientas que disponga la DCCP para estos efectos, por no dar cumplimiento a lo previsto en estas bases.
- iii. En periodo de reajuste sólo se podrá realizar solicitudes por este concepto y la incorporación de productos catalogados no estará permitida bajo ninguna circunstancia.

10.8.1 Reajustabilidad por IPC por producto específico

La DCCP reajustará los productos cada 6 meses utilizando para ello el indexador del IPC por producto específico mencionado en este numeral, indexador que es publicado mensualmente por el INE, y es definido en el siguiente link:

La fórmula general de reajuste viene dada por:

a. Reajuste a mitad de año (Julio)

Este reajuste se realizará a mitad de año, específicamente en el mes de Julio de cada año y su cálculo corresponderá al promedio del IPC por producto durante los meses Enero-Junio del presente año y se dividirá por el IPC promedio de Enero-Junio del año pasado.

El reajuste de mitad de año multiplica este factor por el precio reajustado al inicio de este año. Este reajuste es temporal y se utilizará durante el segundo semestre del mismo año.

El precio de cada producto volverá a ser reajustado al inicio del siguiente año utilizando el esquema señalado en la letra b de esta misma cláusula "Reajuste a inicio de cada año". Lo anterior podrá ser materializado utilizando la siguiente fórmula

$$PRM_{t+1} = PRI_{t+1} \cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$$

Donde:

PRM_{t+1} : Precio reajustado para mitad del año t+1.

PRI_{t+1} : Precio reajustado al inicio del año t+1.

IPC_{t+1}^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t+1

IPC_t^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t.

Notar que el precio se reajusta con respecto al precio reajustado a comienzos de ese mismo año. El reajuste de mitad de año se realiza en el momento que el INE reporta el IPC de Junio, de modo de poder realizar el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza: si el cociente $\cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente.

b. Reajuste a inicio de cada año

Este reajuste se realizará al inicio de cada año desde la vigencia del convenio marco mediante el siguiente procedimiento. Se calculará el promedio del IPC durante los últimos 12 meses (Enero – Diciembre del año pasado), y se dividirá por el IPC promedio del año anterior. El precio reajustado de inicio del año pasado se multiplicará por este factor para obtener el nuevo precio de inicio de comienzo de año. Lo anterior materializado mediante la siguiente fórmula:

$$PRI_{t+1} = PRI_t \cdot \left[\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}} \right]$$

Donde:

PRI_{t+1} : Precio reajustado para el inicio del año t+1

PRI_t : Precio al inicio del año t.

IPC_t : Promedio IPC producto específico durante los últimos 12 meses (Enero – Diciembre año t)

$IPC_{(t-1)}$: Promedio IPC producto específico durante los 12 meses del año t-1.

El ajuste se realiza en el momento que el INE reporta el IPC del mes de Diciembre, de modo de hacer posible el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza, si el cociente de $\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}}$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente.

10.8.2 *Reajustabilidad Por Estacionalidad*

Este reajuste sólo afectará a la categoría de frutas y verduras frescas debido a que algunos de sus productos presentan características de estacionalidad, por lo que en base al análisis de comportamiento de precios presentados por la industria, la DCCP definirá los productos, periodos y porcentaje máximo de aumento de los precios afectos a este tipo de reajustabilidad, e informará a los proveedores sobre el alza de sus precios. Del mismo modo este tipo de reajuste podrá ser extendido por el tiempo que esta Dirección estime necesario en casos de que la estacionalidad se mantenga por periodos prolongados.

Para realizar este análisis la DCCP utilizará la información de precios publicada en:

<http://www.odepa.gob.cl/>

Sin perjuicio de lo anterior, y para todos los productos de esta licitación, la DCCP podrá aceptar solicitudes de reajuste distintos a los estipulados en estas bases, que por causa de fuerza mayor: sanitarias, inundaciones, terremotos, incendios, guerra u otros, experimenten variaciones nacionales o internacionales sobre el 10%, contra informe del proveedor que fundamente la situación. Estos reajustes, por su naturaleza, serán solo transitorios pudiendo extenderse por un plazo de 1 mes y/o hasta que la DCCP así lo determine.

La DCCP está facultada para rechazar el informe antes mencionado si se considera que los argumentos no son suficientes para declarar la contingencia pudiendo, por tanto, rechazar la solicitud de reajuste.

10.9 *Subcontratación*

Se permite la subcontratación sólo respecto al transporte de productos, siendo el oferente y eventual adjudicatario el único responsable del pleno cumplimiento de lo señalado en estas bases y eventuales acuerdos complementarios que se suscriban con las entidades compradoras (Art. N° 76, Reglamento de la Ley N° 19.886).

10.10 *Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor*

10.10.1 *Medidas aplicables por las entidades compradoras:*

A los adjudicatarios le podrán ser aplicadas multas por las entidades compradoras:

A) Multas:

El Adjudicatario podrá ser sancionado por las Entidades con el pago de multas, de acuerdo a lo siguiente:

1. Multas por atraso en la entrega de los productos: Estas se aplicarán por cada día hábil de atraso desde la aceptación de la OC, y se calcularán como un 2% del valor del bien solicitado y aplicable a las cantidades que se entreguen atrasadas respecto del plazo de entrega establecido hasta 10 días hábiles (con un tope de 20% del valor total del o los productos con atrasos). En los casos que el proveedor no acepte o no realice alguna acción sobre la orden de compra, el organismo comprador podrá solicitar su rechazo, entendiéndose definitivamente rechazada transcurridas 24 horas desde dicha solicitud.
2. Multa por Incumplimiento en la entrega parcializada de productos: Estas serán calculadas como un 2% sobre el monto total de la orden de compra, por cada día hábil de atraso incurrido por el incumplimiento, con un tope de 20% del valor total del o los productos con atrasos.
3. Incumplimiento en el formato de entrega de los productos acordado con la entidad requirente, se calculará como un 10% sobre el monto total de la orden de compra.

4. Incumplimiento en la fecha de vencimiento o plazo de duración de los productos, pactadas con la entidad compradora, la cual será calculada como un 2% sobre el monto de la orden de compra con un tope del 20%.

Las multas se aplicarán sin perjuicio del derecho de las Entidades de recurrir a los Tribunales Ordinarios de Justicia, a fin de hacer valer la responsabilidad del contratante incumplidor en todos los casos.

B) Procedimiento para Aplicación de Multas

Detectada una situación que amerite la aplicación de multas por parte de la Entidad o del funcionario responsable, éste le notificará al adjudicatario, personalmente o por carta certificada, indicando la infracción cometida, los hechos que la constituyen y el monto de la multa. A contar de la notificación de la comunicación precedente, el adjudicatario tendrá un plazo de cinco días hábiles para efectuar sus descargos, por escrito, ante el administrador del correspondiente contrato, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes.

Vencido el plazo sin presentar descargos, la Entidad dictará la respectiva resolución o acto administrativo aplicando la multa.

Si el adjudicatario hubiera presentado descargos en tiempo y forma, la Entidad tendrá un plazo de hasta treinta días hábiles a contar de la recepción de los mismos, para rechazarlos o acogerlos, total o parcialmente, lo que se determinará, mediante resolución o acto administrativo, el cual deberá ser notificado al adjudicatario, personalmente o por carta certificada.

Las notificaciones por carta certificada se entenderán practicadas a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de Correos que corresponda.

Contra la resolución que aplique la multa respectiva procederán los recursos establecidos en la Ley 19.880, Ley de Bases de Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los órganos de la Administración del Estado.

C) Procedimiento para interponer recurso

El adjudicatario dispondrá del plazo de cinco días hábiles, a contar desde la fecha de notificada la resolución o acto administrativo que le impone la multa, para recurrir fundadamente, acompañando todos los antecedentes pertinentes al recurso.

El jefe superior de la respectiva Entidad o la autoridad que sea competente, resolverá dentro de los 30 días hábiles siguientes, acogiendo o rechazando total o parcialmente el Recurso. Se notificará dicha resolución o acto administrativo al respectivo proveedor y al Director de la DCCP.

Los atrasos serán comunicados a esta Dirección, a fin de que ésta aplique las sanciones correspondientes, tan solo una vez que el acto administrativo que haya aplicado la respectiva multa se encuentre firme y no procedan recursos respecto de dicho acto.

D) Cobro de Multa

La multa producirá sus efectos una vez resuelto los recursos pertinentes, o haya vencido el plazo de su interposición sin que se hayan presentados. Desde ese momento el adjudicatario se encontrará obligado al pago de la multa, si es que procediera.

El monto de las multas será rebajado del estado de pago que la Entidad deba efectuar al adjudicatario en las facturas o boletas más próximas y, de no ser suficiente este monto o en caso de no existir pagos pendientes, se le cobrará directamente, debiendo ser pagada dentro de los 10 días hábiles siguientes a la notificación del requerimiento.

El no pago de la multa, dentro de los plazos establecidos, faculta a la Entidad para requerir a la DCCP la ejecución de la garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento de Contrato.

Los montos percibidos por multas ingresarán al presupuesto de la respectiva Entidad que esté realizando el cobro.

Cabe tener presente que el cobro de una multa por atraso efectuado por la Entidad compradora no obsta a que la DCCP aplique, por su parte, la sanción que corresponda por el incumplimiento del convenio marco que ello implica, de acuerdo a las presentes bases.

10.10.2 Medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública

La DCCP, en caso de incumplimientos, aplicará las medidas que se singularizan a continuación. Con todo, al determinar la medida a aplicar al adjudicatario, la DCCP tendrá en consideración la magnitud de la falta cometida, la cantidad de órdenes de compra emitidas al proveedor, el monto transado en la orden de compra que da origen a la medida y el impacto del bien contratado en la gestión de la(s) Entidad(es) requirente(s), debiendo en todo caso dar aplicación al principio de proporcionalidad de la medida.

A) Amonestación

La DCCP amonestará al proveedor cuando los antecedentes que tenga a la vista no revistan la gravedad que ameriten la aplicación de algún otro efecto derivado del incumplimiento de mayor gravedad definidas en estas bases.

B) Bloqueo de Productos

La DCCP procederá al bloqueo de productos en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios en los siguientes casos:

- i. En caso de detectar que el proveedor adjudicado no mantiene las condiciones más ventajosas a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, o que en el mercado las condiciones económicas son más favorables que al contratar a través de este convenio, la DCCP bloqueará aquellos productos que luego de comparar los precios resulten ser menos convenientes, o se encuentren fuera de la dispersión permitida, de acuerdo a lo dispuesto en la cláusula 10.4 de las presentes bases de licitación. El tiempo de éste se extenderá hasta que el proveedor refleje dicho valor como un precio permanente dentro del convenio y no por medio de una oferta especial. Adicionalmente, la DCCP podrá solicitar facturas que avalen el precio ofrecido, las cuales deberán ser legibles en su totalidad.
- ii. Cuando se detecte que el proveedor que oferte y adjudique en las fichas para compras de volumen mínimo tenga un precio unitario mayor para el mismo producto que en las fichas unitarias. Por ejemplo:

Fichas para Compras de Volumen Mínimo:

Café nescafé tradición frasco 50gr Mínimo 200 Unidades
Precio: \$1.300

Fichas Unitarias
Café nescafé tradición frasco 50gr Unidad
Precio: \$1.260

En el caso expuesto como ejemplo; ambos productos se mantendrían bloqueados hasta que la situación sea subsanada por el proveedor.

- iii. Si se detecta la incorporación y/o comercialización de productos que por su naturaleza no corresponden a este convenio marco, o en general por cualquier otra circunstancia que implique la utilización de una ficha para la adquisición de un producto distinto al especificado en la misma. El tiempo de bloqueo del producto será hasta que la situación sea aclarada y no amerite a aplicación de algún tipo de medida en contra del adjudicatario.

- iv. En caso que el producto que se haya ingresado, no cumpla con lo señalado en el punto 10.7, "Actualización de Productos Adjudicados", de las presentes bases. El tiempo de bloqueo será hasta que la situación sea aclarada y no amerite la aplicación de algún otro tipo de medida en contra del adjudicatario.
- v. Si se detectase que el proveedor carece de patentes, licencias, derechos de propiedad intelectual o industrial, o cualquier otro derecho o título exigible para la comercialización del producto.

C) Suspensión Temporal del Proveedor:

Al Adjudicatario se le podrá aplicar la medida de Suspensión Temporal del proveedor en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en los siguientes casos:

- i. No entrega la información solicitada para catalogación de los productos en los plazos convenidos.
- ii. Atraso en la entrega de los productos, superiores a 10 días hábiles desde el cumplimiento del plazo ofertado y/o acordado, según corresponda. Cabe señalar que, en este caso, el tiempo de suspensión temporal será de hasta 2 veces el tiempo que se incurrió en atraso. Lo anterior es sin perjuicio de que, en virtud de la cantidad y monto de la orden de compra objeto del atraso, y en aplicación del principio de proporcionalidad, proceda la aplicación de una medida menos grave.
- iii. En caso de detectar que la cantidad de productos habilitados supere el 150% de los productos adjudicados por su representada (o en su defecto el nuevo porcentaje que defina la DCCP durante la vigencia del CM de acuerdo a lo definido en la cláusula 10.7), sin considerar las fichas para compras de volumen mínimo en las que haya sido seleccionado. En estos casos la DCCP procederá a suspender al proveedor en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, por los siguientes periodos de tiempo según corresponda:

3 o más veces: Suspensión del proveedor por 10 días hábiles.

- iv. A la cuarta amonestación aplicada por la DCCP en 12 meses. Cabe señalar que, en este caso, el tiempo de suspensión temporal se extenderá por un período de 30 días corridos.
- v. No renovación oportuna de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato, de acuerdo a lo establecido en la cláusula 8 "*Naturaleza y Montos de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato*" de las respectivas bases. Para estos efectos, se considera renovación oportuna la entrega dentro del plazo de 15 días hábiles siguientes contados desde su cobro. Asimismo, se considera también renovación oportuna la entrega dentro del plazo de 5 días hábiles antes del vencimiento de la garantía. En ambos casos la nueva garantía deberá tener las mismas características de la anterior, y extenderse por todo el período de vigencia que corresponda. El tiempo de suspensión temporal será hasta que se subsane la situación descrita, lo cual no podrá superar los 60 días hábiles contados desde el vencimiento del plazo indicado. Trascurrido este período se procederá a dar Término Anticipado en conformidad a la cláusula 10.11, numeral "vii" de las presentes bases.
- vi. Reincidencia del proveedor, por una tercera vez, en la causal del numeral i) de la medida "Bloqueo de productos" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en su punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las respectivas bases de licitación. El tiempo de suspensión temporal será en este caso de tres meses.

- vii. Cuando el proveedor que ha participado en un proceso de grandes compras desista de su oferta y esta acción cause un perjuicio importante en la gestión del organismo afectado. El organismo afectado deberá informar y solicitar la aplicación de una medida a través de un oficio dirigido a la DCCP. El tiempo de suspensión temporal en este caso es de tres meses.
- viii. En caso de que el proveedor realice ventas en menor cantidad a las señaladas como "mínimas en las fichas para compras de volumen mínimo", por ejemplo: si la venta mínima está sujeta a 200 productos; el proveedor no podrá realizar ventas de ese producto en cantidades menores a 200, para ello deberá realizar estas ventas a través de las fichas unitarias, siempre cuando estas se encuentren adjudicadas.
El tiempo de suspensión temporal será de:
- 10 días hábiles si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo por primera vez.
 - 20 días hábiles si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo por segunda vez.
 - 3 meses si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo a contar de la tercera vez.
- ix. Rechazo de Orden de Compra (OC) emitida por la Entidad Compradora por causales no contempladas en las bases de licitación. Cabe señalar que en este caso, el tiempo de suspensión temporal será:
- 10 días hábiles si el proveedor rechaza una OC por primera vez.
 - 20 días hábiles si el proveedor rechaza una OC por segunda vez.
 - La DCCP podrá poner término anticipado al convenio marco para el proveedor, por rechazo de una Orden de Compra por tercera vez.
- x. Detección por segunda vez de la comercialización, a través de la referida herramienta, de productos que no corresponden al convenio o a las categorías adjudicadas por el proveedor, el plazo de suspensión en este caso será de dos meses.
- xi. Mantener disponibles en la referida herramienta o comercializar en el Convenio Marco productos en condiciones comerciales más desfavorables que las del mercado. En dicho caso la suspensión se extenderá por tres meses.

D) Cobro de la Garantía de Fiel Cumplimiento del Convenio:

Al Adjudicatario le podrá ser aplicada la medida de cobro de la Garantía por Fiel Cumplimiento del Contrato por la DCCP, en los siguientes casos:

- i. No pago de multas dentro del plazo establecido en las presentes bases, a requerimiento fundado de la Entidad Compradora respectiva que aplicó la multa, a menos que la Entidad Compradora proceda al descuento de dicha multa en el correspondiente estado de pago.
- ii. A la tercera amonestación aplicada en 6 meses por la DCCP.
- iii. Incumplimientos de las exigencias técnicas de los productos adjudicados establecidos en este Convenio Marco, a requerimiento fundado de las entidades compradoras o a iniciativa propia de la DCCP por esta misma causa.
- iv. Incumplimiento de las obligaciones impuestas por las presentes Bases, a requerimiento fundado de las Entidades o a iniciativa de la DCCP por esta misma causa, siempre y cuando dicho incumplimiento no importe una causal de término anticipado del contrato.
- v. Reincidencia del proveedor, por segunda vez, en la causal del numeral i) de la medida B) "Bloqueo de productos" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del

Incumplimiento Contractual del Proveedor”, en el punto 10.10.2, “Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública”, de las bases de licitación respectivas.

- vi. Reincidencia del proveedor, por tercera vez, en la causal del numeral iii) de la medida C) “Suspensión Temporal del Proveedor” que se encuentra en el acápite denominado “Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor”, en el punto 10.10.2, “Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública”, de las bases de licitación respectivas.

Cuando las entidades públicas soliciten el cobro a la DCCP de la garantía, deberán indicar en el requerimiento de aplicación de medida, los datos de contacto necesarios para hacer el traspaso de fondos en caso de hacerse efectivo el cobro de la garantía.

E) Procedimiento para el Bloqueo, la Amonestación, el Cobro de la Garantía de Fiel Cumplimiento y la Suspensión Temporal:

i. Procedimiento para la Aplicación de las Medidas de Amonestación, de Bloqueo de Productos y para la hipótesis dispuesta en el número 3 de la cláusula “Suspensión temporal del proveedor”:

Detectada una situación susceptible de aplicación de las medidas de amonestación o bloqueo de fichas, la DCCP le comunicará por correo electrónico u otro medio verificable en caso de que sea pertinente, dicha circunstancia al respectivo adjudicatario, indicando la infracción cometida y los hechos que la constituyen. A contar de la comunicación precedente, el adjudicatario tendrá 1 día hábil para formular sus descargos, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes.

Recibidos los descargos efectuados por el proveedor respectivo, la DCCP los evaluará en conformidad a las presentes bases. De considerar la DCCP que los descargos no son satisfactorios o transcurrido el plazo señalado para su formulación sin haber recibido respuesta del proveedor, la DCCP procederá a la amonestación o el bloqueo de las fichas en el Sistema Electrónico, según lo indicado en las presentes bases, lo cual será informado personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado a la DCCP.

ii. Procedimiento para la Aplicación de las Medidas de Cobro de la Garantía y de Suspensión Temporal:

La DCCP activará el procedimiento de aplicación de dichas medidas de oficio o a requerimiento de alguna de las entidades compradoras, en cuyo caso éstas deberán acompañar al reclamo los siguientes antecedentes, en lo que le sean aplicables:

- Número de la Orden de Compra.
- Fecha de emisión de la Orden de Compra.
- Razones que fundamentan la solicitud de aplicación de la medida requerida.
- Explicación del proveedor, si la hubiere.
- Copia de la Orden de Compra.
- Datos de contacto para transferir fondos en caso que se solicite el cobro de la Garantía.
- Otros antecedentes objetivos que permitan demostrar que procede la medida.

En el caso de retraso en la entrega de los productos, deberá indicarse además:

- La identificación de los productos con rezago.
- Las cantidades rezagadas.
- Los días hábiles / horas de atraso en la entrega.
- Resolución firme, en que conste la aplicación de la respectiva multa.

Detectada una situación susceptible de aplicación de las medidas de este punto, la DCCP notificará al adjudicatario por alguna de las siguientes vías, personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de

información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado, indicando los hechos que ameritarían la aplicación de una medida y adjuntando los antecedentes que se estimen pertinentes. A contar de ello, el adjudicatario tendrá un plazo de cinco días hábiles, para efectuar sus descargos, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes. Se deja expresa constancia que es responsabilidad del adjudicatario mantener actualizado los datos de contacto para recibir las notificaciones de la DCCP.

Vencido el plazo sin presentar descargos, la DCCP dictará la respectiva resolución o acto administrativo aplicando la sanción que corresponda.

Si el adjudicatario hubiera presentado descargos en tiempo y forma, la DCCP tendrá un plazo de hasta 30 días hábiles a contar de la recepción de los mismos, para rechazarlos o acogerlos, total o parcialmente, lo que se determinará, mediante acto administrativo, que se notificará al adjudicatario personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado a la DCCP.

Las notificaciones por carta certificada, se entenderán practicadas a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de Correos que corresponda.

iii. Procedimiento para Interponer Recurso:

Para todas las medidas mencionadas, el adjudicatario dispondrá del plazo de cinco días hábiles, a contar desde la fecha de notificada la resolución o acto administrativo que le impone la medida, para recurrir fundadamente, acompañando todos los antecedentes pertinentes al recurso.

La DCCP resolverá dentro de 30 días hábiles siguientes, acogiendo o rechazando total o parcialmente el recurso. Se notificará mediante acto administrativo al respectivo proveedor y a la o las entidades reclamantes, si es que fuese el caso.

10.11 Término Anticipado del Convenio Marco

La DCCP podrá poner término anticipado al Convenio Marco sin derecho a indemnización alguna para el Adjudicatario, si concurre alguna de las causales que se señalan a continuación:

- i. Resiliación o mutuo acuerdo de las partes. Para estos efectos, el proveedor deberá comunicar por escrito su intención de poner término anticipado al convenio marco.
- ii. Incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por el adjudicatario. Se entenderá por incumplimiento grave la no ejecución o la ejecución parcial por parte del adjudicatario de una o más de sus obligaciones, que importe una vulneración a los elementos esenciales del Convenio Marco, siempre y cuando no exista alguna causal que le exima de responsabilidad, y que dicho incumplimiento le genere a la DCCP o a la respectiva Entidad contratante un perjuicio significativo en el cumplimiento de sus funciones. Se considera en este punto, además, la contravención de lo dispuesto en la cláusula "Responsabilidades y Obligaciones del Adjudicatario" de las presentes bases de licitación.
- iii. Entrega de documentación que contenga hechos carentes de veracidad, con la intención de obtener algún beneficio en el ámbito del convenio marco, sea la inclusión de un determinado producto o cualquier otra circunstancia que le otorgue alguna ventaja en comparación con el resto de los proveedores adjudicados.
- iv. Quiebra o estado de notoria insolvencia del adjudicatario, o de alguno de los integrantes de la UTP, a menos que se mejoren las cauciones entregadas.
- v. Incumplimiento de uno o más de los compromisos asumidos por los adjudicatarios, en virtud del "Pacto de integridad" contenido en estas bases. Cabe señalar que en el caso que los

antecedentes den cuenta de una posible afectación a la libre competencia, la DCCP pondrá dichos antecedentes en conocimiento de la Fiscalía Nacional Económica.

- vi. Sin perjuicio de lo señalado en el “Pacto de integridad”, si el adjudicatario, sus representantes, o el personal dependiente de aquél, no observaren el más alto estándar ético exigible, durante la ejecución del convenio marco, y propiciaren prácticas corruptas, tales como:
 - a. Dar u ofrecer cualquier cosa de valor con el fin de influenciar las decisiones de un funcionario público durante la ejecución del convenio marco, que tengan el propósito de generar acciones que resulten en su favor o en contra de otro adjudicatario.
 - b. Tergiversar hechos con el fin de influenciar la ejecución del contrato en detrimento de esta Dirección o de otra entidad pública.
 - c. Ejercer algún grado de extorsión, soborno o presión, declarando parentescos, relaciones con funcionarios de alto rango, beneficios o perjuicios, a quienes requieran hacer uso de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios y los productos de la Categoría adjudicada bajo este proceso licitatorio o a los encargados de la administración del convenio marco pertenecientes a esta Dirección.
- vii. No entrega o no renovación oportuna de la Garantía de Fiel Cumplimiento, de acuerdo a lo establecido en las presentes bases de licitación.
- viii. La comprobación de la falsedad o falta de completitud de los antecedentes aportados por el proveedor adjudicado, para efecto de ser contratado.
- ix. La comprobación de que el adjudicatario, al momento de presentar su oferta contaba con información o antecedentes relacionados con el proceso de diseño de las bases, encontrándose a consecuencia de ello en una posición de privilegio en relación al resto de los oferentes, ya sea que dicha información hubiese sido conocida por el proveedor en razón de un vínculo laboral o profesional entre éste y la DCCP u otras entidades compradoras, o bien, como resultado de prácticas contrarias al ordenamiento jurídico.
- x. Rechazo por tercera vez de una orden de compra emitida por el comprador, fuera de los casos permitidos en las bases de licitación.
- xi. Incumplimiento de lo establecido en la cláusula 10.16, denominada “Concordancia entre el producto ofertado y el producto entregado”.
- xii. Reincidencia del proveedor, por sexta vez, en la causal del numeral iii) de la medida C) “Suspensión Temporal del Proveedor” que se encuentra en el acápite denominado “Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor”, en el punto 10.10.2, “Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública”, de las bases de licitación respectivas.
- xiii. Reincidencia del proveedor, por una cuarta vez, en la causal del numeral i) de la medida B) “Bloqueo de Productos” que se encuentra en el acápite denominado “Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor”, en su punto 10.10.2, “Medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública”, de las bases de licitación
- xiv. Reincidencia del proveedor, por una segunda vez, en la causal del numeral xi) de la medida C) “Suspensión Temporal del Proveedor” que se encuentra en el acápite denominado “Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor”, en el punto 10.10.2, “Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública”, que dice relación a mantener

disponibles en la herramienta o comercializar en el CM productos en condiciones comerciales más desfavorables que las del mercado.

- xv. Por exigirlo el interés público o la seguridad nacional.
- xvi. Registrar saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años, a la mitad del período de ejecución del respectivo acuerdo complementario, con un máximo de seis meses.
- xvii. Comercializar la calidad de adjudicatario en el Convenio Marco. Se entenderá que se ha concurrido en la presente causal, cuando se den una o más de las siguientes circunstancias:
 - a. Que el adjudicatario original haya transferido con posterioridad a la adjudicación la propiedad o el control completo de la empresa a terceros que no fueron adjudicados en la licitación correspondiente o no participaron en ella; siempre que haya constancia que la intención del adjudicatario original al participar en la licitación no fue la de proveer los productos objeto de este convenio; sino que la de comercializar su calidad de adjudicado de convenio marco.
 - b. Cuando el adjudicado original sea una empresa con una antigüedad no mayor a 60 días anteriores a la fecha de cierre de recepción de ofertas o no haya ejercido el giro comercial relacionado con el presente convenio marco con anterioridad a dicho cierre; y siempre que haya transferido la propiedad o el control completo de la respectiva empresa a terceros dentro de los 120 días hábiles contados desde la adjudicación de la presente licitación.
 - c. Siempre que el adjudicado original haya ofrecido a terceros, a través de medios de comunicación social, redes sociales, correos electrónicos u otros medios equivalentes, transferir la propiedad o el control de la empresa, haciendo mención expresa de su condición de adjudicado de convenio marco, dentro de los 120 días hábiles contados desde la adjudicación de la presente licitación.

La presente causal se aplicará tanto respecto del adjudicatario original, como del proveedor que ha adquirido la condición de adjudicatario en alguna de las hipótesis señaladas anteriormente.

- xviii. No entrega oportuna de los antecedentes señalados en el punto 7 de las presentes bases de licitación, según los términos indicados en dicha cláusula.
- xix. Atraso en la entrega de los productos superior a 60 días hábiles desde el cumplimiento del plazo ofertado y/o acordado, según corresponda.
- xx. En caso de que los proveedores integrantes de las uniones temporales adjudicadas no se inscriban en ChileProveedores dentro del plazo fatal de 60 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación, según lo dispuesto en el punto 7 de las presentes bases de licitación.

En caso de que el adjudicatario no comercialice sus productos en el transcurso de un año en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios..

Para concretar lo indicado anteriormente, la DCCP notificará por escrito al adjudicatario, con un aviso previo de 10 (diez) días corridos. Sin perjuicio de lo señalado, el adjudicatario deberá satisfacer íntegramente las órdenes de trabajo recibidas antes de la notificación del referido término anticipado, las cuales a su vez deberán ser íntegramente pagadas por las respectivas entidades.

Para la aplicación de todas las causales de término anticipado previamente señaladas, salvo la del número i), procederá el procedimiento regulado en el punto "Procedimiento para la aplicación de las medidas de cobro de la garantía de cumplimiento y de suspensión temporal del proveedor".

En todos los casos en los que exista bloqueo, amonestación, cobro de garantía y/o suspensión temporal del proveedor, así como en los casos en los que exista término anticipado del convenio marco, no operará indemnización alguna para el Adjudicatario.

De concurrir cualquiera de las causales arriba aludidas, excepto las de los números i), vii), xv) y xviii), además del término anticipado del convenio marco, procederá el cobro de la garantía de fiel cumplimiento por parte de la DCCP.

- xxi. En caso de que el adjudicatario no cumpla lo señalado en el punto 9.2 Aspectos Normativos de las presentes bases de licitación.

10.12 Del Pago

Para efectos de tramitar el pago, las entidades públicas deben considerar lo siguiente:

El pago será efectuado dentro de los 30 días corridos siguientes, contados desde la recepción conforme de la Factura respectiva, en conformidad al artículo 79 bis del Reglamento de la Ley N° 19.886.

El pago de los productos será en pesos chilenos.

El adjudicatario deberá adjuntar a la Factura la Orden de Compra para el trámite de pago.

La recepción conforme deberá ser acreditada por la Entidad que hubiere efectuado el requerimiento.

Con todo, la DCCP no es responsable del pago de los productos que se adquieran o soliciten a través del Convenio Marco, así como, de interactuar con la institución para solicitar el pago de sus facturas. Dicha responsabilidad recae únicamente en las Entidades que en cada caso actúen como compradores.

10.13 Plazo de Vigencia del Convenio Marco

Los Convenios Marco celebrados con los respectivos proveedores adjudicados comenzarán a regir desde la notificación de la resolución de la primera adjudicación a través del Portal www.mercadopublico.cl y tendrá una vigencia de 72 meses contados desde la total tramitación de la respectiva resolución aprobatoria de la primera adjudicación.

En caso de existir nuevos llamados para el presente Convenio, realizados en virtud de las presentes bases tipo, las adjudicaciones a que den lugar comenzarán su vigencia con la respectiva adjudicación y se extenderán como máximo hasta el vencimiento de los 72 meses contados desde la primera adjudicación.

La DCCP podrá prorrogar los convenios suscritos con los proveedores adjudicados sólo por el tiempo en que se procede a un nuevo proceso de licitación, la cual no podrá superar los 24 meses.

Sin perjuicio de lo anterior, la DCCP podrá poner término unilateral y anticipado, en cualquier momento durante su vigencia, mediante la dictación de un acto administrativo. El término anticipado del convenio marco no afectará la vigencia de los acuerdos complementarios suscritos entre los proveedores adjudicados y las entidades compradoras, con anterioridad a la total tramitación del acto que ponga término al convenio marco.

Por otra parte, cabe indicar que la existencia del presente convenio marco no limita a la DCCP para realizar otros procedimientos de contratación mediante convenios marco, sobre bienes y servicios licitados y/o adjudicados en el presente convenio.

10.14 Coordinador del Convenio Marco

El Adjudicatario, deberá nombrar un coordinador del Convenio Marco, el que deberá ser informado a través del formulario que la DCCP destine para estos efectos, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la firma del presente convenio. El desempeño de su cometido deberá ser:

- i. Representar al adjudicatario en la discusión de las materias relacionadas con la ejecución del convenio.
- ii. Establecer procedimientos para el control de la información manejada por las partes.
- iii. Informar cualquier cambio regulado por las bases de este convenio.
- iv. Coordinar las acciones que sean pertinentes para la operación de este convenio con la Institución que requiera sus productos.

Todo cambio, relativo a esta designación, deberá ser informado a la DCCP a través del formulario que la DCCP destine para estos efectos, por el representante legal del adjudicatario.

10.15 Comportamiento ético del Adjudicatario

Sin perjuicio de lo señalado en lo relativo al pacto de integridad, el proveedor que resulte adjudicado, sus dependientes y en general quienes directa o indirectamente entreguen los productos adjudicados en la Categoría respectiva en la presente propuesta, no podrán ofrecer obsequios, ofertas especiales al personal adscrito a una Entidad licitante, ejercer presiones de cualquier tipo a los encargados de convenio y personas que tengan relación con la administración del Convenio Marco o cualquier regalía que pudiere implicar un conflicto de intereses presente o futuro entre dicho adjudicatario y la Entidad compradora, debiendo observar el más alto estándar ético.

10.16 Concordancia entre el producto ofertado y el producto entregado.

El proveedor que resulte adjudicado deberá siempre entregar el producto y/o servicio de acuerdo a las condiciones y especificaciones técnicas que haya declarado en su oferta.

La DCCP podrá, en todo momento, requerir información a las Entidades compradoras acerca del cumplimiento de la presente cláusula, por sí, mediante una auditoria externa o a través de asociaciones vinculadas a la industria, por ejemplo, marcas o los representantes de las marcas, asociaciones gremiales, etc.

10.17 Pacto de Integridad

El oferente declara que, por el sólo hecho de participar en la presente licitación, acepta expresamente el presente pacto de integridad, obligándose a cumplir con todas y cada una de las estipulaciones contenidas el mismo, sin perjuicio de las que se señalen en el resto de las bases de licitación y demás documentos integrantes. Especialmente, el oferente acepta el suministrar toda la información y documentación que sea considerada necesaria y exigida de acuerdo a las presentes bases de licitación, asumiendo expresamente los siguientes compromisos:

- i. El oferente se compromete a no infringir los derechos humanos de terceros y a hacerse responsable respecto de las eventuales infracciones a dichos derechos, en la medida que le sean imputables, de acuerdo a lo señalado en los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas elaborados por Naciones Unidas y aprobados por Chile.
- ii. El oferente se obliga a no ofrecer ni conceder, ni intentar ofrecer o conceder, sobornos, regalos, premios, dádivas o pagos, cualquiera fuese su tipo, naturaleza y/o monto, a ningún funcionario público en relación con su oferta, con el proceso de licitación pública, ni con la ejecución de el o los contratos que eventualmente se deriven de la misma, ni tampoco a ofrecerlas o concederlas a terceras personas que pudiesen influir directa o indirectamente en el proceso licitatorio, en su toma de decisiones o en la posterior adjudicación y ejecución del o los contratos que de ello se deriven.

- iii. El oferente se obliga a no intentar ni efectuar acuerdos o realizar negociaciones, actos o conductas que tengan por objeto influir o afectar de cualquier forma la libre competencia, cualquiera fuese la conducta o acto específico, y especialmente, aquellos acuerdos, negociaciones, actos o conductas de tipo o naturaleza colusiva, en cualquiera de sus tipos o formas.
- iv. El oferente se obliga a revisar y verificar toda la información y documentación, que deba presentar para efectos del presente proceso licitatorio, tomando todas las medidas que sean necesarias para asegurar la veracidad, integridad, legalidad, consistencia, precisión y vigencia de la misma.
- v. El oferente se obliga a ajustar su actuar y cumplir con los principios de legalidad, ética, moral, buenas costumbres y transparencia en el presente proceso licitatorio.
- vi. El oferente manifiesta, garantiza y acepta que conoce y respetará las reglas y condiciones establecidas en las bases de licitación, sus documentos integrantes y él o los contratos que de ellos se derivase.
- vii. El oferente se obliga y acepta asumir, las consecuencias y sanciones previstas en estas bases de licitación, así como en la legislación y normativa que sean aplicables a la misma.
- viii. El oferente reconoce y declara que la oferta presentada en el proceso licitatorio es una propuesta seria, con información fidedigna y en términos técnicos y económicos ajustados a la realidad, que aseguren la posibilidad de cumplir con la misma en las condiciones y oportunidad ofertadas.
- ix. El oferente se obliga a tomar todas las medidas que fuesen necesarias para que las obligaciones anteriormente señaladas sean asumidas y cabalmente cumplidas por sus empleados y/o dependientes y/o asesores y/o agentes y en general, todas las personas con que éste o éstos se relacionen directa o indirectamente en virtud o como efecto de la presente licitación, incluidos sus subcontratistas, haciéndose plenamente responsable de las consecuencias de su infracción, sin perjuicio de las responsabilidades individuales que también procediesen y/o fuesen determinadas por los organismos correspondientes.
- x. El oferente se obliga a no utilizar, durante la ejecución del Convenio Marco, información privilegiada obtenida con ocasión del mismo o con ocasión de cualquier servicio que haya o se encuentre prestando a algún organismo regido por la Ley de Compras.
- xi. El oferente deberá abstenerse de participar en cualquier proceso de compras ejecutado a través del presente Convenio Marco en el cual tenga algún conflicto de interés.
- xii. El oferente se compromete a no infringir los derechos humanos de terceros y a hacerse responsable respecto de las eventuales infracciones a dichos derechos, en la medida que le sean imputables, de acuerdo a lo señalado en los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas elaborados por Naciones Unidas y aprobados por Chile.

10.18 Desarrollo Comercial del Convenio

Dentro del ámbito comercial que involucra el desarrollo del Convenio, el Adjudicatario podrá desarrollar las siguientes actividades:

- i. En caso de que la DCCP desarrolle actividades de difusión de Convenios Marco, tales como encuentros, ferias u otros, el adjudicatario podrá participar en estas actividades con el fin de dar a conocer sus productos con las Entidades.
- ii. El proveedor deberá informar respecto de los cambios realizados en su empresa y/o certificaciones obtenidas que le permitan mejorar la calidad de los productos que ofrece en el convenio. La DCCP podrá utilizar esta información para lo que estime conveniente.

Las actividades señaladas precedentemente, no podrán vulnerar lo dispuesto en el “Pacto de Integridad” contenido en estas bases.

10.19. Auditorías

La DCCP, con la finalidad de velar por el cumplimiento de las obligaciones contractuales de este convenio, podrá solicitar que los adjudicatarios realicen una auditoría a sus procesos de compra derivados del presente convenio marco, si sospecha fundadamente un comportamiento irregular en la utilización del convenio. La auditoría debe ser realizada por una empresa consultora externa, aprobada previamente por la DCCP. Estas auditorías podrán ser requeridas a todos o algunos de los adjudicatarios en forma aleatoria por la DCCP y serán de costo de los propios adjudicatarios. Solo se podrá requerir una auditoría cada 12 meses a un determinado adjudicatario. Los resultados obtenidos en dichas auditorías deberán ser informados a la DCCP, en el plazo que ésta determine en cada caso. Si no se entrega la información requerida de manera oportuna o el resultado de esta auditoría evidencia incumplimientos contractuales por parte de un adjudicatario, el proveedor quedará sujeto a las medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública, según la cláusula 10.10.2.

10.20 Productos / Servicios Requeridos

| N° | Clasificación ONU | Cantidad | Unidad de Medida | Descripción | Especificaciones del Comprador |
|----|-------------------|----------|------------------|------------------|---------------------------------------|
| 1 | 50101538 | 1 | Unidad | Verduras Frescas | Alimentos Perecibles y No Perecibles. |

ANEXO N° 1

DECLARACIÓN JURADA
(Sin conflictos de interés y ratificación de todo lo obrado)

CONVENIO MARCO DE ALIMENTOS

El firmante, <nombre y RUT>, en su calidad de adjudicatario o representante legal del proveedor adjudicado, <razón social empresa>, RUT N° <RUT empresa>, con domicilio en <domicilio>, <comuna>, <ciudad>, declara bajo juramento que:

1. Él no es funcionario directivo de algún órgano de la Administración del Estado o de las empresas y corporaciones del Estado o en que éste tenga participación, o
2. La sociedad que representa no es una sociedad de personas en la que los funcionarios directivos de algún órgano de la Administración del Estado o de las empresas y corporaciones del Estado o en que éste tenga participación, o las personas unidas a ellos por los vínculos de parentesco descritos en la letra b) del artículo 54 de la Ley N° 18.575, ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado, formen parte; o
3. Su representada no es una sociedad comandita por acciones o anónima cerrada en que una o más de las personas indicadas en el N° 2 anterior sean accionistas; y
4. Su representada no es una sociedad anónima abierta en que alguna de las personas indicadas en el N° 2 precedente sea dueña de acciones que representen el 10% o más del capital.
5. La información contenida en la presente declaración se encontrará permanentemente actualizada.
6. Asimismo, declara que por este acto viene en ratificar todo lo obrado por la empresa que representa en la licitación que resultó adjudicada, sea que se trate de actuaciones efectuadas por personas con poder suficiente para representarla o no.

<Ciudad>, <día/mes/año>

<Firma>

<Nombre>

<Representante Legal o persona natural según corresponda >

NOTAS:

1. Todos los datos solicitados deben ser completados por el proveedor. En el caso de UTP, deberá ser completado por cada uno de los integrantes de la misma.
2. De faltar alguno de estos la declaración será rechazada.

ANEXO N° 2
DECLARACIÓN JURADA
"Deudas Vigentes con Trabajadores"

CONVENIO MARCO DE ALIMENTOS

Yo, <nombre de representante legal o persona natural según corresponda >, cédula de identidad N° <RUT representante legal o persona natural según corresponda > con domicilio en <domicilio>, <comuna>, <ciudad> en representación de <razón social empresa o persona natural según corresponda >, RUT N° <RUT empresa o persona natural según corresponda >, del mismo domicilio, declaro que mi representada:

(En el espacio en blanco, favor indicar "Sí" o "No", según corresponda):

" ____ registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con los actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos 2 años."

<Ciudad>, <fecha>

<Firma>
<Nombre>
<Representante Legal>

Nota: En el caso de UTP, este anexo deberá ser completado por cada uno de los integrantes de la misma, respecto de la situación particular de su empresa.

ANEXO N° 3

DECLARACIÓN PARA UNIONES TEMPORALES DE PROVEEDORES

CONVENIO MARCO DE ALIMENTOS

(ESTE FORMULARIO DEBERÁ SER COMPETADO EXCLUSIVAMENTE POR PROponentES QUE PRESENTEN SU OFERTA A TRAVÉS DE UNA UNIÓN TEMPORAL DE PROVEEDORES)

Nombre de la Unión Temporal de Proveedores (UTP):

Integrantes de la UTP:

| Razón Social | RUT | N° de resolución sanitaria. |
|--------------|-----|-----------------------------|
| | | |
| | | |
| | | |

Criterios Técnicos:

En esta sección el oferente debe indicar el rut y razón social perteneciente a la UTP que se deberá utilizar para evaluar cada criterio de evaluación:

| Criterio de Evaluación | Razón Social | RUT |
|---|--------------|-----|
| Patente Municipal | | |
| Años de experiencia de comercialización | | |
| Sustentabilidad | | |

ANEXO N° 5

CONVENIO MARCO ALIMENTOS

CONTRATO TIPO

En Santiago, entre la Dirección de Compras y Contratación Pública, en lo sucesivo “DCCP” o “Dirección ChileCompra”, RUT N° 60.808.000-7, representada por el Jefe de la División de Convenio Marco, ambos domiciliados en calle Monjitas N° 392, piso 8, de esta ciudad y por otra parte, el ADJUDICATARIO en la licitación para la contratación de alimentos han acordado suscribir el siguiente Convenio:

1. Antecedentes

Como resultado del proceso licitatorio para la Adquisición de alimentos, efectuado por la Dirección ChileCompra, el adjudicatario resultó seleccionado para suscribir el Convenio Marco, destinado a proveer dichos bienes y servicios a los organismos públicos sujetos a la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y a todas las entidades facultadas para utilizar, en calidad de compradoras, el Sistema de Información de Compras y Contratación de la Administración.

Para los efectos del presente convenio, se entenderá por “Entidad” o “Entidades” a todos los organismos públicos sujetos a la Ley N°19.886 y todas las Entidades facultadas para utilizar, en calidad de compradoras, el Sistema de información de compras y contratación

2. Objeto del Convenio Marco

Las licitaciones se regirán en todo momento por lo dispuesto en la ley N°19886, su reglamento, las presentes bases y sus Anexos. Asimismo, formarán parte de las bases, las modificaciones y las aclaraciones escritas que emita la DCCP, sea que ellas fueren requeridas por los mismos participantes, o bien, impartidas por esta Dirección de oficio.

El Convenio Marco se ceñirá a la normativa y a los documentos que se señalan a continuación, según el siguiente orden de prelación:

- i. Ley N° 19.886 y su reglamento.
- ii. Bases administrativas, sus anexos, aclaraciones, respuestas y modificaciones a las bases, si las hubiere.
- iii. Oferta adjudicada.
- iv. Convenio Marco celebrado entre la DCCP y el respectivo adjudicatario.
- v. Órdenes de Compra que emitan los organismos públicos habilitados para usar el sitio www.mercadopublico.cl
- vi. La resolución de Adjudicación

Los interesados en conocer los documentos señalados anteriormente podrán hacerlo a través del sitio www.mercadopublico.cl, desde donde podrán acceder a dicha documentación.

3. Plazo de Vigencia del Convenio Marco

Los Convenios Marco celebrados con los respectivos proveedores adjudicados comenzarán a regir desde la notificación de la resolución de la primera adjudicación a través del Portal www.mercadopublico.cl y tendrá una vigencia de 72 meses contados desde la total tramitación de la respectiva resolución aprobatoria de la primera adjudicación.

establecido en la letra b) de este artículo. En cualquier caso, dichas tarifas se fijarán por resolución fundada de esta Dirección y serán publicadas en el Id de la Licitación.

4.1 Fichas para Compras de Volumen Mínimo

Los proveedores adjudicados en las fichas de *Compras de Volumen Mínimo* deberán mantener estas fichas, sin posibilidad de bloqueo por 12 meses, desde el inicio de la vigencia del CM.

4.2 Adquisición de Cajas de Alimentos y/o bolsas de colación

Los proveedores que en su oferta hayan respondido SI a la pregunta ¿Su representada está dispuesta a realizar venta en cajas de alimento y/o bolsas de colación?, y que como resultado del proceso de evaluación queden en calidad de adjudicado, se les habilitará automáticamente la categoría de Cajas de Alimento y Bolsas de colación donde se encontrarán las fichas dispuestas por la DCCP para esta categoría las cuales contendrán la descripción técnica. Cabe destacar que estas fichas corresponden a fichas genéricas, sin marca y con un precio referencial definido por la DCCP, que corresponderá sólo a la caja de cartón (vacía) y/o bolsa de colación (vacía).

Los proveedores podrán reajustar el precio de esta ficha durante los dos primeros meses desde la habilitación del convenio en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios. Este precio podrá ser reajustado al alza hasta un 10% respecto al precio de referencia definido por la DCCP. Cabe señalar que no existe límite en caso que desee bajar el precio. Una vez finalizado el plazo para la modificación de precio, estas fichas podrán ser reajustadas cada 6 meses por IPC.

Para el caso de los compradores, estos deberán seleccionar los productos que desean comprar uno a uno en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios,, esta selección se deberá realizar para un mismo proveedor con el objeto de no generar compras a distintos proveedores para una misma caja y/o bolsa.

Las cajas de alimento y/o bolsa de colación, no podrán contener impreso el nombre de fantasía, razón social, logo y/o cualquier otra referencia asociada al proveedor.

4.3 Rechazo de Órdenes de Compra.

El adjudicatario sólo podrá rechazar las Órdenes de Compra válidamente emitidas en conformidad a este convenio, en los siguientes casos:

- i. Que la Entidad que emite la orden de compra, tenga una deuda vencida con el adjudicatario, situación que deberá ser acreditada.
- ii. Cuando no se adjunte, a la orden de compra, el certificado de la autoridad competente que acredite la disponibilidad presupuestaria que posee el organismo requirente para adquirir los productos consignados en ella.
- iii. Si hay inconsistencias entre los valores de la Orden de Compra y las condiciones ofertadas por el proveedor, o aquellas comprometidas a través de la Orden de Trabajo o del Acuerdo Complementario entre las partes, en caso de que exista.
- iv. Si la dirección de despacho señalada por el comprador en la orden de compra no está ubicada en la región definida en la ficha de producto.

En caso de existir nuevos llamados para el presente Convenio, realizados en virtud de las presentes bases tipo, las adjudicaciones a que den lugar comenzarán su vigencia con la respectiva adjudicación y se extenderán como máximo hasta el vencimiento de los 72 meses contados desde la primera adjudicación.

La DCCP podrá prorrogar los convenios suscritos con los proveedores adjudicados sólo por el tiempo en que se procede a un nuevo proceso de licitación, la cual no podrá superar los 24 meses.

Sin perjuicio de lo anterior, la DCCP podrá poner término unilateral y anticipado, en cualquier momento durante su vigencia, mediante la dictación de un acto administrativo. El término anticipado del convenio marco no afectará la vigencia de los acuerdos complementarios suscritos entre los proveedores adjudicados y las entidades compradoras, con anterioridad a la total tramitación del acto que ponga término al convenio marco.

Por otra parte, cabe indicar que la existencia del presente convenio marco no limita a la DCCP para realizar otros procedimientos de contratación mediante convenios marco, sobre bienes y servicios licitados y/o adjudicados en el presente convenio.

4. Operatoria del Convenio Marco

Una vez que el Convenio Marco entre en vigencia, operará a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, el que inicialmente estará disponible en el sitio www.mercadopublico.cl, al cual cualquier Entidad o comprador público podrá acceder y emitir directamente a través de él, órdenes de compra al adjudicatario, quien para todos los efectos legales se relacionará comercial y contractualmente de manera directa con cada Entidad.

Cabe señalar que esta Dirección podrá, fundadamente, aprobar que los proveedores adjudicados ofrezcan sus productos y servicios en forma directa a través de una plataforma electrónica administrada y operada por el proveedor, que se integre a la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, siempre y cuando dichas plataformas aseguren una continuidad operativa acorde con el objeto de entregar de manera ininterrumpida los productos y servicios requeridos por las Entidades Públicas.

Para los efectos del presente Convenio Marco, las órdenes de compra deberán acompañar como archivo adjunto, el certificado extendido por la autoridad competente, acreditando que cuenta con la debida disponibilidad presupuestaria para adquirir los productos requeridos y que se generen y emitan a través del sitio www.mercadopublico.cl.

Cuando en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, existan productos que, en un periodo de 12 meses o más, no experimenten transacciones, estos productos serán bloqueados en dicha herramienta.

De igual forma, durante la vigencia del convenio, se permitirá una dispersión máxima de un 25% entre el precio mínimo y el precio máximo del producto del producto publicado en la herramienta, pudiendo ser este porcentaje modificado por parte de la DCCP de acuerdo al comportamiento del mercado para alguno o todos los productos del convenio.

La DCCP se reserva la facultad de bloquear aquellos productos cuya diferencia de precio supere el porcentaje permitido y sólo serán habilitados una vez que el proveedor rebaje el valor de dicho producto, hasta alcanzar como máximo, la dispersión de precio antes definida.

En virtud de lo dispuesto en el artículo 30, letra h) de la ley N° 19.886, cabe destacar que la Dirección de Compras y Contratación Pública podrá cobrar por la operación de los sistemas de información y de otros medios para la compra y contratación electrónica que debe licitar, de acuerdo a lo

- v. Cuando el comprador seleccione distintos proveedores para la adquisición de productos que se deban incluir en una misma caja de alimentos.

4.4 Responsabilidades y Obligaciones del Adjudicatario.

- i. El adjudicatario no podrá establecer diferencias arbitrarias en el trato que dé a las Entidades que requieran sus productos, a través de las emisiones de Órdenes de Compra que se ajusten al presente convenio.
- ii. El adjudicatario deberá velar por la calidad y oportunidad en la entrega de los informes a los usuarios del presente convenio, so pena de la sanción que pueda aplicar la DCCP, en caso de no dar cumplimiento a lo solicitado.
- iii. Será responsabilidad del adjudicatario velar por mantenerse habilitado en el registro de ChileProveedores. La DCCP bloqueará de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios al adjudicatario que se encuentre inhábil en ChileProveedores y será habilitado nuevamente, cuando se encuentre hábil en el registro, para lo cual deberá informar a la DCCP de dicho estado por los medios que esta estime.
- iv. El proveedor deberá estar disponible para capacitarse en la operatoria del Convenio Marco, así como conocer y respetar los términos de usabilidad de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios.
- v. El adjudicatario liberará de toda responsabilidad a la Entidad Compradora y a la DCCP en caso de acciones entabladas por terceros en razón de transgresiones de derechos intelectuales; industriales; de patente, marca registrada, y de diseños como los indicados en la Ley N° 17.336 sobre propiedad intelectual.
- vi. El proveedor que resulte adjudicado garantiza no haber celebrado ni celebrar contrato alguno que afecte o pueda afectar el cumplimiento de sus obligaciones en el contrato respectivo.
- vii. Las reuniones que se soliciten durante la ejecución de los CM, deberán ser requeridas por el representante legal de la empresa adjudicada o por la persona debidamente autorizada por aquél, lo que deberá documentarse fehacientemente.
- viii. Entregar toda la información que sea necesaria para la identificación de los productos adjudicados, tales como códigos de producto (SKU, GTIN u otros), descripciones, especificaciones, fotografías u otros datos que correspondan, en los plazos y formatos establecidos por la DCCP. Para estos efectos, el Adjudicatario podrá trabajar en forma directa, o a través de alguna fábrica de contenidos disponible en el mercado, cuya elección será de su absoluta responsabilidad.
- ix. Disponer de los recursos humanos y técnicos que sean necesarios para mantener actualizados los productos catalogados, asegurando que las Entidades dispongan siempre de los mejores precios y de listas de productos vigentes, de manera de evitar problemas por discontinuidad o por falta de stock.
- x. Mantener vigente todas las condiciones comerciales y de contactos con el objetivo de lograr buena comunicación con la DCCP
- xi. Conocer y operar adecuadamente la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, accesible para los proveedores de Convenio Marco, a través del sitio www.mercadopublico.cl. Para dar cumplimiento a lo

anterior los proveedores podrán asistir a todas aquellas capacitaciones y/o cursos que la DCCP disponga.

- xii. Responder y gestionar, según corresponda, todos los casos de reclamos y/o consultas reportados por la DCCP y/o las entidades contratantes, en un máximo de 1 día hábil.
- xiii. Entregar informes solicitados por la DCCP.

4.5 Responsabilidades y Obligaciones de la Entidad Compradora

- i. Uso del Convenio:* La entidad compradora deberá velar por el buen uso de este convenio marco por parte de sus usuarios.
- ii. Calidad en la compra:* Durante la operatoria del Convenio Marco, las entidades compradoras podrán solicitar a los adjudicatarios:
 - Muestras de Productos
 - Certificaciones
 - Informes de Trazabilidad de los Productos
 - Certificados de sanitización y control de plagas vigentes
 - Autorización sanitaria para vehículos de transporte de alimentos
 - Otros antecedentes

iii. Saldos Insolutos: Cabe señalar que, en caso de requerir los productos, el comprador deberá exigir al adjudicatario que acredite que no registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años (Modelo Anexo N° 2). Esta circunstancia deberá acreditarse a la mitad del período de ejecución del contrato, con un máximo de seis meses.

iv. Concordancia entre Producto Comprado y Recibido: Será responsabilidad de la entidad compradora que los proveedores no realicen homologación de productos mediante este convenio, es decir, los productos ofrecidos en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, deben ser finalmente los que el comprador reciba conforme.

Además, la entidad compradora deberá adquirir productos mediante las fichas definidas para la región a la que se despachará la compra. Cabe destacar que el proveedor podrá hacer rechazo de la Orden de compra, de acuerdo a lo señalado en el punto 10.4.3 de las presentes bases.

v. Cumplimiento Contractual del Proveedor: La entidad compradora deberá velar por el cumplimiento contractual del proveedor, con foco en las condiciones comerciales ofertadas y vigentes en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, durante todo el proceso de compra. En caso de incumplimiento contractual, deberá aplicar las multas correspondientes o notificar a la DCCP según corresponda, de acuerdo a lo establecido en la cláusula 10.10 de las presentes bases de licitación.

vi. Aceptación OC por parte del Proveedor: La entidad compradora deberá procurar la aceptación por Sistema de la orden de compra por parte del proveedor en un plazo prudente, entendiéndose por plazo prudente aquel que no afecte la continuidad de su operación. En caso que el proveedor se niegue a realizar la aceptación de la orden de compra, el comprador deberá solicitar su rechazo, entendiéndose definitivamente rechazada una vez transcurridas 24 horas desde dicha solicitud, según lo establecido en el artículo 63 del Reglamento de Compras.

vii. Adquisición de Cajas de Alimentos y/o bolsa de colación: Será responsabilidad de la entidad compradora que para la adquisición de productos que serán entregados en cajas de alimentos y/o bolsa de colación, se realice la selección de tales productos de manera individual (uno a uno) sólo en relación a un mismo proveedor. En caso de que el comprador seleccione productos de diferentes proveedores con el objetivo de incluirlos dentro de una misma caja de alimentos y/o bolsa de colación, el proveedor podrá rechazar la Orden de compra según lo señalado en el punto 10.4.3 de las presentes bases de licitación.

viii. Condiciones de compra: La entidad compradora, deberá velar por obtener las mejores condiciones para su compra, razón por la cual podrá cotizar, comparar y negociar los precios de los productos ofrecidos en este convenio marco previo a la emisión de la orden de compra. Para lo anterior se recomienda revisar los precios disponibles en catálogos electrónicos, listas de precios por internet u otros que estime conveniente y compararlo con la ficha disponible en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en igualdad de condiciones. En caso de detectar que el (los) proveedor(es) adjudicado(s) no mantiene(n) las condiciones más ventajosas en dicha herramienta, la entidad compradora deberá notificar esta situación a la DCCP, a través de los medios que esta dispone para ello.

4.6 Derechos e Impuestos

Todos los gastos como los impuestos que se generen o produzcan por causa o con ocasión de este Convenio Marco, tales como los gastos notariales de celebración de contratos, y/o cualesquiera otros que se originen en el cumplimiento de obligaciones que, según el Convenio o las Bases, ha contraído el oferente adjudicado, serán de cargo exclusivo de éste.

Será responsabilidad del Comprador solicitar las debidas cauciones (garantías) que aseguren el cumplimiento de los respectivos Acuerdos según lo indicado en la cláusula 10.2 "Acuerdo Complementario", así como también las certificaciones y resoluciones correspondientes para los ítems adquiridos a través de este Convenio Marco.

5. Vigencia de Condiciones Comerciales

Las condiciones comerciales ofertadas por los adjudicatarios, serán visibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios y se mantendrán vigentes por toda la duración del convenio, salvo que se produzca una modificación de acuerdo con las modalidades establecidas en el presente convenio. Asimismo, dicha herramienta contendrá los valores para los montos que serán solicitados a través de las órdenes de compra.

El adjudicatario se compromete a mantener en Convenio Marco, las mejores condiciones comerciales ofertadas a sus clientes.

De acuerdo a lo anterior, durante la vigencia del Convenio Marco, él o los proveedores adjudicados podrán rebajar los precios para todas las Entidades, de todos o algunos de los productos adjudicados. Estas rebajas se mantendrán intactas hasta el término del Convenio Marco.

La DCCP publicará en la herramienta los nuevos valores en un plazo máximo de 15 días hábiles contados desde la recepción de la solicitud del Adjudicatario.

Se deja expresa constancia que la DCCP, en su misión de mantener precios competitivos respecto de este convenio podrá realizar un monitoreo continuo de los precios de los productos adjudicados por cada proveedor. Cuando defina realizar esta labor, esta Dirección efectuará un levantamiento de precios de los bienes y/o servicios disponibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, y los comparará con

precios disponibles en páginas web de catálogos electrónicos, listas de precios por internet u otros que estime conveniente.

Asimismo, durante la operatoria, la DCCP se reserva el derecho de verificar todos los precios que resulten adjudicados con el fin de comprobar que los mismos correspondan a aquellos propios de las transacciones normales del negocio, contrastando los precios de los productos disponibles en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios con los precios del mercado. Para esto, la DCCP podrá solicitar un número representativo de facturas aceptadas y firmadas por los clientes, con a lo menos 30 días de antigüedad a través de la herramienta electrónica disponible a fin de verificar los precios en el mercado.

En caso de detectar que el proveedor adjudicado no mantiene las condiciones más ventajosas¹² en este Convenio Marco, o que en el mercado las condiciones económicas son más favorables que al contratar a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, la DCCP pondrá en conocimiento del proveedor la situación indicada y se procederá, en caso de no considerar sus descargos como suficientes, a aplicar la medida de bloqueo de aquellos productos que luego de comparar los precios resulten ser menos convenientes. Sólo serán habilitados una vez que el proveedor refleje dicho valor como un precio permanente dentro del Convenio no por medio de una oferta especial¹³. Adicionalmente, la DCCP podrá solicitar facturas que avalen el precio de transacción del bien, la cuales deberán ser legibles en su totalidad.

6. Descuentos Especiales (Ofertas)

El adjudicatario, cuando lo estime conveniente, podrá otorgar descuentos especiales para la o las Entidades compradoras sobre los precios vigentes en el convenio, independiente del monto de la compra que se trate. Con todo, estos descuentos especiales tendrán el carácter de oferta especial la que en ningún caso podrá ser inferior a un 5% de descuento sobre su precio catalogado, y se deberá mantener por un plazo mínimo de 3 días hábiles y un plazo máximo de 10 días hábiles desde su publicación en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios. La DCCP, publicará dichas ofertas especiales, al día siguiente corrido, contado desde la recepción de la solicitud del Adjudicatario.

7. Reajuste

Los precios podrán ser actualizados a partir del inicio de la vigencia del Convenio Marco y durante toda su operación bajo las siguientes condiciones:

- i. Las solicitudes de reajuste deberán realizarse a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios disponible para tal efecto.
- ii. La DCCP se reserva el derecho de aceptar o rechazar la solicitud, en un plazo de hasta 15 días hábiles de recibida, a través de las herramientas que disponga la DCCP para estos efectos, por no dar cumplimiento a lo previsto en estas bases.
- iii. En periodo de reajuste sólo se podrá realizar solicitudes por este concepto y la incorporación de productos catalogados no estará permitida bajo ninguna circunstancia.

7.1 Reajustabilidad por IPC por producto específico

¹² Se entiende por Condiciones más ventajosas aquellas ofertas que presentan un precio menor al de comercialización que tiene el proveedor con sus otros clientes no vinculados a convenio marco.

¹³ Se entiende por Oferta especial a una rebaja de precio por un tiempo determinado.

La DCCP reajustará los productos cada 6 meses utilizando para ello el indexador del IPC por producto específico mencionado en este numeral, indexador que es publicado mensualmente por el INE, y es definido en el siguiente link:

http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_precios/ipc/base_2013/

La fórmula general de reajuste viene dada por:

a. Reajuste a mitad de año (Julio)

Este reajuste se realizará a mitad de año, específicamente en el mes de Julio de cada año y su cálculo corresponderá al promedio del IPC por producto durante los meses Enero-Junio del presente año y se dividirá por el IPC promedio de Enero-Junio del año pasado.

El reajuste de mitad de año multiplica este factor por el precio reajustado al inicio de este año. Este reajuste es temporal y se utilizará durante el segundo semestre del mismo año.

El precio de cada producto volverá a ser reajustado al inicio del siguiente año utilizando el esquema señalado en la letra b de esta misma cláusula "Reajuste a inicio de cada año". Lo anterior podrá ser materializado utilizando la siguiente fórmula

$$PRM_{t+1} = PRI_{t+1} \cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$$

Donde:

PRM_{t+1} : Precio reajustado para mitad del año t+1.

PRI_{t+1} : Precio reajustado al inicio del año t+1.

IPC_{t+1}^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t+1

IPC_t^{sem} : Promedio IPC producto específico durante los meses Enero-Junio del año t.

Notar que el precio se reajusta con respecto al precio reajustado a comienzos de ese mismo año. El reajuste de mitad de año se realiza en el momento que el INE reporta el IPC de Junio, de modo de poder realizar el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza: si el cociente $\cdot \left[\frac{IPC_{t+1}^{sem}}{IPC_t^{sem}} \right]$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente.

b. Reajuste a inicio de cada año

Este reajuste se realizará al inicio de cada año desde la vigencia del convenio marco mediante el siguiente procedimiento. Se calculará el promedio del IPC durante los últimos 12 meses (Enero – Diciembre del año pasado), y se dividirá por el IPC promedio del año anterior. El precio reajustado de inicio del año pasado se multiplicará por este factor para obtener el nuevo precio de inicio de comienzo de año. Lo anterior materializado mediante la siguiente fórmula:

$$PRI_{t+1} = PRI_t \cdot \left[\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}} \right]$$

Donde:

PRI_{t+1} : Precio reajustado para el inicio del año t+1

PRI_t : Precio al inicio del año t.

IPC_t : Promedio IPC producto específico durante los últimos 12 meses (Enero – Diciembre año t)

IPC_{t-1} : Promedio IPC producto específico durante los 12 meses del año t-1.

El ajuste se realiza en el momento que el INE reporta el IPC del mes de Diciembre, de modo de hacer posible el cálculo. El reajuste por este concepto considera solo reajustes al alza, si el cociente de $\frac{IPC_t}{IPC_{t-1}}$ resulta ser menor a 1 el precio no será actualizado y se mantendrá el precio vigente.

7.2 Reajustabilidad Por Estacionalidad

Este reajuste sólo afectará a la categoría de frutas y verduras frescas debido a que algunos de sus productos presentan características de estacionalidad, por lo que en base al análisis de comportamiento de precios presentados por la industria, la DCCP definirá los productos, periodos y porcentaje máximo de aumento de los precios afectos a este tipo de reajustabilidad, e informará a los proveedores sobre el alza de sus precios. Del mismo modo este tipo de reajuste podrá ser extendido por el tiempo que esta Dirección estime necesario en casos de que la estacionalidad se mantenga por periodos prolongados.

Para realizar este análisis la DCCP utilizará la información de precios publicada en:

<http://www.odepa.gob.cl/>

Sin perjuicio de lo anterior, y para todos los productos de esta licitación, la DCCP podrá aceptar solicitudes de reajuste distintos a los estipulados en estas bases, que por causa de fuerza mayor: sanitarias, inundaciones, terremotos, incendios, guerra u otros, experimenten variaciones nacionales o internacionales sobre el 10%, contra informe del proveedor que fundamente la situación. Estos reajustes, por su naturaleza, serán solo transitorios pudiendo extenderse por un plazo de 1 mes y/o hasta que la DCCP así lo determine.

La DCCP está facultada para rechazar el informe antes mencionado si se considera que los argumentos no son suficientes para declarar la contingencia pudiendo, por tanto, rechazar la solicitud de reajuste.

8. Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor

8.1 Medidas aplicables por las entidades compradoras:

A los adjudicatarios le podrán ser aplicadas multas por las entidades compradoras:

A) Multas:

El Adjudicatario podrá ser sancionado por las Entidades con el pago de multas, de acuerdo a lo siguiente:

1. Multas por atraso en la entrega de los productos: Estas se aplicarán por cada día hábil de atraso desde la aceptación de la OC, y se calcularán como un 2% del valor del bien solicitado y aplicable a las cantidades que se entreguen atrasadas respecto del plazo de entrega establecido hasta 10 días hábiles (con un tope de 20% del valor total del o los productos con atrasos). En los casos que el proveedor no acepte o no realice alguna acción sobre la orden de compra, el organismo comprador podrá solicitar su rechazo, entendiéndose definitivamente rechazada transcurridas 24 horas desde dicha solicitud.
2. Multa por Incumplimiento en la entrega parcializada de productos: Estas serán calculadas como un 2% sobre el monto total de la orden de compra, por cada día hábil de atraso incurrido por el incumplimiento, con un tope de 20% del valor total del o los productos con atrasos.
3. Incumplimiento en el formato de entrega de los productos acordado con la entidad requirente, se calculará como un 10% sobre el monto total de la orden de compra.

4. Incumplimiento en la fecha de vencimiento o plazo de duración de los productos, pactadas con la entidad compradora, la cual será calculada como un 2% sobre el monto de la orden de compra con un tope del 20%.

Las multas se aplicarán sin perjuicio del derecho de las Entidades de recurrir a los Tribunales Ordinarios de Justicia, a fin de hacer valer la responsabilidad del contratante incumplidor en todos los casos.

B) Procedimiento para Aplicación de Multas

Detectada una situación que amerite la aplicación de multas por parte de la Entidad o del funcionario responsable, éste le notificará al adjudicatario, personalmente o por carta certificada, indicando la infracción cometida, los hechos que la constituyen y el monto de la multa. A contar de la notificación de la comunicación precedente, el adjudicatario tendrá un plazo de cinco días hábiles para efectuar sus descargos, por escrito, ante el administrador del correspondiente contrato, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes.

Vencido el plazo sin presentar descargos, la Entidad dictará la respectiva resolución o acto administrativo aplicando la multa.

Si el adjudicatario hubiera presentado descargos en tiempo y forma, la Entidad tendrá un plazo de hasta treinta días hábiles a contar de la recepción de los mismos, para rechazarlos o acogerlos, total o parcialmente, lo que se determinará, mediante resolución o acto administrativo, el cual deberá ser notificado al adjudicatario, personalmente o por carta certificada.

Las notificaciones por carta certificada se entenderán practicadas a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de Correos que corresponda.

Contra la resolución que aplique la multa respectiva procederán los recursos establecidos en la Ley 19.880, Ley de Bases de Procedimientos Administrativos que rigen los actos de los órganos de la Administración del Estado.

C) Procedimiento para interponer recurso

El adjudicatario dispondrá del plazo de cinco días hábiles, a contar desde la fecha de notificada la resolución o acto administrativo que le impone la multa, para recurrir fundadamente, acompañando todos los antecedentes pertinentes al recurso.

El jefe superior de la respectiva Entidad o la autoridad que sea competente, resolverá dentro de los 30 días hábiles siguientes, acogiendo o rechazando total o parcialmente el Recurso. Se notificará dicha resolución o acto administrativo al respectivo proveedor y al Director de la DCCP.

Los atrasos serán comunicados a esta Dirección, a fin de que ésta aplique las sanciones correspondientes, tan solo una vez que el acto administrativo que haya aplicado la respectiva multa se encuentre firme y no procedan recursos respecto de dicho acto.

D) Cobro de Multa

La multa producirá sus efectos una vez resuelto los recursos pertinentes, o haya vencido el plazo de su interposición sin que se hayan presentados. Desde ese momento el adjudicatario se encontrará obligado al pago de la multa, si es que procediera.

El monto de las multas será rebajado del estado de pago que la Entidad deba efectuar al adjudicatario en las facturas o boletas más próximas y, de no ser suficiente este monto o en caso de no existir

pagos pendientes, se le cobrará directamente, debiendo ser pagada dentro de los 10 días hábiles siguientes a la notificación del requerimiento.

El no pago de la multa, dentro de los plazos establecidos, faculta a la Entidad para requerir a la DCCP la ejecución de la garantía de Fiel y Oportuno Cumplimiento de Contrato.

Los montos percibidos por multas ingresarán al presupuesto de la respectiva Entidad que esté realizando el cobro.

Cabe tener presente que el cobro de una multa por atraso efectuado por la Entidad compradora no obsta a que la DCCP aplique, por su parte, la sanción que corresponda por el incumplimiento del convenio marco que ello implica, de acuerdo a las presentes bases.

8.2 Medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública

La DCCP, en caso de incumplimientos, aplicará las medidas que se singularizan a continuación. Con todo, al determinar la medida a aplicar al adjudicatario, la DCCP tendrá en consideración la magnitud de la falta cometida, la cantidad de órdenes de compra emitidas al proveedor, el monto transado en la orden de compra que da origen a la medida y el impacto del bien contratado en la gestión de la(s) Entidad(es) requirente(s), debiendo en todo caso dar aplicación al principio de proporcionalidad de la medida.

A) Amonestación

La DCCP amonestará al proveedor cuando los antecedentes que tenga a la vista no revistan la gravedad que ameriten la aplicación de algún otro efecto derivado del incumplimiento de mayor gravedad definidas en estas bases.

B) Bloqueo de Productos

La DCCP procederá al bloqueo de productos en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios en los siguientes casos:

- i. En caso de detectar que el proveedor adjudicado no mantiene las condiciones más ventajosas a través de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, o que en el mercado las condiciones económicas son más favorables que al contratar a través de este convenio, la DCCP bloqueará aquellos productos que luego de comparar los precios resulten ser menos convenientes, o se encuentren fuera de la dispersión permitida, de acuerdo a lo dispuesto en la cláusula 10.4 de las presentes bases de licitación. El tiempo de éste se extenderá hasta que el proveedor refleje dicho valor como un precio permanente dentro del convenio y no por medio de una oferta especial. Adicionalmente, la DCCP podrá solicitar facturas que avalen el precio ofrecido, las cuales deberán ser legibles en su totalidad.
- ii. Cuando se detecte que el proveedor que oferte y adjudique en las fichas para compras de volumen mínimo tenga un precio unitario mayor para el mismo producto que en las fichas unitarias. Por ejemplo:

Fichas para Compras de Volumen Mínimo:

Café nescafé tradición frasco 50gr Mínimo 200 Unidades
Precio: \$1.300

Fichas Unitarias
Café nescafé tradición frasco 50gr Unidad
Precio: \$1.260

En el caso expuesto como ejemplo; ambos productos se mantendrían bloqueados hasta que la situación sea subsanada por el proveedor.

- iii. Si se detecta la incorporación y/o comercialización de productos que por su naturaleza no corresponden a este convenio marco, o en general por cualquier otra circunstancia que implique la utilización de una ficha para la adquisición de un producto distinto al especificado en la misma. El tiempo de bloqueo del producto será hasta que la situación sea aclarada y no amerite a aplicación de algún tipo de medida en contra del adjudicatario.
- iv. En caso que el producto que se haya ingresado, no cumpla con lo señalado en el punto 10.7, "Actualización de Productos Adjudicados", de las presentes bases. El tiempo de bloqueo será hasta que la situación sea aclarada y no amerite la aplicación de algún otro tipo de medida en contra del adjudicatario.
- v. Si se detectase que el proveedor carece de patentes, licencias, derechos de propiedad intelectual o industrial, o cualquier otro derecho o título exigible para la comercialización del producto.

C) Suspensión Temporal del Proveedor:

Al Adjudicatario se le podrá aplicar la medida de Suspensión Temporal del proveedor en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, en los siguientes casos:

- i. No entrega la información solicitada para catalogación de los productos en los plazos convenidos.
- ii. Atraso en la entrega de los productos, superiores a 10 días hábiles desde el cumplimiento del plazo ofertado y/o acordado, según corresponda. Cabe señalar que, en este caso, el tiempo de suspensión temporal será de hasta 2 veces el tiempo que se incurrió en atraso. Lo anterior es sin perjuicio de que, en virtud de la cantidad y monto de la orden de compra objeto del atraso, y en aplicación del principio de proporcionalidad, proceda la aplicación de una medida menos grave.
- iii. En caso de detectar que la cantidad de productos habilitados supere el 150% de los productos adjudicados por su representada (o en su defecto el nuevo porcentaje que defina la DCCP durante la vigencia del CM de acuerdo a lo definido en la cláusula 10.7), sin considerar las fichas para compras de volumen mínimo en las que haya sido seleccionado. En estos casos la DCCP procederá a suspender al proveedor en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios, por los siguientes periodos de tiempo según corresponda:

3 o más veces: Suspensión del proveedor por 10 días hábiles.

- iv. A la cuarta amonestación aplicada por la DCCP en 12 meses. Cabe señalar que, en este caso, el tiempo de suspensión temporal se extenderá por un período de 30 días corridos.
- v. No renovación oportuna de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato, de acuerdo a lo establecido en la cláusula 8 "*Naturaleza y Montos de la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato*" de las respectivas bases. Para estos efectos, se considera renovación oportuna la entrega dentro del plazo de 15 días hábiles siguientes contados desde su cobro. Asimismo, se considera también renovación oportuna la entrega dentro del plazo de 5 días hábiles antes del vencimiento de la garantía. En ambos casos la nueva garantía deberá tener las mismas características de la anterior, y extenderse por todo el período de vigencia que corresponda.

El tiempo de suspensión temporal será hasta que se subsane la situación descrita, lo cual no podrá superar los 60 días hábiles contados desde el vencimiento del plazo indicado. Trascurrido este período se procederá a dar Término Anticipado en conformidad a la cláusula 10.11, numeral "vii" de las presentes bases.

- vi. Reincidencia del proveedor, por una tercera vez, en la causal del numeral i) de la medida "Bloqueo de productos" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en su punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las respectivas bases de licitación. El tiempo de suspensión temporal será en este caso de tres meses.
- vii. Cuando el proveedor que ha participado en un proceso de grandes compras desista de su oferta y esta acción cause un perjuicio importante en la gestión del organismo afectado. El organismo afectado deberá informar y solicitar la aplicación de una medida a través de un oficio dirigido a la DCCP. El tiempo de suspensión temporal en este caso es de tres meses.
- viii. En caso de que el proveedor realice ventas en menor cantidad a las señaladas como "mínimas en las fichas para compras de volumen mínimo", por ejemplo: si la venta mínima está sujeta a 200 productos; el proveedor no podrá realizar ventas de ese producto en cantidades menores a 200, para ello deberá realizar estas ventas a través de las fichas unitarias, siempre cuando estas se encuentren adjudicadas.

El tiempo de suspensión temporal será de:

- 10 días hábiles si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo por primera vez.
 - 20 días hábiles si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo por segunda vez.
 - 3 meses si el proveedor realiza ventas en cantidades menores al mínimo a contar de la tercera vez.
- ix. Rechazo de Orden de Compra (OC) emitida por la Entidad Compradora por causales no contempladas en las bases de licitación. Cabe señalar que en este caso, el tiempo de suspensión temporal será:
 - 10 días hábiles si el proveedor rechaza una OC por primera vez.
 - 20 días hábiles si el proveedor rechaza una OC por segunda vez.
 - La DCCP podrá poner término anticipado al convenio marco para el proveedor, por rechazo de una Orden de Compra por tercera vez.
 - x. Detección por segunda vez de la comercialización, a través de la referida herramienta, de productos que no corresponden al convenio o a las categorías adjudicadas por el proveedor, el plazo de suspensión en este caso será de dos meses.
 - xi. Mantener disponibles en la referida herramienta o comercializar en el Convenio Marco productos en condiciones comerciales más desfavorables que las del mercado. En dicho caso la suspensión se extenderá por tres meses.

D) Cobro de la Garantía de Fiel Cumplimiento del Convenio:

Al Adjudicatario le podrá ser aplicada la medida de cobro de la Garantía por Fiel Cumplimiento del Contrato por la DCCP, en los siguientes casos:

- i. No pago de multas dentro del plazo establecido en las presentes bases, a requerimiento fundado de la Entidad Compradora respectiva que aplicó la multa, a menos que la Entidad Compradora proceda al descuento de dicha multa en el correspondiente estado de pago.

- ii. A la tercera amonestación aplicada en 6 meses por la DCCP.
- iii. Incumplimientos de las exigencias técnicas de los productos adjudicados establecidos en este Convenio Marco, a requerimiento fundado de las entidades compradoras o a iniciativa propia de la DCCP por esta misma causa.
- iv. Incumplimiento de las obligaciones impuestas por las presentes Bases, a requerimiento fundado de las Entidades o a iniciativa de la DCCP por esta misma causa, siempre y cuando dicho incumplimiento no importe una causal de término anticipado del contrato.
- v. Reincidencia del proveedor, por segunda vez, en la causal del numeral i) de la medida B) "Bloqueo de productos" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en el punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las bases de licitación respectivas.
- vi. Reincidencia del proveedor, por tercera vez, en la causal del numeral iii) de la medida C) "Suspensión Temporal del Proveedor" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en el punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las bases de licitación respectivas.

Cuando las entidades públicas soliciten el cobro a la DCCP de la garantía, deberán indicar en el requerimiento de aplicación de medida, los datos de contacto necesarios para hacer el traspaso de fondos en caso de hacerse efectivo el cobro de la garantía.

E) Procedimiento para el Bloqueo, la Amonestación, el Cobro de la Garantía de Fiel Cumplimiento y la Suspensión Temporal:

i. Procedimiento para la Aplicación de las Medidas de Amonestación, de Bloqueo de Productos y para la hipótesis dispuesta en el número 3 de la cláusula "Suspensión temporal del proveedor":

Detectada una situación susceptible de aplicación de las medidas de amonestación o bloqueo de fichas, la DCCP le comunicará por correo electrónico u otro medio verificable en caso de que sea pertinente, dicha circunstancia al respectivo adjudicatario, indicando la infracción cometida y los hechos que la constituyen. A contar de la comunicación precedente, el adjudicatario tendrá 1 día hábil para formular sus descargos, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes.

Recibidos los descargos efectuados por el proveedor respectivo, la DCCP los evaluará en conformidad a las presentes bases. De considerar la DCCP que los descargos no son satisfactorios o transcurrido el plazo señalado para su formulación sin haber recibido respuesta del proveedor, la DCCP procederá a la amonestación o el bloqueo de las fichas en el Sistema Electrónico, según lo indicado en las presentes bases, lo cual será informado personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado a la DCCP.

ii. Procedimiento para la Aplicación de las Medidas de Cobro de la Garantía y de Suspensión Temporal:

La DCCP activará el procedimiento de aplicación de dichas medidas de oficio o a requerimiento de alguna de las entidades compradoras, en cuyo caso éstas deberán acompañar al reclamo los siguientes antecedentes, en lo que le sean aplicables:

- Número de la Orden de Compra.
- Fecha de emisión de la Orden de Compra.
- Razones que fundamentan la solicitud de aplicación de la medida requerida.
- Explicación del proveedor, si la hubiere.

- Copia de la Orden de Compra.
- Datos de contacto para transferir fondos en caso que se solicite el cobro de la Garantía.
- Otros antecedentes objetivos que permitan demostrar que procede la medida.

En el caso de retraso en la entrega de los productos, deberá indicarse además:

- La identificación de los productos con rezago.
- Las cantidades rezagadas.
- Los días hábiles / horas de atraso en la entrega.
- Resolución firme, en que conste la aplicación de la respectiva multa.

Detectada una situación susceptible de aplicación de las medidas de este punto, la DCCP notificará al adjudicatario por alguna de las siguientes vías, personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado, indicando los hechos que ameritarían la aplicación de una medida y adjuntando los antecedentes que se estimen pertinentes. A contar de ello, el adjudicatario tendrá un plazo de cinco días hábiles, para efectuar sus descargos, acompañando todos los antecedentes que estime pertinentes. Se deja expresa constancia que es responsabilidad del adjudicatario mantener actualizado los datos de contacto para recibir las notificaciones de la DCCP.

Vencido el plazo sin presentar descargos, la DCCP dictará la respectiva resolución o acto administrativo aplicando la sanción que corresponda.

Si el adjudicatario hubiera presentado descargos en tiempo y forma, la DCCP tendrá un plazo de hasta 30 días hábiles a contar de la recepción de los mismos, para rechazarlos o acogerlos, total o parcialmente, lo que se determinará, mediante acto administrativo, que se notificará al adjudicatario personalmente, por carta certificada, correo electrónico o por alguna otra herramienta electrónica que se encuentre disponible en el sistema de información, a la dirección o datos de contacto que el proveedor haya comunicado a la DCCP.

Las notificaciones por carta certificada, se entenderán practicadas a contar del tercer día siguiente a su recepción en la oficina de Correos que corresponda.

iii. Procedimiento para Interponer Recurso:

Para todas las medidas mencionadas, el adjudicatario dispondrá del plazo de cinco días hábiles, a contar desde la fecha de notificada la resolución o acto administrativo que le impone la medida, para recurrir fundadamente, acompañando todos los antecedentes pertinentes al recurso.

La DCCP resolverá dentro de 30 días hábiles siguientes, acogiendo o rechazando total o parcialmente el recurso. Se notificará mediante acto administrativo al respectivo proveedor y a la o las entidades reclamantes, si es que fuese el caso.

9. Término Anticipado del Convenio Marco

La DCCP podrá poner término anticipado al Convenio Marco sin derecho a indemnización alguna para el Adjudicatario, si concurre alguna de las causales que se señalan a continuación:

- i. Resciliación o mutuo acuerdo de las partes. Para estos efectos, el proveedor deberá comunicar por escrito su intención de poner término anticipado al convenio marco.
- ii. Incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por el adjudicatario. Se entenderá por incumplimiento grave la no ejecución o la ejecución parcial por parte del adjudicatario de una o más de sus obligaciones, que importe una vulneración a los elementos esenciales del

Convenio Marco, siempre y cuando no exista alguna causal que le exima de responsabilidad, y que dicho incumplimiento le genere a la DCCP o a la respectiva Entidad contratante un perjuicio significativo en el cumplimiento de sus funciones. Se considera en este punto, además, la contravención de lo dispuesto en la cláusula "Responsabilidades y Obligaciones del Adjudicatario" de las presentes bases de licitación.

- iii. Entrega de documentación que contenga hechos carentes de veracidad, con la intención de obtener algún beneficio en el ámbito del convenio marco, sea la inclusión de un determinado producto o cualquier otra circunstancia que le otorgue alguna ventaja en comparación con el resto de los proveedores adjudicados.
- iv. Quiebra o estado de notoria insolvencia del adjudicatario, o de alguno de los integrantes de la UTP, a menos que se mejoren las cauciones entregadas.
- v. Incumplimiento de uno o más de los compromisos asumidos por los adjudicatarios, en virtud del "Pacto de integridad" contenido en estas bases. Cabe señalar que en el en caso que los antecedentes den cuenta de una posible afectación a la libre competencia, la DCCP pondrá dichos antecedentes en conocimiento de la Fiscalía Nacional Económica.
- vi. Sin perjuicio de lo señalado en el "Pacto de integridad", si el adjudicatario, sus representantes, o el personal dependiente de aquél, no observaren el más alto estándar ético exigible, durante la ejecución del convenio marco, y propiciaren prácticas corruptas, tales como:
 - a. Dar u ofrecer cualquier cosa de valor con el fin de influenciar las decisiones de un funcionario público durante la ejecución del convenio marco, que tengan el propósito de generar acciones que resulten en su favor o en contra de otro adjudicatario.
 - b. Tergiversar hechos con el fin de influenciar la ejecución del contrato en detrimento de esta Dirección o de otra entidad pública.
 - c. Ejercer algún grado de extorsión, soborno o presión, declarando parentescos, relaciones con funcionarios de alto rango, beneficios o perjuicios, a quienes requieran hacer uso de la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios y los productos de la Categoría adjudicada bajo este proceso licitatorio o a los encargados de la administración del convenio marco pertenecientes a esta Dirección.
- vii. No entrega o no renovación oportuna de la Garantía de Fiel Cumplimiento, de acuerdo a lo establecido en las presentes bases de licitación.
- viii. La comprobación de la falsedad o falta de completitud de los antecedentes aportados por el proveedor adjudicado, para efecto de ser contratado.
- ix. La comprobación de que el adjudicatario, al momento de presentar su oferta contaba con información o antecedentes relacionados con el proceso de diseño de las bases, encontrándose a consecuencia de ello en una posición de privilegio en relación al resto de los oferentes, ya sea que dicha información hubiese sido conocida por el proveedor en razón de un vínculo laboral o profesional entre éste y la DCCP u otras entidades compradoras, o bien, como resultado de prácticas contrarias al ordenamiento jurídico.
- x. Rechazo por tercera vez de una orden de compra emitida por el comprador, fuera de los casos permitidos en las bases de licitación.

- xi. Incumplimiento de lo establecido en la cláusula 10.16, denominada "Concordancia entre el producto ofertado y el producto entregado".
- xii. Reincidencia del proveedor, por sexta vez, en la causal del numeral iii) de la medida C) "Suspensión Temporal del Proveedor" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos Derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en el punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las bases de licitación respectivas.
- xiii. Reincidencia del proveedor, por una cuarta vez, en la causal del numeral i) de la medida B) "Bloqueo de Productos" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en su punto 10.10.2, "Medidas aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", de las bases de licitación
- xiv. Reincidencia del proveedor, por una segunda vez, en la causal del numeral xi) de la medida C) "Suspensión Temporal del Proveedor" que se encuentra en el acápite denominado "Efectos derivados del Incumplimiento Contractual del Proveedor", en el punto 10.10.2, "Medidas Aplicables por la Dirección de Compras y Contratación Pública", que dice relación a mantener disponibles en la herramienta o comercializar en el CM productos en condiciones comerciales más desfavorables que las del mercado.
- xv. Por exigirlo el interés público o la seguridad nacional.
- xvi. Registrar saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social con sus actuales trabajadores o con trabajadores contratados en los últimos dos años, a la mitad del período de ejecución del respectivo acuerdo complementario, con un máximo de seis meses.
- xvii. Comercializar la calidad de adjudicatario en el Convenio Marco. Se entenderá que se ha concurrido en la presente causal, cuando se den una o más de las siguientes circunstancias:
 - a. Que el adjudicatario original haya transferido con posterioridad a la adjudicación la propiedad o el control completo de la empresa a terceros que no fueron adjudicados en la licitación correspondiente o no participaron en ella; siempre que haya constancia que la intención del adjudicatario original al participar en la licitación no fue la de proveer los productos objeto de este convenio; sino que la de comercializar su calidad de adjudicado de convenio marco.
 - b. Cuando el adjudicado original sea una empresa con una antigüedad no mayor a 60 días anteriores a la fecha de cierre de recepción de ofertas o no haya ejercido el giro comercial relacionado con el presente convenio marco con anterioridad a dicho cierre; y siempre que haya transferido la propiedad o el control completo de la respectiva empresa a terceros dentro de los 120 días hábiles contados desde la adjudicación de la presente licitación.
 - c. Siempre que el adjudicado original haya ofrecido a terceros, a través de medios de comunicación social, redes sociales, correos electrónicos u otros medios equivalentes, transferir la propiedad o el control de la empresa, haciendo mención expresa de su condición de adjudicado de convenio marco, dentro de los 120 días hábiles contados desde la adjudicación de la presente licitación.

La presente causal se aplicará tanto respecto del adjudicatario original, como del proveedor que ha adquirido la condición de adjudicatario en alguna de las hipótesis señaladas anteriormente.

- xviii. No entrega oportuna de los antecedentes señalados en el punto 7 de las presentes bases de licitación, según los términos indicados en dicha cláusula.

- xix. Atraso en la entrega de los productos superior a 60 días hábiles desde el cumplimiento del plazo ofertado y/o acordado, según corresponda.
- xx. En caso de que los proveedores integrantes de las uniones temporales adjudicadas no se inscriban en ChileProveedores dentro del plazo fatal de 60 días hábiles, contados desde la notificación de la resolución de adjudicación, según lo dispuesto en el punto 7 de las presentes bases de licitación.

En caso de que el adjudicatario no comercialice sus productos en el transcurso de un año en la herramienta que esta Dirección disponga para que los organismos públicos puedan adquirir productos y servicios..

Para concretar lo indicado anteriormente, la DCCP notificará por escrito al adjudicatario, con un aviso previo de 10 (diez) días corridos. Sin perjuicio de lo señalado, el adjudicatario deberá satisfacer íntegramente las órdenes de trabajo recibidas antes de la notificación del referido término anticipado, las cuales a su vez deberán ser íntegramente pagadas por las respectivas entidades.

Para la aplicación de todas las causales de término anticipado previamente señaladas, salvo la del número i), procederá el procedimiento regulado en el punto "Procedimiento para la aplicación de las medidas de cobro de la garantía de cumplimiento y de suspensión temporal del proveedor".

En todos los casos en los que exista bloqueo, amonestación, cobro de garantía y/o suspensión temporal del proveedor, así como en los casos en los que exista término anticipado del convenio marco, no operará indemnización alguna para el Adjudicatario.

De concurrir cualquiera de las causales arriba aludidas, excepto las de los números i), vii), xv) y xviii), además del término anticipado del convenio marco, procederá el cobro de la garantía de fiel cumplimiento por parte de la DCCP.

- xxi. En caso de que el adjudicatario no cumpla lo señalado en el punto 9.2 Aspectos Normativos de las presentes bases de licitación.

10. Del Pago

Para efectos de tramitar el pago, las entidades públicas deben considerar lo siguiente:

El pago será efectuado dentro de los 30 días corridos siguientes, contados desde la recepción conforme de la Factura respectiva, en conformidad al artículo 79 bis del Reglamento de la Ley N° 19.886.

El pago de los productos será en pesos chilenos.

El adjudicatario deberá adjuntar a la Factura la Orden de Compra para el trámite de pago.

La recepción conforme deberá ser acreditada por la Entidad que hubiere efectuado el requerimiento.

Con todo, la DCCP no es responsable del pago de los productos que se adquieran o soliciten a través del Convenio Marco, así como, de interactuar con la institución para solicitar el pago de sus facturas. Dicha responsabilidad recae únicamente en las Entidades que en cada caso actúen como compradores.

11. Domicilio y jurisdicción

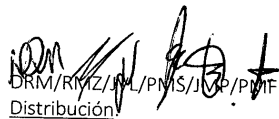
Las partes fijan su domicilio en la ciudad y comuna de Santiago y se someten a la jurisdicción de sus Tribunales Ordinarios de Justicia.

2.- Llámese a propuesta pública, para presentar ofertas en la licitación pública, para Convenio Marco para la Adquisición de Alimentos de acuerdo al formato tipo de bases que se aprueba en virtud del N° 1 de la parte dispositiva de la presente resolución.

3- Publíquese el llamado a licitación en el sistema www.mercadopublico.cl, dentro del plazo establecido en las bases que se aprueban mediante la presente resolución.

Anótese, Tómese Razón y Comuníquese,

TRINIDAD INOS ROSA CASTRO
DIRECTORA
DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA
* DIRECTORA *


DRM/RM/Z/ML/PM/S/JMP/PMF
Distribución

- Contraloría General de la República
- Dirección
- División de Convenio Marco
- Fiscalía