

Convenio Marco

Artículos de Aseo e Higiene

ID 2239-5-LR19

Mayo 2022



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

**Convenio Marco
de Artículos de
Aseo e Higiene**



HABILITACIÓN

- Noviembre 2019



DURACIÓN

- 2 años



TÉRMINO

- 25 noviembre 2021



PRÓRROGA

- 12 meses



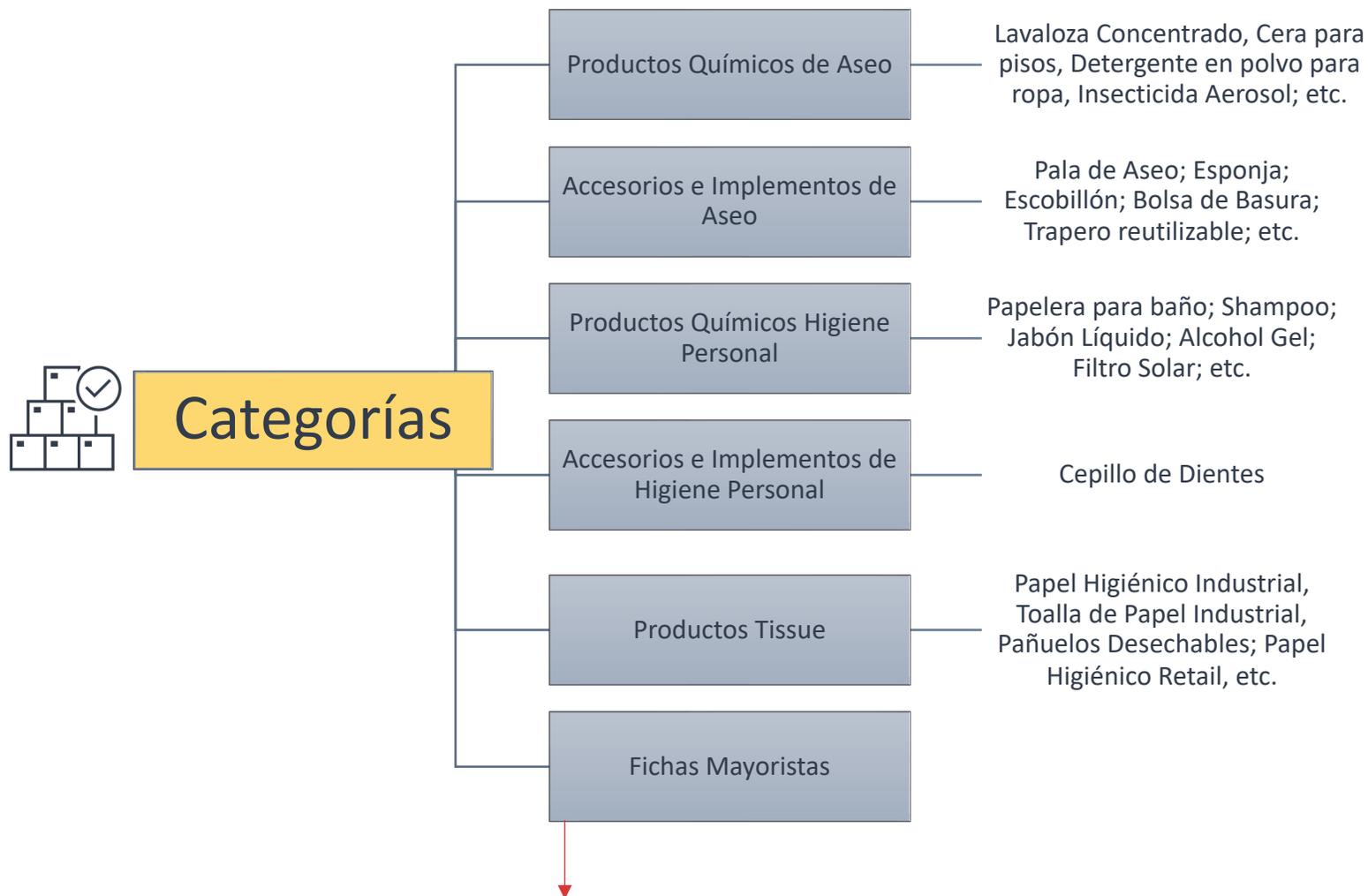
PROV ADJUDICADOS

- 263 proveedores

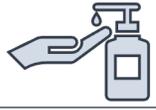


Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene

CM Vigente



Fichas asociadas a compras de grandes volúmenes (se especifica la cantidad mínima a adquirir).



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene

Convenio Marco Artículos de Aseo e Higiene 2239-5-LR19

Operación

Datos noviembre 2019 a marzo 2022

• USD 121.843.853

**TOTAL
TRANSADO**



• 46.273

TOTAL OC'S



• 205

PROVEEDORES



• 831

ORGANISMOS



• USD 2.675

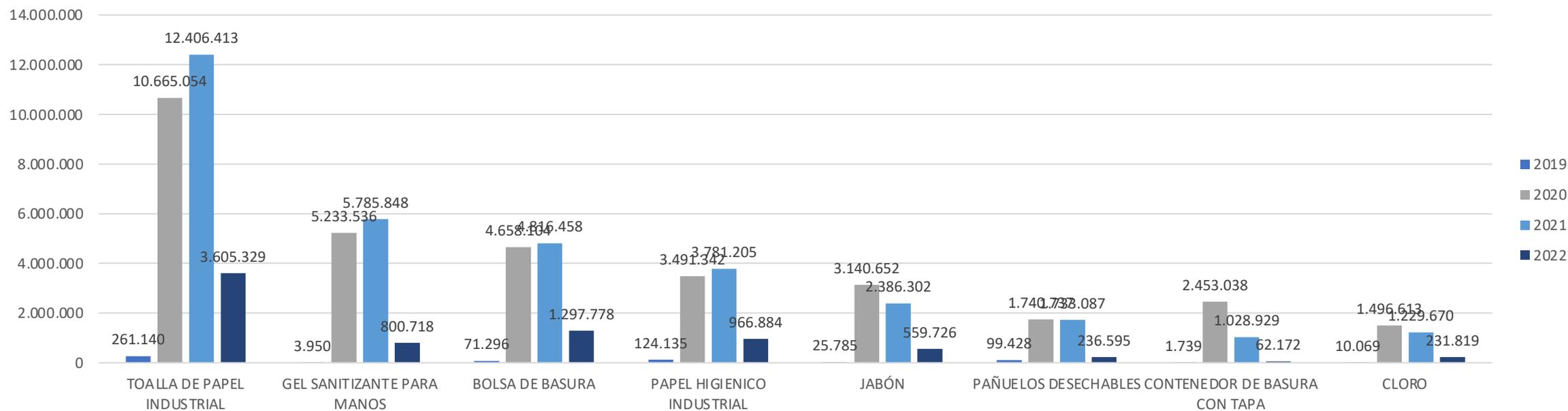
**TICKET
PROMEDIO**



Convenio Marco Artículos de Aseo e Higiene 2239-5-LR19

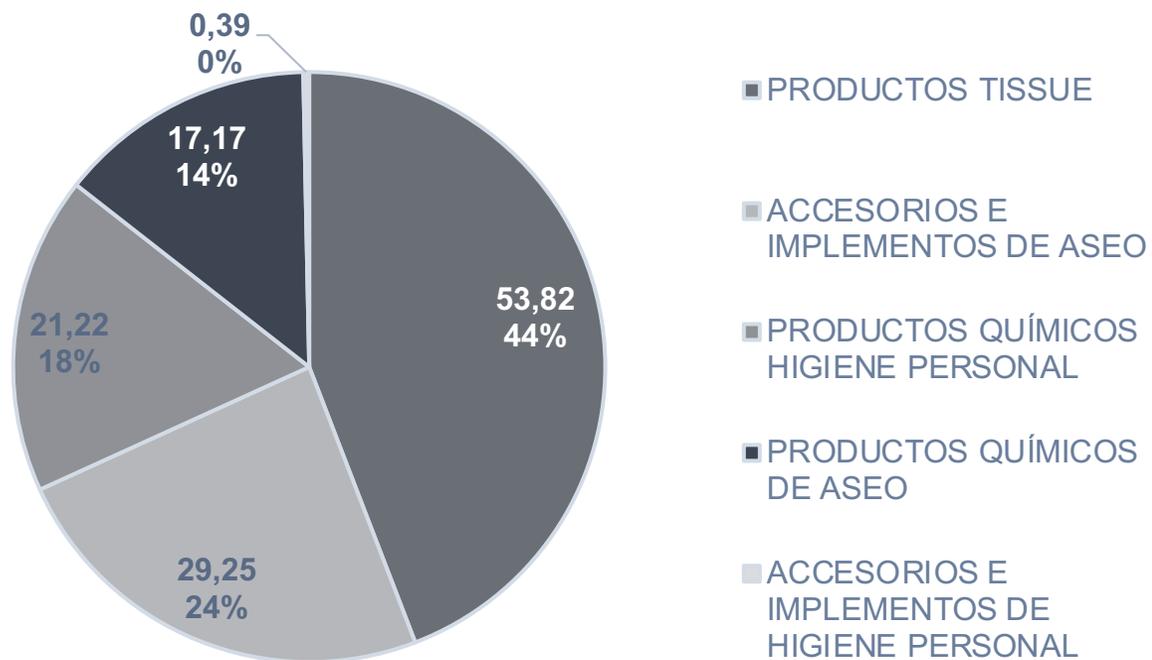
AÑO	Monto USD
2019	750.695
2020	52.122.892
2021	55.970.110
2022	13.000.155
Total general	121.843.853

PROMEDIO MENSUAL ANUALIZADO → 55.889.150





Montos por Categoría (USD)



Transacciones en millones de dólares



Montos por Categoría (USD)

2.672 Productos adjudicados

2.234 Productos Transados

89 Tipos de Productos

15 Tipos de productos concentran el **80%** de las compras.

“TOALLA DE PAPEL INDUSTRIAL” concentra el **22,11%** de las transacciones del convenio.

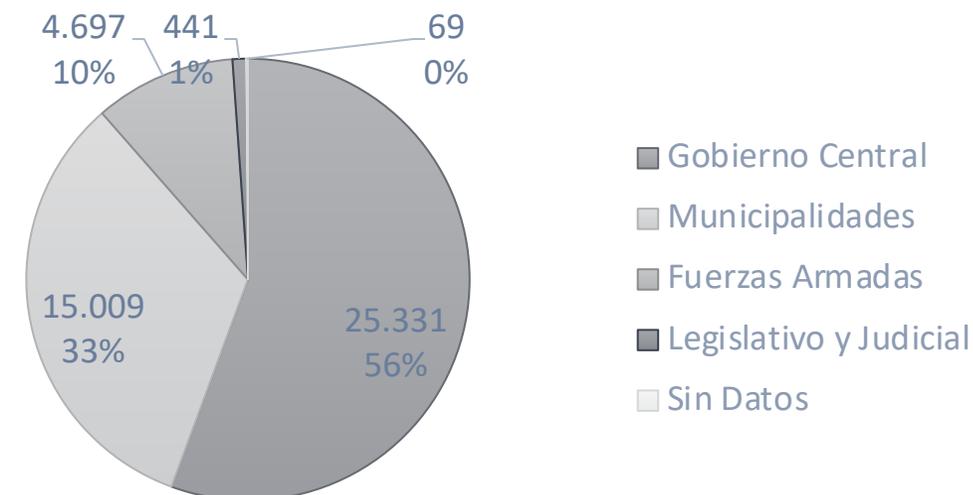


Montos por Sector (USD)

SECTOR	USD	Participación (%)
Gobierno Central	70.812.278	58,1%
Municipalidades	40.189.248	33,0%
Fuerzas Armadas	9.529.662	7,8%
Legislativo y Judicial	810.519	0,7%
Sin Datos	502.146	0,4%
TOTAL	121.843.853	100,0%

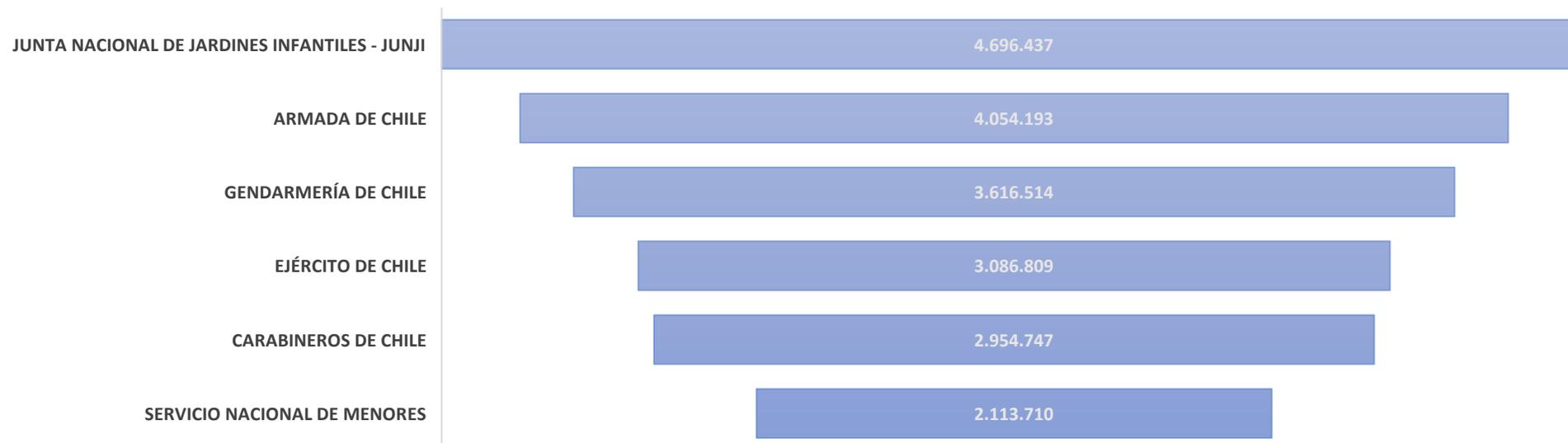


Distribución de OC's por Sector(USD)





Organismos con mayores montos transados



Participación (%)	OC's
3,85%	699
3,33%	1.597
2,97%	2.305
2,53%	1.874
2,43%	1.220
1,73%	1.425

831 compradores han transado en el convenio marco.

7 compradores concentran el 20% de las transacciones:

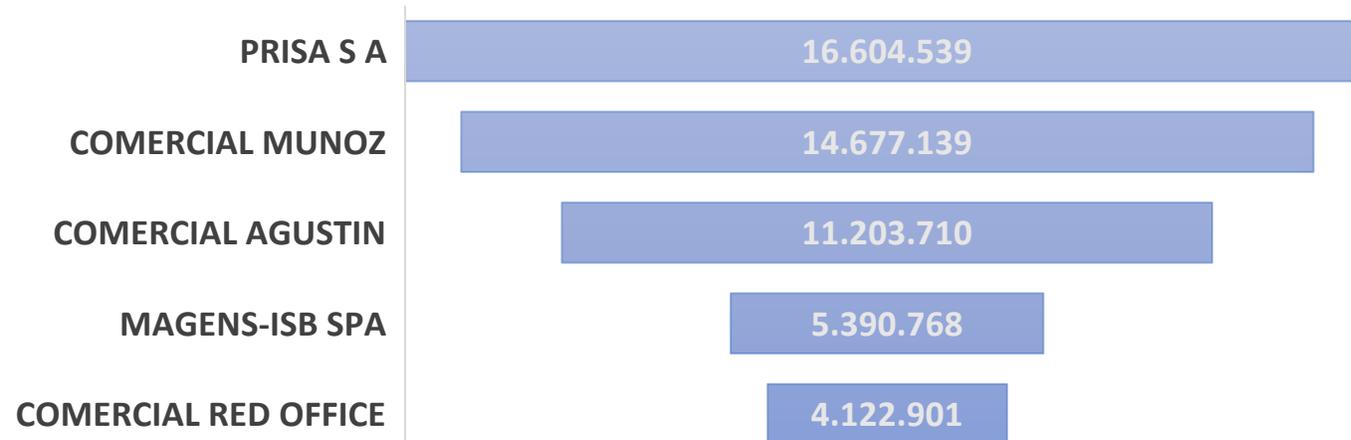


Proveedores más transados (USD)

205 proveedores han transado al menos 1 producto durante la operación (77,9%).

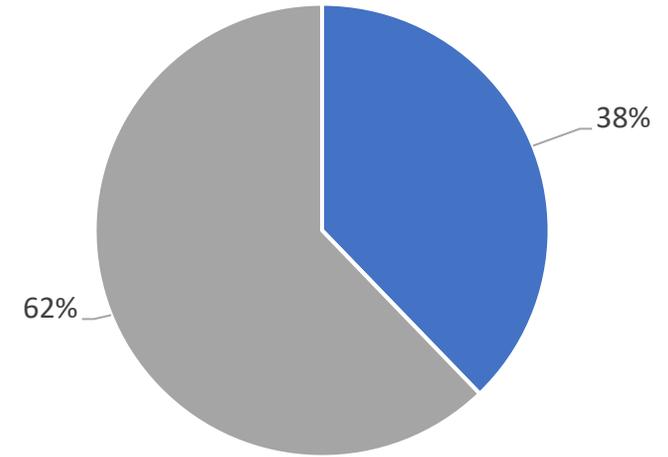
29 proveedores representan el 80% de las transacciones (14,6 %).

PRISA es el proveedor con mas OC y mayor monto transado (8.230 y MM 16,6).



Compras por Mercado Público

RANGO	OC	OC (%)	Monto USD	Monto USD (%)
Menor a 30 UTM	77.636	93,4%	29.569.198	37,81%
En rango	5.503	6,6%	46.356.880	59,28%
Sobre 5.000UTM	3	0,0%	2.280.367	2,92%



■ Compras menores a 30 UTM ■ Compras mayores a 30 UTM

Compras (Dic 2019 – Mar 2022)

Sector	Monto USD	Part. (%)	OC's	Part. OC (%)
MUNICIPALIDADES	35.163.940	44,96%	44.061	52,99%
SALUD	25.165.450	32,18%	17.148	20,62%
GOB. CENTRAL, UNIVERSIDADES	12.086.113	15,45%	12.109	14,56%
FFAA	4.446.675	5,69%	7.106	8,55%
LEGISLATIVO Y JUDICIAL	571.297	0,73%	1.023	1,23%
OBRAS PÚBLICAS	492.510	0,63%	1.322	1,59%
OTROS	280.461	0,36%	373	0,45%
Total general	78.206.445	100,00%	83.142	100,00%

Aplicabilidad | 72% De aplicabilidad.

Licitaciones v/s
OC por CM

MMUSD 46,4

74% de aplicabilidad en cuanto a Montos y **88%** de aplicabilidad en cuanto a Ordenes de Compra



Compras realizadas por fuera del CM



Principales compradores

- ✓ JUNTA NACIONAL DE JARDINES INFANTILES
- ✓ MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO
- ✓ I MUNICIPALIDAD DE TALCA
- ✓ DIRECCION GENERAL DE LOS SERV. DE LA ARMADA
- ✓ HOSPITAL PUERTO MONTT



Principales productos comprados

- ✓ Toallas de papel
- ✓ Desinfectantes domésticos
- ✓ Jabones
- ✓ Papel higiénico
- ✓ Recipientes para residuos sanitarios
- ✓ Kits de limpieza
- ✓ Servicios de lavandería
- ✓ Dispensadores
- ✓ Cloros
- ✓ Desodorantes



Compras por Mercado Público

Operación

Datos noviembre 2019 a marzo 2022

- OC's transadas Códigos ONU:
- “*Productos químicos industriales*”
 - “*Productos de papel*”
 - “*Equipos y suministros de limpieza*”
 - “*Ropa, maletas y productos de aseo personal*”

Total transado: USD 46.356.880

Medianamente atomizado: 6 OOPP con mayor participación concentran el 20%

Promedio: 195 OC mensuales

Producto	Monto USD	Monto USD (%)	OC's	OC's (%)	¿Existe el producto en el CM vigente?
TOALLAS DE PAPEL	8.455.937	18,2%	1.280	23,3%	SI
JABONES	5.661.877	12,2%	1.248	22,7%	SI
EXPENDEDORAS DE ARTÍCULOS DE HIGIENE	4.239.363	9,1%	568	10,3%	NO
KITS DE LIMPIEZA DE USO GENERAL	4.566.827	9,9%	585	10,6%	NO
DESINFECTANTES DOMÉSTICOS	3.857.751	8,3%	870	15,8%	SI
RECIPIENTES PARA RESIDUOS SANITARIOS	2.717.353	5,9%	87	1,6%	SI
PAPEL HIGIÉNICO	2.341.085	5,1%	704	12,8%	SI
DETERGENTES	2.191.282	4,7%	548	10,0%	SI
CLOROS	1.039.530	2,2%	225	4,1%	SI
PAÑOS DE LIMPIEZA	860.126	1,9%	503	9,1%	SI
CONDONES	756.385	1,6%	40	0,7%	NO
PAPEL FACIAL	544.738	1,2%	58	1,1%	SI



CONCLUSIONES

- Compras de canastas de productos.
- Servicios de limpieza.
- Solicitud de productos, marcas y formatos específicos.





Ahorro respecto a precios de mercado

Ahorro promedio del último mes:

- 301 productos monitoreados
- Cobertura: 60%

- 27,3%
- \$1.365.858.274

Principales Shopeos:

Fuente	Precios Capturados
DIMERC	51
JUMBO	35
MASOL	30
LÍDER	27
CAMPOMANES	27
IOTECH	22
LUVALY	19
PROSER	16
SOTOCOPIAS	16
LIMPIAMAS	12
QUALITYCLEAN CHILE	12
COMERCIAL COSA VERDE	11
DURBAN	11
OFIMASTER	10
HYGIENE	10
LIMPIO MARKET	10
COMERCIAL AGUSTIN	9
DIMEIGGS	8

* Productos comparados corresponden a mismas marcas, formatos, modelos y especificaciones.

* No se realiza comparación de precios con el CM anterior ya que precios han variado y no están exactamente los mismos productos.



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene



Estrategia

- Definir **paleta** de productos en esta etapa
- **Reducir** paleta de productos
- Definir precios en valores **netos**
- **Eliminar** fichas mayoristas
- **No pedir GTIN** como requisito evaluable
- Revisar la forma de **cobro por despacho**



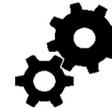
Bases de Licitación

- Revisar **reajuste de precios**
- Cambiar modelo a **una etapa** (centrada en precios)
- Desestimación de productos por **precio inconsistente** (precio bajo)
- **Quitar** referencias a criterios de **sostenibilidad**
- Solicitar **garantía de seriedad** para evitar proveedores con ofertas temerarias y de prueba.
- Quitar **requisitos** innecesarios (ej. Experiencia)
- Definir requisitos de **calidad mínimo** por producto (sin evaluar)



Evaluación

- Definir **tiempo** dedicado de la comisión evaluadora para la evaluación de las ofertas
- Cambiar modelo a **una etapa**



Operación

- Disponer al principio del CM el **diccionario de datos** (como parte de la paleta)
- Definir los requisitos para el traspaso (**resuelto**)

Focus Group - Aspectos a mejorar



Proveedores

BackOffice no permite ampliación de cobertura

Cobro de despacho no consistente de acuerdo al tamaño del paquete y difícil de entender

Cláusula de reajuste poco clara (cálculo de variaciones)

Al bajar un precio, este no se puede subir (incluso si fue un error)

No enfocarse en las unidades de venta, sino que en las concentraciones



Compradores

“Condiciones más ventajosas” en contratación de Servicios de Aseo

Errores en el cargo de despacho

Cálculo de despacho difícil de comprender.



ChileCompra

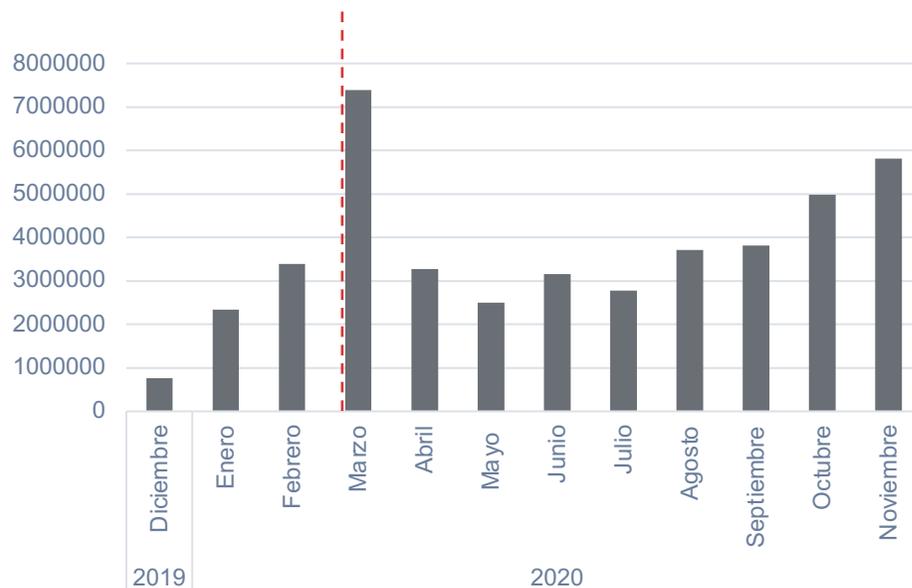
Carga inicial de productos sin homologar (id 163)

Mismo producto hasta con 5 GTIN diferentes

Revisión manual de documentos

Cargas parciales

Situación en la Pandemia

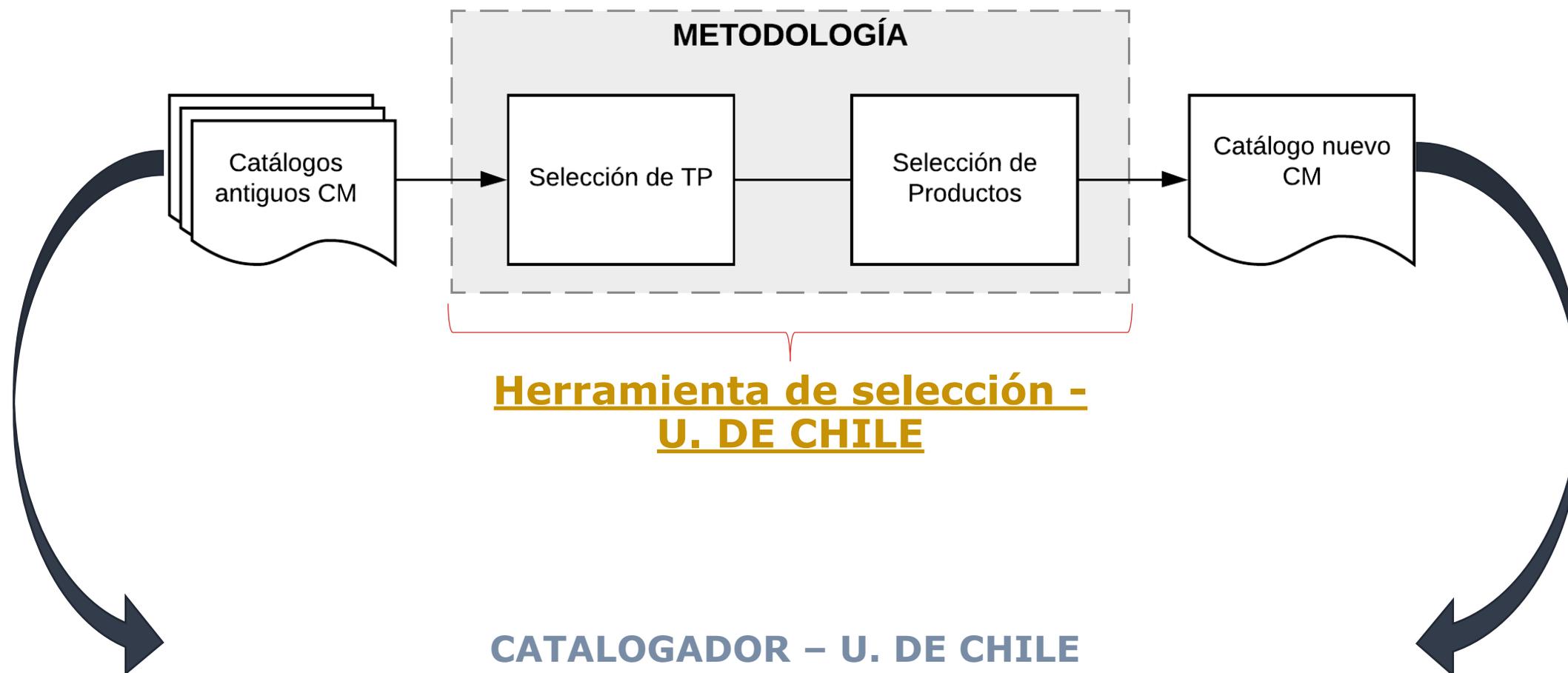


Gel Sanitizante para Manos		
Mes (2020)	Monto USD	Var. %
Enero	11.771	4986%
Febrero	50.722	1080%
Marzo	598.722	

Guantes Clínicos		
Mes (2020)	Monto USD	Var. %
Enero	5.910	1875%
Febrero	20.545	468%
Marzo	116.723	

Cloro		
Mes (2020)	Monto USD	Var. %
Enero	37.979	467%
Febrero	72.291	198%
Marzo	215.489	

Desinfectante Superficies Aerosol		
Mes (2020)	Monto USD	Var. %
Enero	48.382	345%
Febrero	63.416	240%
Marzo	246.260	



Herramienta de selección - U. DE CHILE

CATALOGADOR – U. DE CHILE

[Permite catalogar los productos por medio de la identificación de atributos claves]



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene

Objetivos licitación



“Seriedad” de Proveedores

Aumentar exigencia pertinente al rubro para proveedores

Competencia en la Entrada

Generar máxima competencia adjudicando menos proveedores por **ficha de producto regional**

Evaluación Económica. Lo técnico pasa a ser requisito.

Límite precio máximo y mínimo referencial por ficha de producto

Estandarización

Clasificación de productos estandarizados por atributos (sustitutos).

Licitación de Tipos de Producto de alta frecuencia de compra y transversales en los OOPP



Compra ágil

- Accesorios e Implementos de Higiene Personal

Propuesta Nuevo CM



	CM Vigente	Nuevo Convenio	Objetivo
Plazo del contrato	2 años + 12 meses de prórroga	2 años + 12 meses de prórroga	- Dar seguridad al proveedor para volver a participar en corto tiempo, así podrá entregar mejores precios para adjudicarse la licitación.
Condiciones de compra	Mayor a 10 UTM	Mayor a 30 UTM Menor o igual a 5.000 UTM ver	- Ordenar modalidades de compra. - Acceder a mejores precios (producto y despacho)
Variedad de productos	Moderada, relativamente estandarizada - 89 tipos de productos. - 3.855 SKU.	Variedad reducida y altamente estandarizada. - 23 tipos de producto máximo - Productos altamente estandarizados.	- Estructurar catálogo. - Focalizarse en productos transversales y de alta frecuencia de compra.
Condiciones de entrega	Cálculo de despacho por tamaño de envío, incluyendo valor por kilo adicional, y por factor zonal.	• Sin despacho (ficha regional). ver • Límite inferior de monto de guía de despacho: 4 UTM.	- Eliminar confusión en el cálculo de despacho. - Mantener baja incertidumbre por costo de flete. - Garantiza condiciones de despacho a proveedores
Criterios / Método de selección	- 2 Etapas: - Técnica: * Experiencia en el Rubro * Calidad del Producto * Cobertura * Respaldo Técnico * Requisitos Formales - Económica: Ranking de precios	- Requisitos administrativos y técnicos + ranking por ficha regional. - Adjudicación por ficha de producto. - Límite precio máximo y mínimo referencial por ficha de producto.	- Aumentar la competencia en precios por la entrada. - Adjudicar proveedores que realmente transen. - Asegurar cobertura en las regiones. - Evitar más de una oferta por proveedor.
Reajuste	- Reajuste de precios semestral y anual diferenciado en categorías.	- Reajuste de precios simplificado, frecuente y ad hoc al rubro. ver	- Mitigar problemas asociados a la catalogación y reajuste de precios.

Requisitos Administrativos

- Garantía de Seriedad de la Oferta
- Solicitud de patente comercial/industrial (Giro)
- Oferta como persona natural o jurídica, o como UTP (no ambas).
- Limitación de ofertas con el mismo beneficiario final (malla societaria)*
- Registro de medicamentos, cosméticos, plaguicidas, desinfectantes y sanitizantes del ISP.
- Autorización de comercialización por parte del dueño del Registro/Marca
- Inscripción en INAPI/UNIBRANDER**

Requisitos Técnicos

- Cumplimiento de NCh 2245 por parte de la marca a comercializar (Fichas técnicas y Hojas de Seguridad).
- Días de despacho
- Definición de atributos exigidos por ficha de producto

Criterios de Evaluación

- Ranking de precio regional (95%)
- Requisitos Formales (5%)

Adjudicación al 20% de mejores puntajes por ficha regional

Condiciones de Entrega

- Sin despacho (ficha regional) - Límite inferior de monto de guía de despacho (entregas parciales)

Operación

- Permite entrada de productos nuevos ya catalogados después de los dos primeros meses.
- Reajuste sencillo de precios
- Ampliación de cobertura (precio menor al más bajo de la ficha de producto regional)

N°	TipoProducto
1	TOALLA DE PAPEL INDUSTRIAL
2	BOLSA DE BASURA
3	GEL SANITIZANTE PARA MANOS
4	PAPEL HIGIENICO INDUSTRIAL
5	JABÓN
6	PAÑUELOS DESECHABLES
7	COLORO
8	PAÑO ABSORBENTE MULTIUSO
9	TRAPERO REUTILIZABLE
10	DESINFECTANTE SUPERFICIES AEROSOL
11	GUANTES DE LIMPIEZA
12	LIMPIADOR DE PISOS
13	PAPEL HIGIENICO RETAIL
14	LAVALOZA CONCENTRADO LAVADO MANUAL
15	DESENGRASANTE COCINA
16	DESODORANTE AMBIENTAL
17	SERVILLETAS DESECHABLES
18	ESCOBILLON
19	INSECTICIDA
20	ESPONJA
21	CERA PARA PISOS
22	LIQUIDO LIMPIAVIDRIOS
23	PALA DE ASEO

Categorías

- Productos Tissue
- Accesorios e Implementos de Aseo
- Productos Químicos de Higiene Personal
- Productos Químicos de Aseo



Objetivos del nuevo Convenio Marco

Fomento de participación de proveedores del rubro	Meta
(N° de Empresas del Rubro de Aseo y Limpieza/ N° Total de Oferentes)*100	80%

Aumento de competencia por la entrada (en precios)	Meta
Ahorro en precios adjudicados v/s precios de referencia de la licitación (promedio)	>20%
Ahorro respecto a precios de mercado	>28%

El Ahorro se mide en términos de **Monto (\$)**

Monto transado a precios de CM vs Monto transado a precios de referencia (benchmark). La diferencia es el Ahorro.

$$A = (P^{CM} - P^b) \times Q$$

Donde P^{CM} corresponde al precio transado en convenio marco, P^b el precio de algún benchmark y Q es la cantidad comprada del producto.

Meta: 15 % de ahorro

Meta 2: Productos Multiferta:

Producto Multiferta/ Total productos

Meta: Stock >1 Proveedor habilitado en tienda (80%)

Riesgos del nuevo Convenio Marco

	Tipo de Riesgo	Probabilidad de Ocurrencia	Mitigación
Reducción del alcance del CM	COMUNICACIONAL Y REPUTACIONAL	Alto	Trabajo con comunicaciones y adopción. Promoción de la planificación de compras.
Reclamos por número de proveedores	COMUNICACIONAL Y REPUTACIONAL	Alto	Adjudicación por ficha de producto genérica regional.
Disconformidad con cobro por despacho	CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	Medio	Reforzar idea de monto mínimo de entregas parciales y adjudicación por fichas de producto regional.
Adjudicación a proveedores con ofertas temerarias	CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	Medio	Garantía de seriedad de la oferta, documentos y precios mínimos de referencia.



AGENDA

Información General

Operación

Antecedentes adicionales

Propuesta

Planificación

Convenio Marco de Artículos de Aseo e Higiene

Planificación

ChileCompra



CM de Aseo e Higiene

Marzo 2022