

Índice

1. INTRODUCCIÓN	7
2. ALCANCE DEL MODELO DE EXCELENCIA	10
3. EJE 1: ESTRATEGIA DE LA FUNCIÓN COMPRAS (EC)	11
3.1. EC1: Políticas y objetivos de la función compras	13
3.2. EC2: Análisis de factores estratégicos para la función compras	14
3.3. EC3: Formulación de estrategias de compra	15
4. EJE 2: ÉTICA, COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD (ER)	16
4.1. ER1: Ética y conducta profesional	18
4.2. ER2: Compromiso con los operadores económicos	21
4.3. ER3: Responsabilidad institucional	24
5. EJE 3: ORGANIZACIÓN Y PERSONAS (OP)	28
5.1. OP1: Estructura organizativa y diseño de puestos	30
5.2. OP2: Gestión del empleo en la función compras	31
5.3. OP3: Formación y especialización del personal de compras	32
5.4. OP4: Motivación y satisfacción laboral	33
5.5. OP5: Desempeño del personal de compras	34
6. EJE 4: CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN (CI)	35
6.1. CI1: Gestión del conocimiento de la función compras	37
6.2. CI2: Compra pública de innovación	39
7. EJE 5: TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN (TC)	40
7.1. TC1: Transparencia. Publicidad activa	42
7.2. TC2: Transparencia. Derecho de acceso a la información pública	43
7.3. TC3: Comunicación	44

8. EJE 6: PLANIFICACIÓN OPERATIVA DE COMPRAS (PC)	47
8.1. PC1: Identificación y priorización de necesidades	49
8.2. PC2: Ajuste de las necesidades a los recursos disponibles	50
8.3. PC3: Programación de la contratación	51
8.4. PC4: Evaluación del plan de contratación	52
9. EJE 7: CONTRATACIÓN (CN)	53
9.1. CN1: Gestión de actuaciones preparatorias	55
9.2. CN2: Anuncio previo y licitación pública	58
9.3. CN3: Evaluación de ofertas y adjudicación del contrato	59
9.4. CN4: Seguimiento y control de la ejecución	61
9.5. CN5: Extinción del contrato	63
10. EJE 8: SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA CONTRATACIÓN (SC)	65
10.1. SC1: Seguimiento y control del plan de contratación	67
10.2. SC2: Seguimiento integral de la contratación	68
10.3. SC3: Apoyo a las unidades de contratación y control de incidencias	69
10.4. SC4: Seguimiento para la alta dirección	70
11. EJE 9: MEJORA CONTINUA (MC)	71
11.1. MC1: Revisión de las actuaciones de la función compras	72
11.2. MC2: Programas de mejora	73
11.3. MC3: Sostenibilidad de la mejora	74
12. EJE 10: RESULTADOS DE LA FUNCIÓN COMPRAS (RE)	75
12.1. RE1: Resultados estratégicos	76
12.2. RE2: Resultados de la contratación	77
12.3. RE3: Resultados en los clientes internos	78
12.4. RE4: Resultados en la imagen de la organización	79

13. GLOSARIO DE TÉRMINOS	80
14. VALIDADO POR AENOR	84
15. DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA	86

Índice de figuras

Figura 1. <i>Modelo de excelencia en la gestión de compras en el sector público</i>	8
Figura 2. <i>Eje 1: Estrategia de la función compras</i>	11
Figura 3. <i>Eje 2: Ética, compromiso y responsabilidad</i>	16
Figura 4. <i>Eje 3: Organización y personas</i>	28
Figura 5. <i>Eje 4: Conocimiento e innovación</i>	35
Figura 6. <i>Eje 5: Transparencia y comunicación</i>	40
Figura 7. <i>Eje 6: Planificación operativa de las compras</i>	47
Figura 8. <i>Eje 7: Contratación</i>	53
Figura 9. <i>Eje 8: Seguimiento y control de la contratación</i>	65
Figura 10. <i>Eje 9: Mejora continua</i>	71
Figura 11. <i>Eje 10: Resultados de la función compras</i>	75
Figura 12. <i>Validado por AENOR</i>	85