

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