

04 MAYO 2015

DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA

**APRUEBA DIRECTIVA DE CONTRATACIÓN PÚBLICA N° 19
“INSTRUCCIONES PARA LOGRAR AHORROS EN CONTRATACIONES PÚBLICAS DENTRO DEL
CONVENIO MARCO DE TRANSPORTE AÉREO DE PASAJEROS EN VUELOS DE ALCANCE NACIONAL”**

VISTOS:

El artículo 30, letra h), de la ley N° 19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios; el reglamento del citado cuerpo legal, contenido en el decreto N° 250, de 2004, del Ministerio de Hacienda; la resolución N° 1.600, de 2008, de la Contraloría General de la República, que establece las normas sobre exención del trámite de toma razón; y el decreto 1.599, de 2014, del Ministerio de Hacienda, que nombra Directora de la Dirección de Compras y Contratación Pública.

CONSIDERANDO:

1. La función legal de la Dirección de Compras y Contratación Pública de asesorar a los organismos públicos en la planificación y gestión de sus procesos de compras y contrataciones, así como la de establecer las políticas y condiciones de uso del Sistema de Información de Compras y Contrataciones de la Administración.
2. La necesidad de aprobar la Directiva N° 19 cuyo objetivo es entregar información e indicaciones tendientes a economizar recursos en las contrataciones públicas que se desarrollen en el contexto del Convenio Marco de Transporte Aéreos de Pasajeros, en vuelos de alcance nacional, para así cumplir con los objetivos del gobierno respecto al uso eficiente y racional de los recursos públicos.

RESUELVO

EXENTA N° 181 B /

1. **APRUÉBASE** la Directiva de Contratación Pública N° 19 “Instrucciones para lograr ahorros en contrataciones públicas dentro del Convenio Marco de transporte aéreo de pasajeros en vuelos de alcance nacional”, cuyo texto se transcribe a continuación:

DIRECTIVA DE CONTRATACIÓN PÚBLICA N° 19
“RECOMENDACIONES PARA LOGRAR AHORROS DENTRO DEL CONVENIO MARCO DE TRANSPORTE
AÉREO DE PASAJEROS EN VUELOS NACIONALES”

I. INTRODUCCIÓN

Las Directivas de Contratación son recomendaciones para las distintas etapas de los procesos de compras y contratación que realizan los organismos públicos adscritos a la Ley N°19.886. Se formulan de acuerdo a la normativa vigente y a las políticas de Gobierno en la materia.

A continuación, se presenta un análisis de la forma en que las líneas aéreas establecen sus tarifas y a modo de conclusión, se dan las indicaciones para lograr ahorros en contrataciones públicas dentro del convenio marco de transporte aéreo de pasajeros en vuelos de alcance nacional, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos del gobierno respecto al uso eficiente y racional de los recursos públicos, los que además del porcentaje de descuento sobre el precio de lista disponible, implica ahorro administrativo para las entidades públicas, al no tener que realizar un proceso de licitación.

II. OBJETIVO DE LA DIRECTIVA

El objetivo de la presente Directiva es evidenciar el mecanismo con que las empresas proveedoras establecen el valor de un pasaje aéreo, e indicar sugerencias sobre la administración interna de las instituciones regidas por la Ley 19.886, en pos de disminuir los plazos y los costos en la compra de un pasaje aéreo, utilizando el convenio marco de transporte aéreo de pasajeros en vuelos de alcance nacional.

III. MODELO DE COBRO DE LAS LINEAS AEREAS ADJUDICADAS EN EL CONVENIO MARCO

Los proveedores de pasajes aéreos que ponen a disposición tickets para vuelos nacionales en el convenio marco correspondiente, utilizan diferentes modelos de cobros para los pasajes, dependiendo de variados factores, lo que genera que cada vuelo disponible sea un mercado distinto con sus propios valores y reglas lo que provoca que sean difícilmente comparable los precios de asientos de un vuelo con otro de características similares.

Lo que se debe tener claro es que las empresas proveedoras de tickets aéreos buscan maximizar la rentabilidad de un vuelo, para lo cual se apoyan en estrategias de venta y gestión para lograrlo, utilizando tecnologías que les permitan discriminar a cada pasajero que desea adquirir un ticket, y de la misma manera, variar los precios según el tiempo de cercanía en relación con el vuelo respectivo.

Se debe tener presente que existen diferentes tipos de pasajeros, los que pueden dividir en dos grandes grupos: pasajeros de negocios y pasajeros turistas (Caro, Morales, Narváez, 2009)¹.

- **Pasajeros de Negocios**, son aquellos que requieren viajar para concretar actividades laborales y, por lo tanto, la sensibilidad al precio es baja, debido a que requieren adquirir un pasaje en una fecha y destino fijos.
- **Pasajeros Turistas**, son aquellas personas que planifican sus vacaciones o viaje para disfrutar de tiempo libre, conocer lugares, etc. Estas personas son más sensibles al precio, pues no tiene mayor consecuencia para ellos retrasar o postergar su viaje para otro periodo. Los turistas pueden ser del mismo país o bien de otra nación y varían por lo tanto, en sus características demográficas (sexo, edad, etc.).

De las categorías ya expuestas, se puede inferir que los viajes realizados por funcionarios y funcionarias del sector público, se enmarcan dentro de la categoría de “pasajero de negocios”, ya que la finalidad del viaje tiene que ver con sus labores habituales, pero a diferencia de lo aquí es

¹ Caro, C, Morales, A, Narvaes, P (2009); “Validación para un Modelo de Confianza en el servicio de Líneas Aéreas”; http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/ec-caro_s/pdf/Amont/ec-caro_s.pdf; pág.11-12.

entendido como tal, este funcionario *debe ser sensible al precio*, ya que entre sus funciones está el uso eficiente y racional de los recursos públicos.

Dentro de los sistemas de administración de precios consideradas por los proveedores de pasajes aéreos, se observan las de “gestión de ingresos” (o Revenue Management) y la “distribución de asientos por vuelo”, las cuales se explican a continuación:

a. Gestión de ingresos

Este sistema de administración de precios se fundamenta básicamente en sistemas tecnológicos de ventas de tickets (Buhalis; 2003)², es decir, ventas mediante internet realizadas directamente por los propios proveedores de pasajes aéreos, y se funda básicamente sobre el principio de “*vender el pasaje correcto, al cliente correcto, en el momento correcto y por el precio correcto*”, lo que sugiere que cada vuelo es considerado un mercado distinto, y en particular, cada pasajero también es visto como diferente a los demás, por ende la voluntad a pagar difiere en cada uno de ellos. Lo anterior hace difícil el poder estimar los precios de un vuelo en concreto en un momento determinado.

Este sistema de administración de precios parte de los siguientes supuestos:

- Servicio Perecible, entendido como “no es posible mantener un stock”, lo cual es el caso de un vuelo, donde se tiene una fecha y hora definida de partida y llegada. Luego de la concreción del momento de la partida de vuelo, por razones obvias ya no es posible venderlo.
- Capacidad fija, un avión tiene un número limitado de asientos a ocupar, existiendo un número limitado de vuelos a cada destino determinado, en un tramo de tiempo.
- Demanda sensible al precio, es decir, algunos compradores harán mayores esfuerzos para conseguir precios menores por ticket adquirido.
- Consumidores con distintas preferencias, en relación a las comodidades del vuelo, mejores itinerarios u otros.
- Precios libres, ya que no existe una regulación estatal que imponga precios máximos o mínimos a cada ticket de avión.

En base a estos supuestos y con la operación de una página web de venta de pasajes, los proveedores, utilizando un software específicamente diseñado para dicha tarea, discriminan el valor del pasaje a adquirir en base a un algoritmo de tarificación, el cual asigna asientos a distintos consumidores, en distintos momentos en el tiempo, a precios distintos.

² Buhalis. D; (2003); “eAirlines: Strategic and tactical use of ICTs in the airline industry”; <http://epubs.surrey.ac.uk/1120/1/fulltext.pdf>.

b. Distribución de asientos por Vuelo

Otro modelo de administración del precio que utilizan algunos proveedores de pasajes aéreos, tiene relación con el que -para efectos de esta Directiva- se ha llamado como “Distribución de asientos por vuelo”, el cual tiene como objetivo el discriminar precios de los tickets en relación a la sensibilidad del comprador ante los precios. Este método es mucho más predecible, debido a que los precios tienden a aumentar de manera progresiva y ordenada hasta la salida del vuelo. Lo anterior se explicaría por una distribución constante y fija de asientos por vuelo, y un sistema de ventas escalonado en relación a los precios, es decir, con mayor anticipación a la salida del vuelo, se ponen a la venta los tickets más baratos, una vez acabados estos, se abren los tickets con tarifas más caras hasta su agotamiento y así sucesivamente, hasta completarse la capacidad de asientos del vuelo respectivo.

IV. INDICACIONES PARA LOS ORGANISMOS PÚBLICOS OBTENIDAS A PARTIR DEL MODELO DE COBRO DE LAS LINEAS AEREAS ADJUDICADAS EN CONVENIO MARCO.

Las recomendaciones son las siguientes:

a. **Compra anticipada y planificada de pasajes:**

Un comprador público, al utilizar recursos públicos, debe tener un comportamiento sensible al precio y cautelar el uso eficiente y racional de los recursos públicos. Para conseguir lo anterior debe cotizar con más de 10 días de anticipación.

Los mayores ahorros en la compra de un pasaje aéreo se obtienen comprando antes del décimo (10) día antes del despegue de un vuelo en específico, ya que, generalmente, a mayor cercanía del despegue mayor será el valor a cancelar.

En relación a la utilización del modelo de Gestión de Ingresos y a la Distribución de Asientos por Vuelo, un estudio desarrollado en el segundo semestre del año 2015 por el Departamento de Estudios de la Dirección de Compra y Contratación Pública, concluye que estadísticamente, aunque existe una constante variación de precios, ***los valores de los pasajes aumentan de precio a medida que se acerca la fecha del viaje.*** Se ha constatado que el día clave para hacer la compra es el día 10 antes de la salida del vuelo. En fechas anteriores al décimo (10) día, antes de la salida de un avión, es cuando se podrán adquirir los pasajes aéreos más baratos. A partir del décimo día (10), es cuando se experimentan las mayores alzas en los valores de los tickets, registrándose alzas en promedio de un 62% respecto del mejor precio, que se ve reflejado en forma progresiva principalmente en los últimos tres días antes de la salida del vuelo.

b. Comparar tarifas

Un comprador sensible al precio debe elegir aquel precio que corresponda al más barato ofrecido por los proveedores de convenio marco, para lo que debe comparar las tarifas cobradas por las líneas aéreas y elegir la de menor valor en condiciones similares de ruta y horario.

c. Contar con una política de viajes institucional

La mejor forma de ahorrar en la compra de un pasaje aéreo es a través de una compra oportuna, lo cual se logra mediante la planificación interna efectuada por cada servicio público, y que se debe expresar mediante una política de viajes institucional.

Debemos tener presente que las tecnologías de la información utilizadas por los proveedores de pasajes aéreo les permiten actualmente discriminar eficientemente la tarifa de cada ticket en la búsqueda de optimizar la rentabilidad de cada vuelo, lo que impacta en que dichos proveedores no estén interesados en atender a empresas o corporaciones de manera preferencial, entregando descuentos adicionales a los ya expresados en sus páginas web de venta de tickets. Aun así, el convenio marco existente de venta de pasajes, además del porcentaje de descuento sobre el precio de lista, implica un ahorro administrativo para las entidades públicas, cuantificable en la disminución de los plazos de adquisición, ya que no se deben realizar bases de licitación, designar comisiones evaluadoras ni un proceso de evaluación de ofertas, entre otros.

La política de viajes institucional, debe contemplar al menos los siguientes puntos:

- i. **Definir responsabilidades:** Definir a todos y todas los funcionarios que intervienen en la compra del pasaje aéreo, desde la solicitud de compra, hasta que la entrega del ticket al funcionario o funcionaria que hará su uso, mediante un flujo de procesos claro y con tiempos definidos y comprometidos. Con esto, se busca minimizar tiempos perdidos en riesgos o burocracias innecesarias, dado que los precios son cambiantes incluso durante un mismo día y el hecho de que, por ejemplo, un requirente del pasaje se demore un par de días en contestar, cambia radicalmente la situación de las tarifas, más todavía si está ya a menos de diez días del viaje.
- ii. **Planificación:** Definir con anticipación cuantos días previos al viaje se realizará el requerimiento de compras, el tipo de tarifa, ruta, la información necesaria para realizar la compra (quién viajara, dónde viajara, cuantos días se quedará en el lugar de destino), cambios de fechas y quien absorberá el costo, entre otros. Esto se debe realizar para todas las compras de pasajes aéreos, incluso para aquellas definidas para viajes en rutas cortas (no más de 4 horas de viaje). Lo anterior tiene como objetivo comprar con antelación a 10 días corridos antes de la salida del vuelo.

- iii. **Un compromiso institucional por comprar el ticket más barato:** Las Instituciones Públicas deben declarar y difundir su interés por ahorrar en la adquisición de pasajes aéreos, indicando a los funcionarios y funcionarias de su institución involucrados dentro del proceso de adquisición, que se deben preferir los tickets más baratos.

El cumplimiento de lo señalado en esta Directiva puede ser cuantificable (teniendo presente que los mayores ahorros se encuentran en la compra de un pasaje aéreo sobre el décimo día de anticipación de la salida del vuelo), mediante un indicador generado por la misma institución, en que se mida el número de pasajes aéreos solicitados antes de 12 días corridos de anticipación al vuelo adquirido sobre el número total de pasajes solicitados, con un porcentaje de logro igual o superior al 90%, y complementado con un indicador que mida los días promedios entre la fecha en que se genera el requerimiento y la fecha en que se recibe éste por la unidad o el encargado de compras respectivo, con un promedio de logro en días no superior a dos.

2. PUBLÍQUESE en www.chilecompra.cl.

Anótese y Comuníquese,



TRINIDAD INOSTROZA CASTRO
DIRECTORA DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA
DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA
DIRECTORA



RMZ/VVS/KVR/MMC