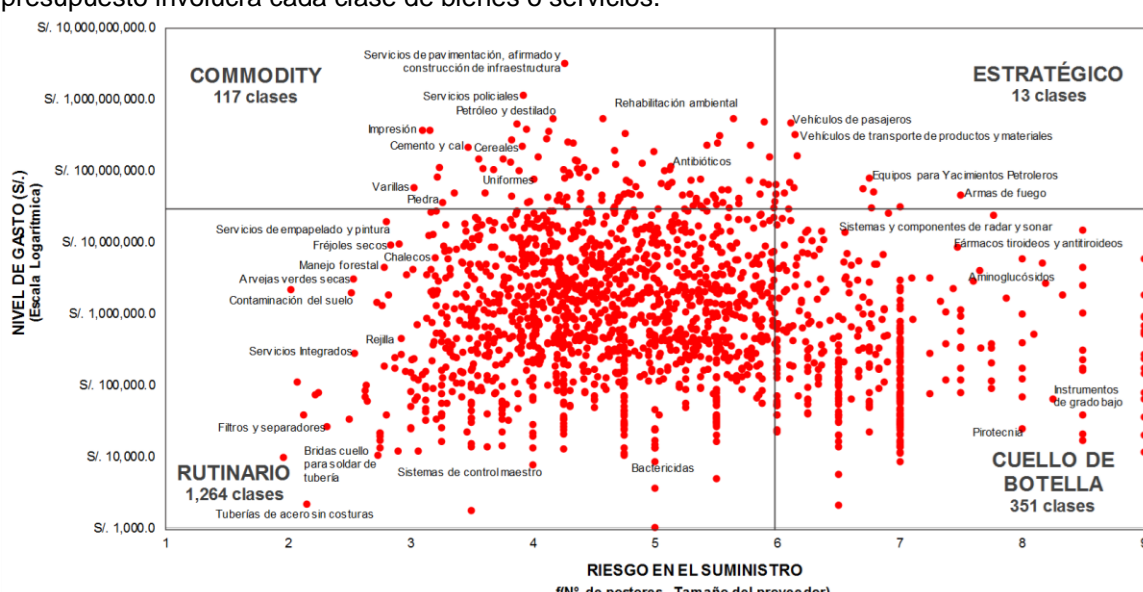
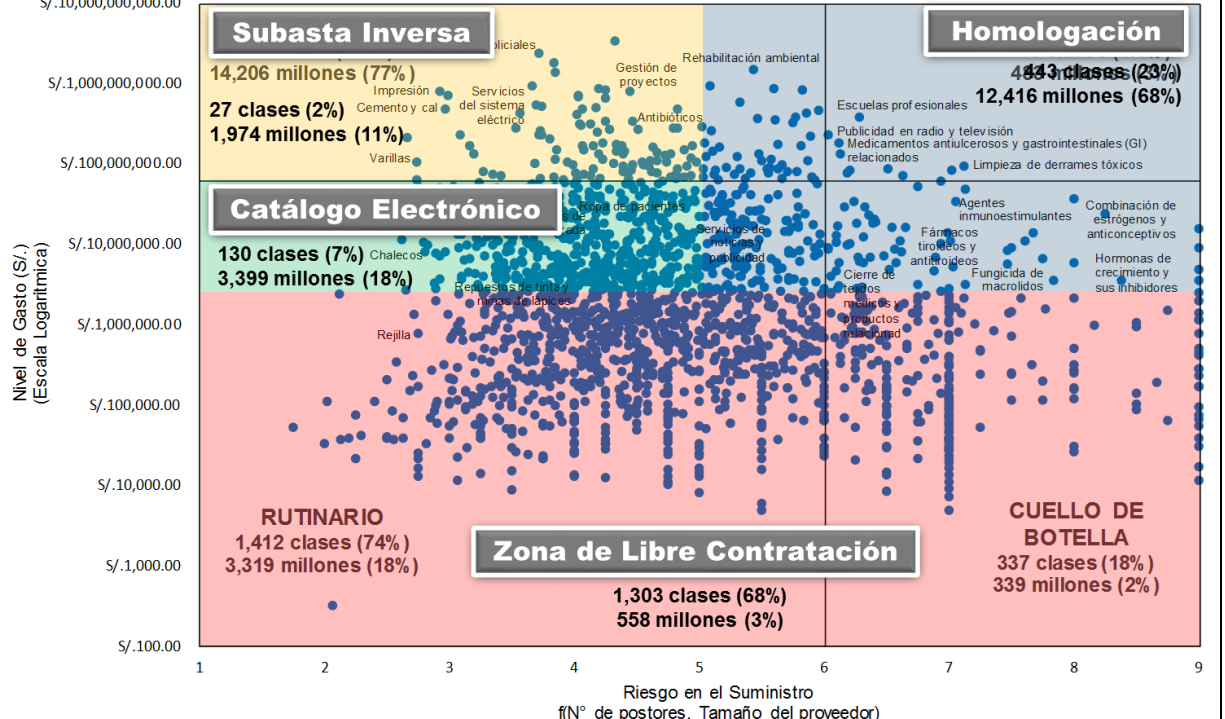


ANEXO 3
FORMATO ESTÁNDAR PARA PRESENTAR INFORMACIÓN SOBRE BUENAS PRÁCTICAS¹

Institución:	Central de Compras Públicas, PERÚ COMPRAS
Título:	El Camino Estratégico de PERÚ COMPRAS
Descripción de la buena práctica	<p>Nuestra práctica ganadora, en el año 2018, del Concurso Buenas Prácticas en Gestión Pública en la categoría Compras Públicas Eficientes, consiste en analizar evidencia de Compra Pública mapeando el abastecimiento público y estableciendo estrategias diferenciadas para ordenar y optimizar la compra en el Estado. Cabe señalar, que el mapeo ha determinado brechas y metas con las que hemos construido nuestro Plan Estratégico y nuestros Planes Operativos, alineando nuestros documentos de gestión y proponiendo cambios a nuestro Reglamento de Organización y Funciones bajo un enfoque de procesos. Los resultados evidencian que hemos logrado un mejor Valor por Dinero y una lucha frontal contra la corrupción; al enfocarnos en dos procesos principales:</p> <p>Estandarización: Que hace el mercado público predictivo, le resta discrecionalidad al comprador público y aumenta la transparencia.</p> <p>Compra Electrónica: Que hace la contratación más justa, quita discrecionalidad al comprador público y aumenta la participación de postores por compra.</p> <p>Al disminuir el poder del comprador (evitando compras dirigidas o eliminaciones arbitrarias para favorecer indebidamente a un postor), aumentar la participación (minimizando el riesgo de concertación, determinación de precios y formación de cárteles) y aumentando la transparencia (reduciendo espacios para que se produzcan actos indebidos), se contradice la fórmula de Robert E. Klitgaard y por tanto, se combate frontalmente la corrupción.</p>
Razones e importancia	<p>Los problemas de la compra pública, están asociados a la corrupción, a un mercado público no predictivo, a una escasa participación de proveedores y a una falta de trazabilidad. Cabe señalar, que la predictibilidad está relacionada a la gran discrecionalidad que tienen los compradores en los procedimientos de selección clásicos, la escasa participación aumenta el riesgo de concertación y la falta de trazabilidad hace de la compra pública un campo oscuro, que se traduce en una mayor percepción de corrupción y en el riesgo de generación de espacios para que se produzca.</p>
Enfoque	<p>Se adaptó la metodología MPS (Mapeo de Posicionamiento del Suministro), creada por la ITC (International Trade Centre), adaptándola al Estado. Con ello, se ha dividido toda la compra en 4 cuadrantes, aplicando estrategias diferenciadas para cada tipo de artículo de compra.</p> <p>Se logró elaborar la matriz de la compra pública. Cada punto es una “clase”, en el entendido que los productos del mercado se dividen en segmentos que se dividen en familias que a su vez se dividen en clases (a su vez, éstas se dividen en commodities y éstos en ítems). En el eje horizontal, se midió cuán fácil o difícil es comprar, de modo que mientras más a la derecha más difícil y mientras más a la izquierda más fácil. En el eje vertical, se midió el nivel de gasto anual de cada clase, es decir, cuánto presupuesto involucra cada clase de bienes o servicios.</p>  <p>En base a la matriz, se determinaron nuevas zonas de trabajo. Por ejemplo, la zona de libre contratación, donde las Entidades actualmente compran directamente (los requerimientos menores a</p>

¹ Documento elaborado sobre la base de la “Metodología para la presentación de buenas prácticas relativas a la prevención y el combate a la corrupción y para su compilación, difusión y promoción de su utilización”, empleado por los Estados en el marco MESICIC (Trigésima Reunión del Comité de Expertos, 12 al 15 de marzo de 2018, Washington, DC).

10,000 dólares se contratan directamente, involucran el 68% de los artículos de compra y solo representan el 3% del monto de gasto), la zona de homologación, de subasta inversa y catálogos electrónicos. Cabe señalar que la Subasta Inversa y la Homologación son complementarias: Cuando un producto es estándar se elabora una Ficha Técnica de Subasta Inversa (al ser estándar lo único que queda por negociar es el precio), y cuando no es estándar se homologa, es decir, el Estado fija una barrera de calidad para hacer comparables las ofertas y que no se compre lo más barato, es decir, se orienta la compra hacia la calidad. Por otro lado, los catálogos electrónicos se colocan inicialmente para reducir el esfuerzo del comprador (bienes y servicios de rutina en mercados de intensa competencia), pero la idea es que la zona de catálogos electrónicos se extienda en sentido horario, de modo que al final, todo se compre electrónicamente. La estrategia de PERÚ COMPRAS:



Implementación

Todo el Estudio conteniendo la metodología y propuestas se encuentra en los siguientes enlaces:

1. Estudio Inicial: https://www.perucompras.gob.pe/archivos/observatorio/EP_N001A_2017.pdf
2. Brecha inicial: https://www.perucompras.gob.pe/archivos/observatorio/EP_N001B_2017.pdf
3. Actualización: https://www.perucompras.gob.pe/archivos/observatorio/EP_N015_2018.pdf

Sobre la brecha definida en 70 catálogos electrónicos, vamos implementando 21; 2,000 Fichas para Subasta Inversa, hemos aprobado 1,037 y sobre las 500 homologaciones, vamos 83.

Todas las direcciones de línea de PERÚ COMPRAS estamos abocados a implementar la práctica: La Dirección de Análisis de Mercado, realiza actualizaciones anuales del Estudio y recalcula la brecha (mejora continua), la Dirección de Estandarización y Sistematización lleva a cabo las acciones de Estandarización (Fichas de Subasta y de Homologación), la Dirección de Acuerdos Marco ve los aplicativos electrónicos y la Dirección de Compras Corporativas aplica la estrategia de agregación de demanda para lograr una mayor eficiencia. Somos 159 personas, en 3 años le hemos costado al Estado 36 millones de soles y hemos logrado ahorros para las Entidades de más de 1,200 millones.

Resultado	<ol style="list-style-type: none"> 1. El porcentaje de compra electrónica es del 7% de la Compra Total de Bienes y Servicios al inicio de la Central de Compras Públicas. 2. El ahorro en las Licitaciones y Concursos no es significativo, el promedio es de 3.6%. 3. El plazo de las Actuaciones Preparatorias es de 68 días, según el último Estudio de OSCE (2014) 4. El plazo para realizar una Licitación o Concursos Público, según el último Estudio de OSCE (2017) es de 47 días +19 días de plazos legales para firmar el contrato, haciendo 66 días (en el 89% de los casos, pues en el 11% se impugnan y el Tribunal resuelve en promedio en 46 días). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando se presentó la postulación, la participación era del 11%. Al cierre del mes de abril de 2019, la participación es del 20.9% 2. Cuando se presentó la postulación, el ahorro acumulado ascendía a S/.479'150,425. Al cierre de abril de 2019, el acumulado asciende a S/. 1,268'119,329⁶. El porcentaje de ahorro en Subasta Inversa en el 2019 es de 23.2% y en Catálogos Electrónicos de 25.9% 3. Las actuaciones preparatorias se pueden hacer hoy en 1 día con el Cotizador Electrónico, para compras por Catálogo Electrónico. 4. El plazo para hacer una Subasta Inversa es de 5 u 8 días, dependiendo del monto convocado + 19 días de plazos legales para firmar el contrato, (haciendo un total de 24 o 27 días y el plazo para comprar por Catálogo Electrónico es de 4.5 días + 1 día para el inicio del contrato, que se produce automáticamente.
	<ol style="list-style-type: none"> 5. El porcentaje de participación en una Licitación o Concurso Público, según el último Estudio de OSCE (2019), es de 2.7 ofertas por compra. 6. El número mínimo de personas para realizar una Licitación o Concurso Público es de 10 personas⁷. 7. En los procedimientos clásicos, cada comprador elabora sus especificaciones técnicas o términos de referencia, con un alto riesgo de procedimientos de selección dirigidos. La discrecionalidad es 100%⁸. 8. El porcentaje de desiertos en los procedimientos clásicos en el año 2018 (según CONOSCE), el observatorio de OSCE, es del orden del 19% 9. El número de Fichas Técnicas para Subasta Inversa que se recibieron de OSCE al Inicio de PERÚ COMPRAS, fue de 770, línea base, (en realidad fue 0, dado que se cambió la Estructura y se elaboraron todas nuevamente). 10. El número de Catálogos Electrónicos recibidos de OSCE al inicio de PERÚ COMPRAS fue de 11, línea base (en realidad fue 0, dado que cambió de diseño y se hicieron nuevamente). 11. El número de Fichas de Homologación al inicio de PERÚ COMPRAS era de 0, línea base. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. El porcentaje de participación en una Subasta Inversa es de 4.3 ofertas según el último Estudio de OSCE (2019) y de 70.8 ofertas por compra en los Catálogos Electrónicos 6. El número de personas para realizar una compra electrónica (Subasta Inversa o Catálogo Electrónico) es de 1 persona. 7. Con la estandarización, (Fichas de Subasta Inversa y de Homologación), ningún comprador tiene injerencia en las especificaciones técnicas ni términos de referencia (discrecionalidad de 0%), reduciendo el riesgo de compra dirigida a 0⁸. 8. El porcentaje de desiertos en la Subasta Inversa para el mismo período, es del 10.8% y el porcentaje de compras que no se vuelven contrato en los Catálogos Electrónicos es solo del 3.7% 9. Cuando se presentó la postulación, el número de Fichas Técnicas era de 912 y actualmente tenemos 1,037 Fichas Técnicas (52% del cierre de la Brecha con un crecimiento del 14% en el último año) 10. Cuando se presentó la postulación, el número de Catálogos Electrónicos aumentó a 15 y actualmente tenemos 21 en operación (30% del cierre de la Brecha con un crecimiento del 40% en el último año) 11. Cuando se presentó la postulación, el número de Fichas Homologadas era de 64 y actualmente se tienen 83 (17% del cierre de la Brecha con un crecimiento del 29.7% en el último año)
Replicabilidad y cooperación técnica	La práctica es totalmente replicable, cabe señalar que hemos dado asistencia técnica a El Salvador y Guatemala para que pueda replicarse.	
Seguimiento	La Dirección de Análisis de Mercado hace el seguimiento y actualización anual del mapeo para ajustar (de ser necesario), la ruta estratégica.	
Lecciones Aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> • El Estudio no es perfecto; sin embargo, traza un camino estratégico claro para trabajar. • La práctica es totalmente replicable. • Es bueno salir de la zona de confort, y hacer cosas diferentes. El fijarse metas que parecen imposibles es siempre necesario, porque solo de ese modo podemos saber lo que es realmente posible. • Trabajar concentrándose en el proceso y no en el objetivo, es decir, valorar más los atributos de proceso en lugar de los atributos de logro nos ha hecho hacer las cosas bien. • Cuando se hacen las cosas bien, el logro de los objetivos resulta inevitable y hasta anecdótico. • Creemos firmemente en que se pueden lograr transparencia y eficiencia en el Estado. Basta con lograr que el niño que fuimos no se avergüence del adulto que somos. 	
Contacto	Nombres y apellidos: Fernando Masumura Tanaka Cargo: Jefe de la Central de Compras Públicas	

