

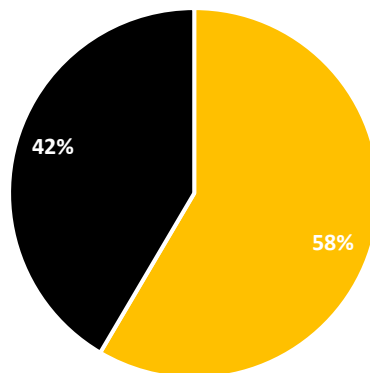
# **Estrategia Convenio Marco Administración y Entrega de Beneficios de alimentación y tarjetas giftcard**

---

Depto. Estrategias de Convenio Marco.

# Generalidades CM Administración y entrega de beneficios.

<b>Tiempo funcionamiento</b>	:	Noviembre 2019 – A la fecha
<b>Fecha Término convenio</b>	:	01 de agosto de 2021
<b>Proveedores Adjudicados</b>	:	14 Proveedores
<b>Categorías</b>	:	Administración Beneficios de Alimentos Tarjetas de Beneficios
<b>Monto transado</b>	:	61 MMUSD



Administración Beneficios	36 MMUSD
Tarjetas Beneficios	25 MM USD

■ Administración Beneficios de Alimentación ■ Tarjetas de Beneficios

# Síntesis del convenio actual

Convenio Marco de Administración de Beneficios 2239-13-LR18



**USD  
61.414.991**

En venta de tarjetas de beneficio y administración de alimentación

**Productos**

*Administración de Beneficios de alimentación y tarjeta de vestuario y calzado son los productos con mayores compras del convenio.*

**Tipo de compras**

En promedio, el 92% de las compras están destinadas a la adquisición de beneficios institucionales. Ejemplo: uniformes alimentación

**Proveedores**

3 proveedores concentran el 95% de las transacciones del convenio

Sodexo  
Amipass  
Edenred

**Compradores**

5 Compradores se llevan el 70% de las transacciones de Gob. Central

Carabineros  
Gendarmería  
Junji  
Sename  
MOP

# Comparativa convenio actual y anterior

---

	CM Anterior (2239-8-LP12)	CM Actual (2239-13-Ir18)
<b>Categorías Licitadas</b>	2 categorías: - Alimentación - Uniforme, Vestuario Institucional y Ropa corporativa	2 categorías: - Administración de Alimentación - Tarjetas de Beneficio
<b>Adjudicación</b>	Por categoría y puntaje (mínimo 70 puntos)	Por categoría y puntaje (mínimo
<b>Proveedores Transando</b>	8 proveedores	10 proveedores
<b>Duración</b>	6 años	2 años
<b>Cantidad de fichas en tienda</b>	70 fichas (por monto de tarjeta)	6 fichas (por tipo de tarjeta y servicio)

---

# Cumplimiento de Objetivos del CM Vigente

## OBJETIVOS PARA EL CONVENIO

### Eficiencia Administrativa

- Generar eficiencia administrativa en la entrega de beneficios vía Voucher

### Confección

- Se decide eliminar la confección dentro de la variedad de producto

### Mejorar Trazabilidad

- Al disponer de vales por papel resulta muy complejo conocer la utilización de tales vales. No existía reportería ni control

### Plataformas de autogestión

- Se esperaba contar con plataformas robustas de administración. Era un criterio evaluable. La plataforma podía ser desarrollada post adjudicación

### Proveedores reconocidos en el rubro Retail

## CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Cumplido

- Se eliminó formato papel lo que trajo de la mano toda la asignación de manera electrónica.

Parcialmente

- De todas formas se evidencia que organismos como Junji siguen comprando vestuario con servicios de confección.

Cumplido (con restricción)

- Aun queda pendiente la trazabilidad del producto específico comprado debido a la tecnología que poseen los mismos comercios.

Cumplido (mejorable en el tiempo)

- Se obtienen plataformas que cumplen con lo solicitado, sin embargo es posible obtener plataformas con mejoras tecnológicas importantes.

Cumplido

# Objetivos

---

## Competencia

Generar máxima competencia adjudicando a solo 1 proveedor por cada categoría.

Evaluación 98% Económica. Lo técnico pasa a ser requisito.

## Trazabilidad

Poseer como mínimo, plataformas actualizadas que permitan tener un control y reportería respecto a la utilización de los beneficios.



Tres proveedores representan el 95% de las ventas.  
Objetivo: Competencia Real entre los tres principales. Mejores descuentos



# Propuesta Nuevo CM

	CM Vigente	Nuevo Convenio	Objetivo
<b>Plazo del contrato</b>	2 años + 12 meses de prórroga	2 año + 12 meses de prórroga	Mantener la vigencia, dado que se exigen aun más, los requisitos de participación. Con esto se incita a otorgar mejores descuentos para adjudicarse la licitación.
<b>Condiciones de compra</b>	Permite Compras menores	Limitar solo las <b>compras máximas a 10.000 UTM.</b> <small>ver</small>	No segregar aproximadamente la mitad de transacciones que responden a compras poco planificables.
<b>Variedad de productos</b>	2 Categorías: - Administración de Alimentación. - Tarjetas de alimentación.	<b>2 Categorías</b> incluyendo aquellos productos realmente transados. <small>ver</small> - Administración de Beneficios de Alimentación - Tarjetas Giftcard	Enfoque a productos realmente transados de manera transversal. <small>ver</small>
<b>Criterios /Métodos de selección</b>	Evaluación en dos etapas y requisitos - Los requisitos para alimentación están enfocados al Modulo de autogestión, Niveles de servicio y cantidad de clientes. - Ser intermediado conocido en el mundo retail.	- Evaluación en <b>una etapa y 98% económica</b> por descuentos con un mínimo establecido. <small>ver</small>  Lo que en licitación vigente fue evaluado ahora pasa a ser <b>requisito</b> , debido a la característica del servicio. <small>ver</small>	Actualizar a nivel tecnológico la licitación, al solicitar como requisito, lo que todos ya poseen.  Conseguir <b>mejores descuentos</b> al ser el único criterio económico solicitado.
<b>Adjudicación</b>	- Adjudica el tipo de producto todo aquel que supere X puntaje	- Adjudica a <b>1 solo proveedor</b> para cada categoría.	Fomentar la competencia y generar ahorros para cada una de las categorías
<b>Operatoria</b>	Sin incorporación de productos	<b>Sin incorporación</b> de productos	Mantener la <b>baja carga operativa</b> del convenio.

# Otras consideraciones

---

## Garantías

- Sin garantía por seriedad de oferta
- Boleta cumplimiento de contrato \$10.000.000

## Categoría Administración Beneficios

- Cobros sin vales ni tarjetas, solo **medio electrónico**.

## Categoría Tarjetas Giftcard

- Para producto vestuario, la **ropa técnica no está considerada**.
- Bordados y logos institucionales **sin costo** para comprador.
- No es posible obtener dinero en efectivo para esta modalidad.
- Distribución de tarjetas **sin costo** para comprador y a cargo de proveedor.



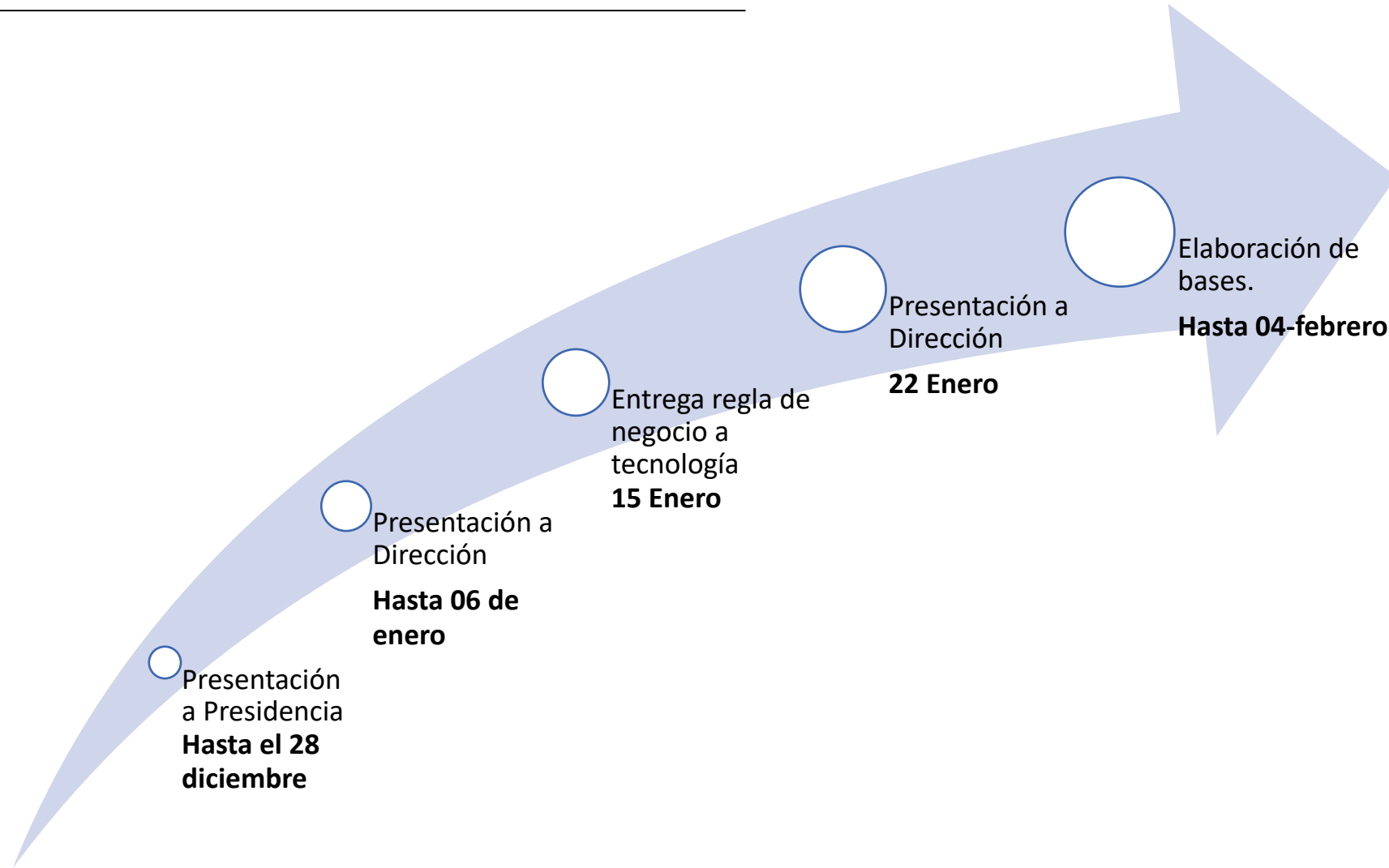
# Riesgos del Nuevo Convenio

---

<b>Riesgo</b>	<b>Tipo de Riesgo</b>	<b>Probabilidad de Ocurrencia</b>	<b>Mitigación</b>
Reclamos por Numero de proveedores adjudicado.	Comunicacional Reputacional	Alta	Se sigue recomendación de fiscalía nacional económica para lograr competencia y un mayor ahorro.
Los principales proveedores acuerden ofertar mismo descuento.	Colusión y cumplimiento de objetivo	Bajo	Se establece como criterio de desempate cantidad de comercios asociados y fecha de ingreso de oferta.
Reclamo por aumentar el mínimo del descuento para Administración de beneficios de alimentación	Comunicacional y reputacional	Media	Proveedores llevan mas de 4 años ofertando el mismo descuento y cifra propuesta corresponde a una cifra de mercado.

# Riesgos del Nuevo Convenio

---



# Gracias

---

Depto. Estrategias de Convenio Marco.