



UNIVERSIDAD DEL BÍO BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
GESTIÓN EMPRESARIAL

**“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE AFECTAN LA
PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CHILLÁN EN EL
MERCADO PÚBLICO: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL”**

**MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE
INGENIERÍA DE EJECUCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORES: SORIANO CID, SERGIA DEVORA
CÁDIZ RAMÍREZ, ELIZABETH DANIELA**

Profesor Guía: Villablanca Medina, Pablo César

CHILLÁN 2013

RESUMEN

La Dirección de ChileCompra, es la institución que administra el Sistema de Compras Públicas de Chile. Establecido por el Gobierno de turno, en el marco de la modernización y globalización que se sintió a nivel mundial a fines de los años noventa. Consta de un portal virtual, llamado “Mercado Público”, donde los organismos del Estado realizan de manera autónoma sus compras y contrataciones a través de los negocios electrónicos y las empresas proveedoras tienen la posibilidad de ofrecen sus productos y servicios a este sector.

La entidad se creó el año 2003, cuando Chile promulgó la Ley de compras y contrataciones, estableciendo así una institución regulatoria. Desde entonces el Organismo pretende, ser un ente eficiente y cristalino en materia de compras públicas, además de velar por que sus procesos sean realizados de una manera transparente, dentro de un ambiente que conjugue la armonía y la rapidez. No obstante, el sistema mencionado no deja de ser un acertijo para ciertos proveedores del mercado público a largo de todo el país.

En este contexto, la presente memoria, intenta identificar los factores que afectan la participación de los proveedores de la ciudad de Chillán, en materia de registro, ingreso y manejo de la plataforma de “Mercado Público”, utilizando como base las adquisiciones de las instituciones estatales de Chillán, que realizan sus compras y contrataciones, a través de este medio.

Por otra parte, los negocios realizados en línea, son cada día más habituales y comunes. Consecuentemente, se hace imperiosa la necesidad de identificar y analizar los factores que afectan a los proveedores de la ciudad de Chillán, respecto de esta constante evolución y globalización de procesos.

Por último, considerando lo que significa en las compras públicas, la transparencia y la igualdad de oportunidades, se cree que es necesario realizar este estudio a fin de determinar los elementos contingentes de los procesos de contratación electrónica para proveedores de la ciudad de Chillán, con la elaboración de un análisis FODA del entorno que rodea a las empresas, así como el análisis de sus fortalezas y debilidades.

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
OBJETIVO GENERAL	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
ALCANCES DEL ESTUDIO	4
METODOLOGÍA	5
ENCUESTA.....	6
MUESTRA	7
1. MARCO TEÓRICO.....	11
1.1. PRINCIPIO DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	11
1.1.1. DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	12
1.1.2. MODELOS DE NEGOCIOS POR INTERNET	18
1.2. CHILECOMPRA	22
1.2.1. ESTRATEGIA CHILECOMPRA	24
1.3. MERCADO PÚBLICO.....	26
1.4. CHILEPROVEEDORES.....	27
1.5. CONCEPTOS BÁSICOS	30
1.6. MARCO LEGAL CHILECOMPRA.....	31
1.6.1. LEY 19.886 COMRAS Y CONTRATACIONES PÚBLICAS	32
1.6.2. PRINCIPIOS Y POLÍTICAS GENERALES.....	34
1.6.3. LEY DE TRANSPARENCIA.....	36
1.6.4. REGLAMENTO DE COMPRAS.....	38
2. ANTECEDENTES.....	41
2.1. GOBIERNO ELECTRÓNICO EN CHILE	42
2.2. USO DE CHILECOMPRA.....	44
2.3. CHILECOMPRA CHILLÁN	46
2.4. EL PROCESO DE CHILEPROVEEDORES.....	50
2.4.1. INSCRIPCIÓN EN CHILEPROVEEDORES	51
2.4.2. REGISTRO.....	52
2.4.3. PROCESO DE OFERTA.....	54
2.4.3.1. OFERTA.....	54
2.4.3.2. ADJUDICACIÓN.....	54

2.4.3.3.	ORDEN DE COMPRA	55
2.4.4.	RECLAMOS	56
2.4.5.	EMPRESAS DE CHILLÁN	57
3.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	62
3.1.	ENCUESTA APLICADA.....	62
3.2.	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	85
3.2.1.	ANÁLISIS DEL ENTORNO	87
3.2.1.1.	ENTORNO ECONÓMICO.....	87
3.2.1.2.	ENTORNO POLÍTICO	88
3.2.1.3.	ENTORNO TECNOLÓGICO	88
3.2.1.4.	ENTORNO LEGAL.....	89
3.2.1.5.	ENTORNO SOCIAL	89
3.2.1.6.	OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	89
3.2.2.	ANÁLISIS INTERNO.....	91
3.2.2.1.	CLIENTES	91
3.2.2.2.	COMPETENCIA.....	92
3.2.2.3.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	93
3.2.2.4.	FORTALEZAS Y DEBILIDADES	93
3.2.3.	MATRIZ FODA.....	94
3.3.	FACTORES QUE AFECTAN LA PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CHILLÁN	95
3.4.	DIAGNÓSTICO SITUACIÓN ACTUAL	98
	CONCLUSIÓN	101
	BIBLIOGRAFÍA	104
	ANEXOS	106
	Anexo 1: Encuesta ChileProveedores	107
	Anexo 2: Listado de proveedores de la ciudad de Chillán.....	113
	Anexo 3: Respuesta de ChileCompra por solicitud de información.	115

Ilustración 1: Línea de tiempo de ChileCompra.....	45
Ilustración 2: Proceso de Registro e Inscripción en Mercado público.....	53
Ilustración 3: Matriz FODA.....	95
Gráfico 1: Transacciones históricas en Mercado Público	24
Gráfico 2: Proveedores en Mercado Público	28
Gráfico 3: Gobierno electrónico de Chile.....	43
Gráfico 4: Ranking de reclamos en Chillán	48
Gráfico 5: Ranking de reclamos en Chile	49
Gráfico 6: Licitaciones Proveedor Renato Díaz.....	58
Gráfico 7: Licitaciones proveedor Importadora Panamá.....	58
Gráfico 8: Licitaciones proveedor Grez y Ulloa	59
Gráfico 9: Licitaciones proveedor Clínica Las Amapolas.....	60
Gráfico 10: ¿Cuál es su estado en ChileProveedores?	63
Gráfico 11: Si solamente está inscrito, podría decir ¿Por qué su empresa no se ha habilitado en ChileProveedores?	64
Gráfico 12: En su empresa, ¿Existe un cargo o labor específica vinculada al mercado público?.....	65
Gráfico 13: Si su respuesta fue no, podría indicar, ¿Por qué su empresa no realiza un monitoreo del portal?	67
Gráfico 14: ¿Ha postulado a licitaciones pertenecientes a la ciudad de Chillán?.....	68
Gráfico 15: Si la respuesta fue si, ¿A qué tipo de licitación?	69
Gráfico 16: En los últimos 3 años, ¿a cuántas licitaciones ha postulado en la ciudad de Chillán?	70
Gráfico 17: Si nunca ha participado de alguna licitación, podría indicar ¿Por qué no lo ha hecho?.....	72
Gráfico 18: ¿Cuántas licitaciones de las que usted ha postulado se ha adjudicado en la ciudad de Chillán?	73
Gráfico 19: Si nunca se ha adjudicado una licitación, ¿Cuál fue el motivo?	74
Gráfico 20: Si usted se ha adjudicado alguna licitación, las entidades licitantes, ¿Han cumplido con el plazo de pago 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura, establecido por Ley?	75
Gráfico 21: En promedio, ¿Cuánto tiempo diría usted que demoran en pagar?.....	76
Gráfico 22: De las instituciones públicas de la ciudad de Chillán, podría mencionar, ¿Cuál es la más morosa en materia de pagos?.....	78
Gráfico 23: Podría valorar en una escala de 1 a 7, donde 1 es muy malo y 7 muy bueno, ¿qué tan conforme se encuentra con la modalidad de pago del Mercado Público?	79
Gráfico 24: ¿Cuál es el plazo de entrega de sus productos y/o servicios cuando se ha adjudicado una licitación?	80
Gráfico 25: ¿Ha ingresado algún reclamo en el portal de mercado público?.....	81

Gráfico 26: Si la respuesta fue si, ¿Qué tipo de reclamo?	82
Gráfico 27: Si ha ingresado reclamo, ¿Ha obtenido respuesta satisfactoria?.....	83
Gráfico 28: Si no está interesado en participar del Mercado Público, podría decir, ¿Cuál es la razón?	84
Gráfico 29: Si ninguna de las opciones anteriores se ajusta con sus motivos, podría describir con sus palabras ¿Cuál es la razón?.....	85

INTRODUCCIÓN

Sobre la base de la transparencia y la modernización del Estado es que nace la Dirección de Compras y Contratación Pública, en adelante ChileCompra, la que hoy suma diez años de trayectoria, propiciando un medio donde interactúan proveedores y Organismos Públicos, realizando negocios y transacciones de miles de millones de dólares al año, incluyendo a micro y pequeña empresa del país.

En este contexto, es que surge la presente memoria de título, realizada en el ámbito del área de desarrollo empresarial, de la Dirección de Compras y Contratación Pública. El objetivo principal de la presente memoria, es identificar los factores clave del proceso que realizan las empresas de la ciudad de Chillán cuando participan de los negocios con el Estado y utilizan el sistema de mercado electrónico instaurado por el Gobierno.

El mercado electrónico de Compras Públicas en Chile concierne a todas aquellas adquisiciones de bienes y servicios que demandan los Organismos Públicos para su gestión particular, los que se mueven dentro de una gama de productos o servicios tan variados como la construcción de una obra o algo muy disímil como la compra de pan para proyectos de extensión y docencia. El análisis a realizar, pretende detectar debilidades y oportunidades en el Mercado de Compras Públicas para los proveedores de la ciudad de Chillán, que mediante la agregación de valor en su cadena de productividad, buscan mediante este proceso estandarizado, incrementar el beneficio para su compañía. La contraparte, es decir, los Organismos Públicos, requieren que sus proveedores respondan efectivamente a sus necesidades de bienes y servicios más frecuentes, por ende se requiere un análisis que revele las debilidades o amenazas que detectan los propios proveedores, para responder a esta exigencia.

Este proyecto de memoria de título, pretende realizar un diagnóstico de la situación actual de empresas de la zona de Chillán, en el comercio electrónico demandado por el Estado, aprovechando las fortalezas que posee este modelo de negocios por internet, en cuanto a la rapidez que otorga a las compras públicas, el uso eficiente de los recursos y el conocimiento de las empresas abastecedoras.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el marco de los negocios electrónicos que se realizan a nivel local, específicamente de las micro y pequeñas empresa de la ciudad de Chillán de la provincia de Ñuble, en conjunto con los organismos públicos de la zona, tales como Gobierno regional, Gobierno provincial, Municipios, Hospitales y Universidades, entre otros, es que surge la necesidad de estudiar el comportamiento y acceso de las empresas proveedoras del Estado, con base en sus movimientos y transacciones realizadas en la plataforma de Mercado Público.

El estudio pretende determinar, fortalezas y debilidades de los proveedores de la ciudad de Chillán, con el fin de identificar los factores que afectan su nivel de participación en las adquisiciones del Estado. Por otra parte se quiere determinar el nivel de satisfacción de los proveedores respecto de las oportunidades que presentan los negocios electrónicos, conocer su percepción acerca del pago de sus productos o servicios, de los criterios que se utilizan en las evaluaciones, de las plataformas electrónicas, entre otros factores relevantes.

Hace diez años, Chile cambió su forma de hacer negocios y su eje fundamental se establece en la transparencia y las oportunidades abiertas a todas las empresas del país. No obstante, se necesita estudiar cuales son las dificultades e inconvenientes que se presentan para las empresas locales en Chillán, cuando desean participar de las compras y/o contrataciones públicas.

El hecho de contar con un adecuado y actualizado análisis de los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán inscritas en el portal de proveedores del Estado, en adelante ChileProveedores, facilitará la elaboración de un diagnóstico de la situación actual que soportan las empresas de la ciudad de Chillán, que intentan cumplir con los estándares de eficiencia y sustentabilidad exigidos hoy en día en el mercado electrónico de Chile. La cartera de proveedores a nivel nacional es muy extensa, por ende se vuelve estrictamente necesario el análisis del proceso de registro, ingreso y participación de empresas locales de Chillán, en el sistema de ChileCompra, con la finalidad de comprender los puntos críticos de la oferta de estas empresas y clasificar el beneficio

empresarial a nivel provincial que se puede generar con la toma de decisiones apropiadas en los negocios electrónicos.

OBJETIVO GENERAL

Para el análisis a realizar se ha propuesto el siguiente objetivo general:

“Identificar los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en el Mercado Público, con el objeto de obtener un diagnóstico de la situación actual”.

Los fundamentos que sustentan este análisis, tienen como base, el registro, ingreso y situación actual de las empresas, así como también la participación de los proveedores de la ciudad de Chillán en las oportunidades de negocio que se generan a través del Mercado Público, la cual será determinada mediante la descripción de los procesos que estas deben realizar para participar de las compras públicas, las que actualmente representan el 3,5% del Producto Interno Bruto del país¹, así como también el uso imperativo de las tecnologías de información necesarias para la ejecución de los negocios electrónicos, los que a su vez imponen cambios constantes y vertiginosos. A lo anterior, se suman las crecientes necesidades de las empresas y sus demandas en materia de transparencia y competitividad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Para alcanzar el objetivo general se determinan los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las empresas de la ciudad de Chillán inscritas en ChileProveedores, según su estado actual, su nivel de participación en el mercado público y su comportamiento, con el objeto de establecer un universo de empresas para el estudio.

¹ DIRECCIÓN DE CHILECOMPRA, (Visita 27 de octubre de). Obtenido de:
http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1579&Itemid=1090

- Estudiar los procesos que deben realizar las empresas de la ciudad de Chillán, en ChileProveedores, para participar de las compras y contrataciones del Estado.
- Identificar y analizar los principales factores que estimulan a los proveedores que se encuentran en estado hábil, en el portal de Mercado Público y participan activamente de él.
- Identificar y analizar los factores y/o problemática, que impide a los proveedores que se encuentran inscritos e inhábiles, acreditarse para participar activamente en los procesos licitatorios de la plataforma Mercado Público.
- Realizar un análisis FODA de la situación actual, para las empresas que se encuentran en estado hábil, pertenecientes a la ciudad de Chillán y que participan activamente de las oportunidades de negocio que se generan a través de ChileCompra.
- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de los proveedores de la ciudad de Chillán respecto del uso del portal electrónico de mercado público para la venta de productos o servicios.

Todo lo anterior, se entregará en un informe detallado, a la directora del Centro de ChileCompra de la ciudad de Chillán, para los fines que ella estime convenientes.

ALCANCES DEL ESTUDIO

Dado que no existen antecedentes previos en materia del comportamiento de los proveedores de la ciudad de Chillán, en el sistema de mercado público, ni existe una identificación precedente de cada uno de ellos, más allá de indicadores generales de gestión, como cantidad de proveedores a nivel nacional y regional transando y ofertando, se propone determinar una muestra específica, que detalle una clasificación para las empresa de la ciudad de Chillán, cuando éstas actúan como proveedores en el Mercado Público, adaptándose a las reglas del negocio

electrónico, de modo que las empresas pertenecientes a la muestra quedarán individualizadas dentro de una categoría específica durante el estudio.

Asimismo, se busca encontrar patrones de comportamiento similares entre los proveedores, con el objeto de entender cuál es la conducta común de los proveedores, en la participación en el sistema de ChileCompra.

El horizonte de evaluación contempla el uso de datos históricos comprendidos desde el año 2009, hasta el año 2012, para finalmente analizar el comportamiento del mercado público, hasta el mes de Noviembre del año 2013 (con información disponible en analiza.cl). Cabe señalar que el tiempo indicado es acotado y puede omitir información histórica, sin embargo no existe una base de datos con la certeza necesaria para un análisis fiel.

METODOLOGÍA

La presente memoria de titulación, consiste en la investigación y análisis de los factores que afectan el ingreso y participación de las empresas con domicilio en la ciudad de Chillán, en su participación en el sistema de ChileCompra. Un estudio que intenta descubrir los problemas, inconvenientes, fortalezas y oportunidades, de los proveedores de la zona de Chillán. Un seguimiento a los procesos, su ingreso a los sistemas digitales y su posterior participación en las compras del Estado.

La metodología a utilizar se determina en tres etapas principales, enumeradas a continuación:

- **ETAPA 1: INVESTIGACIÓN**

Delimitación del objeto de estudio y elaboración del marco teórico y legal de los negocios electrónicos y de ChileCompra.

Recopilación de información secundaria, extracción de los datos, consolidación de la información, extracción de lo necesario e identificación de las variables de mayor relevancia para los fines del estudio.

Obtención de información primaria, a través de entrevistas efectuadas a la Directora del centro de ChileCompra de Chillán, la Sra. Claudia Ortiz.

Análisis del problema, del comportamiento transaccional de los proveedores de Chillán en el mercado público y la descripción del problema.

- **ETAPA 2: ANÁLISIS:**

Para el análisis del registro e ingreso al sistema de ChileCompra se efectuará un simulación del proceso que debe realizar el proveedor cuando se registra en el portal de ChileProveedores, con el objeto de vislumbrar el método que utilizan actualmente las empresas y las posibles posturas de éstas frente al sistema de compras públicas.

Elaboración y aplicación de encuestas a los empresarios de la ciudad de Chillán inscritos en ChileProveedores, las cuales complementarán las evaluaciones realizadas y opiniones obtenidas, utilizando como principal fuente de información la obtenida de los registros de socios de la Cámara de comercio en conjunto con los de la Dirección ChileCompra y sus derivados.

Se definirá un conjunto de variables a estudiar para luego realizar el procesamiento de la información.

La metodología de la encuesta se detalla de la siguiente manera:

ENCUESTA

Para conseguir información primaria, se aplica una encuesta, a una muestra de empresas de la ciudad de Chillán, las cuales son proveedores del Estado y se encuentran inscritos al 31 de agosto de 2013 en la plataforma de ChileProveedores. La encuesta consta de 10 preguntas, con la cual se intenta abordar los distintos factores que afectan positiva o negativamente la participación de las empresas de la comuna de Chillán en las compras públicas, con el fin de obtener un diagnóstico de la situación actual.

Las preguntas que conforman la encuesta se establecieron con base en la información de la página web de estadísticas de la dirección de ChileCompra analiza.cl en conjunto con las conclusiones obtenidas de la entrevista que se sostuvo con Claudia Ortiz, delegada del centro de ChileCompra Chillán. Posterior a esto, 5 profesores de la facultad de Ciencias empresariales de la Universidad del Bio Bío, revisaron e hicieron sus aportes a dicha encuesta obteniendo así el producto final. Las respectivas observaciones realizadas por los docentes, se adjuntan como anexo.

En primera instancia se recopila la información de la empresa con una solicitud de información. Cabe señalar que la información solicitada, puede ser ratificada en la página de ChileCompra, ChileProveedores y analiza.cl, sitios establecidos por la Dirección de ChileCompra en el marco de la transparencia. La encuesta realizada se adjunta como anexo.

Población y muestra: Los proveedores a evaluar corresponden a empresas con capitales de la ciudad de Chillán inscritas en ChileProveedores y en la cámara de comercio de Chillán, al universo de proveedores se aplica una fórmula matemática con el objeto de obtener el número necesario a investigar. Para lo anterior se utiliza la siguiente metodología:

MUESTRA

El universo de la muestra está conformado por 46 proveedores, obtenidos de las bases de datos disponibles en la página web de la cámara de comercio e inscritos en ChileProveedores. Tomando en cuenta que el universo disponible es un número finito y pequeño se aplica la siguiente fórmula matemática para obtener el número total de empresas a encuestar, con un nivel de confiabilidad del 95%, y un margen de error esperado del 5%.

FÓRMULA:

$$N' = \frac{n_0}{1 + \frac{(n_0 - 1)}{N}} \quad \text{Dónde } n_0 = \frac{Z^2 * PQ}{e^2}$$

Valores utilizados:

<i>N'</i>	X
<i>N</i>	46
<i>α</i>	0,99
<i>Z</i>	2,58
<i>e</i>	0,01
<i>P</i>	0,5
<i>Q</i>	0,5

GRADO DE CONFIANZA		
<i>α</i>	$1 - (\alpha/2)$	$z (1 - \alpha/2)$
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

De los datos anteriores, se obtiene la siguiente matriz:

<i>α</i>	<i>e</i> = Margen de error									
	10%	9%	8%	7%	6%	5%	4%	3%	2%	1%
90%	28	30	32	35	37	39	42	43	45	46
95%	31	33	35	37	39	41	43	44	45	46
97%	33	35	37	39	40	42	43	44	45	46
99%	36	38	39	41	42	43	44	45	46	46

Con lo expuesto se obtiene que, para un total de 46 proveedores que conforman el universo, con un margen de error del 5% y un grado de confianza del 97%, tienen que encuestarse 42 empresas de la ciudad de Chillán inscritas en ChileProveedores, no obstante se envían encuestas por correo electrónico al total de empresas que conforman el universo previo llamado telefónico a cada una de ellas explicando el objetivo del estudio. Luego de dos días se realiza un nuevo llamado telefónico a cada empresa a la que se le envía la encuesta agradeciendo a quienes respondieron e insistiendo con las restantes. Gracias a la perseverancia se obtuvo un total de 46 encuestas respondidas, obteniendo así censo con un grado de confianza del 100%.

El listado de proveedores se adjunta como anexo.

- **ETAPA 3: CONCLUSIÓN**

Finalmente en la etapa 3, se realiza una interpretación objetiva y fundada de los datos obtenidos del comportamiento de las empresas y el análisis de las variables estudiadas.

Elaboración de gráficos explicativos, con la información obtenida de las encuestas aplicadas a los proveedores de la ciudad de Chillán, cada uno con su respectiva conclusión para finalmente realizar la confección de un diagnóstico de la situación actual de las empresas de la ciudad de Chillán.

Elaboración de una matriz FODA, con la información obtenida del estudio del ambiente externo e interno de las empresas en estado hábil de la ciudad de Chillán que participan de las compras públicas.

Elaboración de un diagnóstico de la situación actual de las empresas inscritas hábiles de la ciudad de Chillán, en relación con el registro, ingreso y participación en el portal de ChileProveedores.

Identificación de los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán cuando participan del mercado público y el respectivo análisis de cómo afecta cada factor en una conclusión realizada en la última etapa de esta memoria de título.

C A P Í T U L O I

MARCO TEÓRICO

1. MARCO TEÓRICO

ChileCompra, es un instrumento que pretende transparentar las acciones de las organizaciones estatales en materia de adquisición de bienes y servicios, junto con la creación de oportunidades de negocio para las empresas del país.

En la actualidad, Instituciones públicas como; Gobierno Central, Municipalidades, Servicios de salud, Hospitales, Universidades y Fuerzas Armadas y de Orden, realizan sus compras a través de licitación pública cuando esta supera los montos establecidos por la normativa legal², en un contexto donde prevalecen los principios de gratuidad, universalidad, acceso, transparencia y no discriminación.

Lo anterior, involucró un cambio cultural, organizacional y tecnológico, tanto para funcionarios como para proveedores, masificándose poderosamente el uso de las tecnologías de información e integrando conceptos como Gobierno electrónico, mercado electrónico (Marketplace), comercio electrónico (e-commerce) y negocios electrónicos (e-business), entre otros, no menos importantes.

En este contexto, queda de manifiesto la importancia de las tecnologías de información y comunicación (TIC), en una sociedad invadida por la información, para lo cual es necesario desarrollar y entender ciertos términos clave para el avance de la presente memoria de título.

1.1. PRINCIPIO DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Fue en el año 2000 que se observó un boom de lo que podríamos llamar el “.com”, cuando las empresas comenzaron a otorgar el verdadero poder que significaba entender y utilizar internet para comercializar productos o servicios. Sin embargo no fue una tarea fácil para nadie, puesto que los primeros años, fueron difíciles y de necesario ajuste y adaptación, solo las empresas que consiguieron reformular sus modelos de negocio pudieron sobrevivir a este drástico cambio global. El surgimiento de este tipo de mercado electrónico se forjó sobre la base de

² Según lo dispuesto por la Ley aplica para para las compras sobre 3 UTM.

expectativas sobredimensionadas, en materia de adaptación de la tecnología, la capacidad para crear valor y la capacidad para masificar la incorporación de compañías a transar electrónicamente en este tipo de mercado. En este contexto, los planes de negocio optimistas, tropezaron con una realidad compleja, lo que provocó la quiebra y desaparición de muchas empresas, destruidas por su incapacidad para adaptarse y generar caja y el agotamiento de su capital inicial.

La historia cuenta hace unas dos décadas, pues hay que considerar los años 90 como el origen de los negocios por internet, un proceso que tomó una década para que las empresas, gobiernos y también consumidores se dieran cuenta que no había vuelta atrás. En la actualidad, “innovación” es una palabra que no puede estar ausente en las compañías, las tecnologías de información cambian constantemente a velocidades inimaginables, el impacto que ha significado internet obliga a las organizaciones a ser flexibles. Las tendencias y las industrias cambian en periodos cada vez más cortos y en contextos extremadamente dinámicos, si las empresas no logran adaptarse, desaparecen.

Esta abrupta caída y desaparición de muchas compañías en los primeros años de la década de los noventa, no significó un quiebre en el concepto. La trayectoria de negocios que han sabido crecer y consolidarse demuestra que hay valor relevante en el concepto de los negocios electrónicos. Sin embargo su maduración es lenta y dista mucho de lo esperado, por lo que una gestión de calidad en materia de desarrollo y una adecuada dirección de las expectativas son fundamentales.

1.1.1. DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

El comercio electrónico, en adelante e-commerce, actualmente se entiende como el soporte a las relaciones de negocio realizado a través de internet utilizando las tecnologías de información disponibles, para apoyar los procesos de compras y contrataciones de oferentes y demandantes del mercado a nivel mundial. Esta forma relativamente nueva de concretar negocios ha sido ampliamente adoptada por los gobiernos de todo el mundo, aproximadamente desde el año 2000, en adelante.

A medida que se incorporan nuevas tecnologías y el mercado va madurando, aumentan los canales de distribución para las empresas proveedoras de productos y servicios. El e-commerce ofrece un canal de distribución de alcance mundial, abierto las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana.

Conceptualmente el abastecimiento electrónico implica la utilización de las tecnologías de Información y comunicaciones para desarrollar los procesos de compras y contrataciones de las organizaciones y sus relaciones de negocio con proveedores y contratistas. Pero la principal herramienta del e-commerce es Internet.

Internet, cambió el paradigma económico mundial, puesto que ha logrado cambiar la manera en que las personas se comunican, informan e interactúan. Esta situación repercute directa o indirectamente en todas las industrias de todos los países, afectando derechamente la productividad de las empresas y su cadena de valor.

“El comercio electrónico es la capacidad de realizar una compra/venta de forma remota, sin presencia física en un comercio, utilizando una plataforma transaccional virtual, tal como internet, no sólo a través de una computadora, sino también a través de cualquier otro dispositivo, tal como los teléfonos móviles o una televisor”.³

Del comercio electrónico, nacen una serie de conceptos importantes de definir, siendo el principal de ellos el mercado electrónico llamado “*marketplace*”, lugar donde interactúan electrónicamente compradores y vendedores, para realizar sus transacciones o negocios, abarcando procesos tales como; ventas, marketing, órdenes de compra y entrega de productos o servicios al consumidor. Ahora bien, esto último también se transforma en un concepto diferente, los e-business (negocios electrónicos), referidos a todas las actividades empresariales entre clientes y proveedores a través de un sistema virtual como las redes, en otras palabras puede definirse como la fusión el negocio empresarial y su estructura organizacional propiamente tal, con las aplicaciones y tecnologías de información

³ ALBERTO DE NÚÑEZ Y LUGONES, FERNANDO, Modelos de Negocios en Internet. McGraw- Hill Profesional, 2001. Madrid, España. Cap. 5, pág. 39.

existentes actualmente, con el objeto de generar una ventaja competitiva. El negocio electrónico implica la utilización del mercado electrónico pero abarca procesos internos de la empresa como producción, inventario, desarrollo de productos, administración de riesgo, finanzas, desarrollo de estrategias, conocimiento y administración de los recursos humanos.

El foco principal de una estrategia de e-business radica en los costos y la eficiencia operacional que significa realizar transacciones rentables a través de un mercado virtual.

Conceptualmente el e-commerce entrega distintos modelos para realizar negocios mediante internet, desde los negocios tradicionales efectuados entre empresas que dirigen sus productos o servicios al consumidor final, hasta los negocios que se realizan a nivel de gobiernos. La preferencia de las empresas por realizar este tipo de negocios también ha tenido su contrapartida a nivel de gobierno, en que principalmente grandes corporaciones, muchas veces globales, han impulsado proyectos de suministro electrónico, en los cuales se han conectado con sus proveedores a través de procesos de compras y contrataciones, soportados con tecnologías de información. Los tipos de comercio electrónico pueden ser variados entre los que se encuentra el que se realiza entre empresa y consumidor (B2C), el que se realiza entre empresas (B2B), el que se realiza entre consumidores (C2C), y el que se realiza entre empresas y gobierno (B2G), entre otros. El más grande y próspero actualmente es el comercio electrónico entre empresas, intentando fusionar mediante las tecnologías de información, negocios con una proyección alta de optimizar sus operaciones y su rentabilidad mediante el comercio electrónico.

El suministro de bienes y servicios como proceso de negocio en general ha venido adquiriendo con mayor fuerza el último tiempo, una connotación estratégica en las empresas particulares y organismos públicos, en la medida en que se consolidan las tendencias de mayor integración con proveedores y contratistas, que conformar redes de valor, a través del uso de las tecnologías de información.

Desde la perspectiva de los negocios, el cambio impone un desafío constante para las organizaciones, debiendo implementar tecnologías y conocimiento en esta

área, las que a su vez deben cumplir con estándares de eficiencia y transparencia en la provisión de bienes y servicios, permitiendo potenciar la comunicación y la confianza como la base de proveedores y clientes, que están buscando descubrir sistemáticamente fuentes de valor en la adquisición y provisión de bienes y servicios.

Definitivamente las organizaciones a nivel mundial han debido evolucionar para mantenerse vigentes en sus mercados, puesto que es inviable que una compañía prescindiera de las tecnologías de información, sin embargo esto no quiere decir que la ley de oferta y demanda sea distinta en el mercado electrónico, o que no sea posible aplicar a estas economías los modelos diseñados por Porter, respecto de la cadena de valor o la industria, así también las empresas siguen utilizando la técnica de los flujos de caja neto para evaluar proyectos o valorar la empresa, la diferencia radica en la manera de aplicar estos conceptos a la nueva manera de hacer negocios.

En sus inicios, las empresas dedicaron enormes esfuerzos e inversiones en adaptarse a esta nueva realidad, pero los frutos no pudieron observarse hasta finales de la década del 90, donde por fin se demostró con base en los beneficios otorgados por las ventajas que presentaba este modelo de negocios electrónico. Hoy, las compañías se encuentran en un mundo altamente globalizado, complejo e hiper competitivo, y necesariamente deben utilizar las tecnologías de información disponibles, de forma masiva, porque hacen posible la disminución de costos, además de tener un impacto positivo en la información requerida en los procesos de toma de decisiones. Forman parte de un soporte estratégico cuando se trata de obtener la ventaja competitiva en la industria. La utilización creciente de las herramientas electrónicas, responde a una necesidad moderna en las organizaciones. La tecnología es puesta al servicio de los consumidores y permite a las organizaciones una dirección estratégica, lo que facilita la creación de productos innovadores y mercados más eficientes, la determinación de nuevos canales de distribución y una reducción considerable de los costos propios de las actividades de negocios.

Dentro de las nuevas tecnologías, puede decirse que internet es una herramienta eficaz y necesaria. Además de permitir el acceso a un universo interminable de información, fuente para la toma de decisiones, permite a las organizaciones ofrecer y publicitar sus productos y servicios. Por su parte, permite la eliminación de un gran número de intermediarios, automatización de los procesos, lo que se traduce directamente en una reducción de costos para la empresa. Internet destruye las distancias, hoy en día muchas tareas son realizadas desde los hogares a cualquier hora del día mediante un teléfono celular, computador personal o tableta.

De cualquier punto de vista los negocios electrónicos llegaron para quedarse, y a las empresas solo les resta aprovechar los beneficios que esta modalidad de hacer negocios entrega. Operar a través de los mercados electrónicos ofrece diferentes bondades según sea el perfil del usuario “comprador” o “vendedor”, sin embargo, existen elementos comunes. El comprador utiliza los mercados electrónicos para realizar procesos de abastecimiento y el vendedor para ofrecer suministro con sus productos o servicios. El potencial que ofrece usar de manera intensiva los mercados electrónicos puede resumirse en los siguientes conceptos:

- Hacer más eficiente el proceso de compra a través de la optimización de los recursos y la automatización de los procesos.
- Aumentar la transparencia, lo que favorece directamente los procesos de compras públicas.
- Reducción de inventarios, con base en la comunicación entre proveedor y comprador.
- Mejorar el control del proceso y oportunidad de la información, gracias al seguimiento en línea del estado de las compras.
- Ampliar acceso a proveedores de todas las zonas geográficas
- Acceso a la información del mercado desde cualquier parte del mundo a cualquier hora del día, cualquier día de la semana.
- Existencia de catálogos electrónicos de los productos y servicios, con descripciones, especificaciones técnicas y precios.

- Comunicación expedita a través de los contactos electrónicos vía mail y video conferencias.
- Transacciones comerciales rápidas y eficientes, con posibilidad de pago en línea.
- Reducción de costos para los usuarios, ahorro de documentación en papel, relación personalizada con los clientes, realización de cotizaciones electrónicas.

Cabe señalar que la sola aplicación de las funcionalidades entregadas por un mercado electrónico, no garantiza la obtención de los beneficios puntualizados. Implementar las funcionalidades de las tecnologías de información significa un esfuerzo comprometido de cambio de prácticas a nivel organizacional, la adecuada gestión del cambio es determinante en la obtención de beneficios para la compañía. Es necesario incorporar efectivamente a los proveedores y lograr transformar los procesos de compra y contratación a un modo electrónico para aprovechar efectivamente las capacidades que ofrecen los mercados electrónicos. Sin perjuicio de lo mencionado anteriormente, existen aún algunas barreras “sicológicas” que deben ser superadas, las que se detallan a continuación:

- Desconfianza a los medios de pago electrónicos, puesto que los usuarios aún guardan temores al momento de entregar información personal y bancaria mediante internet.
- Falta de costumbre de comprar por catálogo, derivada nuevamente de la desconfianza en relación al pago.
- Ineficiencia en la entrega, puesto que la mayoría de las compañías e-commerce fallan a la hora de cumplir con los plazos de entrega.

En definitiva, las distintas aplicaciones que puede ofrecer un mercado electrónico impactan de manera distinta sobre la posibilidad de capturar beneficios. Para el caso de los mercados de compras públicas electrónicas, el énfasis se encuentra fundamentalmente en mejorar las condiciones de compra, y utilizar el beneficio de transparencia para el proceso, incluyendo el acceso más amplio e igualitario para los proveedores a las oportunidades de negocio que se generan en materia de Gobierno. Cabe mencionar que se agregan a todo lo mencionado, dos objetivos

que aplicables al ámbito público: la promoción del uso de tecnología en las empresas y la posibilidad de usar las compras públicas como un instrumento de política pública hacia algún sector económico como micro y pequeñas empresas.

1.1.2. MODELOS DE NEGOCIOS POR INTERNET

Para poner en práctica efectivamente el concepto de abastecimiento electrónico se necesita una transformación de la forma de relación entre las organizaciones compradoras y sus vendedores. En cualquier caso se produce un vínculo que conecta a ambas entidades, no solamente a nivel de acuerdos comerciales, sino también a nivel de procesos de negocios y de soluciones tecnológicas, a través de la cual se realizan los intercambios y las transacciones. Lo anterior, implica ponerse de acuerdo, ya no sólo en términos comerciales, sino también alinear, por ejemplo, la forma en que se desarrollan los procesos, se estructuran las actividades, se codifican los productos o se estructuran los intercambios de información que contienen el detalle de las operaciones. El comercio electrónico trae consigo una variedad de beneficios, tanto para el cliente como para la compañía, para esta última significa un gran ahorro en inversión, mientras que para el consumidor se transforma en comodidad, información, facilidad de uso, entre otros. Existen distintos modelos de negocios dependiendo de los actores que participen del proceso, a continuación se describen los principales modelos de negocios, y la forma en que los enfoques de abastecimiento electrónico los abordan.

- **B2C** (empresa - consumidor): Esta plataforma es la que ofrece productos o servicios, al consumidor final. La primera letra de la sigla es la que representa al oferente y la segunda al demandante. Este tipo de comercio suele asociarse al comercio minorista, sin embargo incluye también la venta de servicios. Este portal presenta beneficios para la empresa, tales como; capacidad de crecimiento intensivo, puesto que no necesita tiendas físicas, rapidez, atención personalizada a clientes las 24 horas del día, los 7 días

de la semana, y costos claramente inferiores. Ahorros en personal, mermas, seguros, electricidad, teléfonos, entre otros. Por su parte el cliente puede prescindir de innumerables complicaciones a la hora de salir a comprar (auto, filas, cargar, descargar, entre otros), puede informarse antes de comprar, y elegir ante una extensa variedad de productos, a esto se puede agregar que con este tipo de modelo se agrega el medio de pago electrónico (aunque sigue vigente cheque o contado al momento de entrega), como es la tarjeta de crédito o débito.

- **B2B** (Empresa - empresa): Es el portal donde las transacciones se realizan entre usuarios institucionales, o personas jurídicas, en este caso oferente y demandante son empresas. Este modelo se asocia al comercio mayorista, no obstante, este también incluye comercialización de servicios o contenido. Lo anterior genera beneficios importantes a nivel de economía, puesto que aumenta la oferta y por ende disminuyen los precios, se reduce el tiempo en el ciclo de compras, baja el costo de transacción, mayor transparencia, datos oportunos, además de las páginas web de proveedores que permite una búsqueda expedita mediante internet. Internet permitirá a las pequeñas y medianas empresas participar activamente en nuevas posibilidades de negocio⁴. Lo anterior tiene su base en la nueva forma de realizar las acciones y las herramientas que se utilizan, por ejemplo para buscar información, contactos, mostrar productos u operar, lo que gracias a internet y a las tecnologías de información se puede realizar a través de las plataformas B2B, así como la utilización de los correos electrónicos, los sitios web, y los portales logísticos. Remotamente para realizar las mismas tareas hubiese sido necesario revisar papeles, informes, realizar viajes o ferias para enseñar productos y crear contactos, transporte, teléfonos, entre muchos otros.

⁴ ALBERTO DE NÚÑEZ Y LUGONES, FERNANDO, Modelos de Negocios en Internet. McGraw- Hill Profesional. Madrid, España. Cap. 15, pág. 142.

- **C2C** (Consumidor - consumidor): En este caso ambos actores de mercado son personas particulares o consumidor final. Es el caso de la plataforma de mercado libre en Chile. En este portal las personas intercambian información con el objeto de comercializar bienes o servicios. Caben también en esta definición, los sitios web de remates y los que cobran por la publicación de anuncios.

Además de lo mencionado anteriormente, se suman los chats, donde los usuarios se comunican entre ellos si participación del sitio, no obstante el negocio aquí está en la publicidad a la que son expuesta los usuarios. También se encuentran las comunidades, donde los consumidores se agrupan voluntariamente en función de sus gustos y preferencias, y se comunican a través de foros electrónicos de comunicación.

Las ventajas de este modelo son claras, economía de escala, alcance global, velocidad, variedad, independencia, entre otros. Probablemente este sea uno de los modelos de mayor potencial de crecimiento⁵.

- **G2C** (Gobierno - consumidor): Las características que definen este modelo principalmente es el uso de internet del Gobierno, para relacionarse con los usuarios finales, personas físicas o consumidores. Este modelo se desprende de la necesidad de los clientes de recibir la misma calidad de información y atención que perciben del sector privado. Es en ese contexto que el Gobierno implementa sistemas que se encuentran disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, un hecho impensable, hace unas décadas atrás. Lo anterior a su vez, favorece al Gobierno y reduce inmediatamente las llamadas telefónicas y las visitas en terreno. Algunos de los servicios que pueden reconocerse de este tipo son; Pago de Impuestos, tasas y contribuciones en línea, información a través de portales electrónicos para comunicar al público respecto de servicios públicos, centros médicos, teléfonos y contactos, así como también la descarga de

⁵ ALBERTO DE NÚÑEZ Y LUGONES, FERNANDO, Modelos de Negocios en Internet. McGraw- Hill Profesional. Madrid, España, Cap. 14, pág. 139.

formularios, certificados (Registro Civil), padrón electoral (Registro Electoral). Existen así también sistemas tales como; reclutamiento electrónico, programas de educación, sistemas de jubilación y pensión, y sistemas de salud, entre otros.

- **G2B** (Gobierno - empresa): Fomenta las relaciones entre el Gobierno y las empresas o personas jurídicas. Es el sistema electrónico por el cual el Gobierno, por ejemplo realiza sus compras, a través de licitaciones (ChileCompra). La estrategia de desarrollo de este modelo debe estar relacionada directamente con los intereses y prioridades del sector privado mayoritario. El uso de plataformas y portales en línea permite a las empresas participar de numerosas licitaciones a lo largo de todo el país, además de transparentar la asignación dudosa de contratos. Sin perjuicio de lo mencionado este modelo hace referencia a cualquier intercambio electrónico realizado entre Gobierno y empresas, cabe señalar el pago y recuperación de IVA, pago de impuestos, declaraciones de aduanas, entre otros. Las empresas se ven en la obligación de cumplir con las leyes y reglas establecidas lo que se traduce en transparencia de cualquier transacción. Poseer Gobiernos electrónicos (e-government), ayuda a construir una sociedad de información limpia y clara.

El término G2B, se aplica a los portales electrónicos especializados en la relación de empresa con la administración pública, en el cual las instituciones oficiales de gobierno pueden ponerse en contacto con sus proveedores, para que estos puedan agrupar ofertas o servicios. El caso más importante incluso en Latinoamérica corresponde al desarrollo generado por el Gobierno de Chile a través del programa ChileCompra.

Algunas de las ventajas de poseer un Gobierno electrónico son; reducir costos de burocracia, reducir costos en las transacciones, mejora la calidad de la información, mejora la calidad del servicio ante la sociedad, ahorro en tiempo y una notoria mejora en los procesos.

Como conclusión, Internet puede ser un gran aliado del Gobierno, si éste sabe utilizar las bondades que trae consigo esta herramienta, abre una infinidad de oportunidades potenciales e impacta positivamente los objetivos primordiales de Gobiernos, tales como; baja del gasto público, mejora en los sistemas de recaudación, mejora en la relación con los contribuyentes, mayor transparencia e información de la actividad pública, e impacto ambiental favorable en cuanto a una considerable cantidad de papeleo que puede restringirse mediante la utilización de este modelo.

1.2. CHILECOMPRA

El Gobierno de Chile, en el marco de la globalización y las tecnologías de información, en conjunto con los esfuerzos por incorporarlas a los procesos que realiza con el objeto de mejorar la gestión pública y transparentar los procedimientos, se ha visto en la necesidad de aplicar el modelo G2B como concepto primordial en las compras públicas. Con base en el potencial de beneficio que significa el uso de Internet y los mercados electrónicos sobre el abastecimiento de los organismos públicos, ha provocado que en los últimos diez años se hayan visto importantes iniciativas en esta área. Su pilar principal es lograr la transparencia y conjuntamente lograr eficiencias de proceso, así como también ahorros en las compras, a nivel mundial se han impulsado proyectos de abastecimiento electrónico. Es así, como hoy en día, se puede afirmar que prácticamente no existe gobierno en América Latina, que no cuente con un proyecto de compras públicas electrónicas.

La Dirección de ChileCompra, es la institución que administra el Sistema de Compras Públicas de Chile. Dicho sistema trata de un portal virtual donde los organismos del Estado realizan de manera autónoma sus compras y contrataciones a través de los negocios e-learning mediante la utilización de un mercado electrónico, donde las empresas ofrecen sus productos y servicios al sector público.

Esta entidad se creó el año 2003, cuando Chile promulgó la Ley de compras y contrataciones, estableciendo así una institución regulatoria. Esto, luego que desde el año 1994 se presentara la primera representación de una transformación a la entonces actual “Dirección de Aprovisionamiento del Estado (DAE)”⁶.

Desde el año 2003 el estado de Chile, pretende ser un ente eficiente y cristalino en materia de compras públicas, además de velar por que sus procesos sean realizados de la mejor manera, dentro de un ambiente armónico.

La Dirección ChileCompra, planifica, desarrolla y promueve los medios necesarios para que el Mercado Público crezca armónicamente. En este mercado electrónico de compras públicas se produce la interacción de las necesidades de bienes y servicios que demandan los organismos estatales con una gama de ofertas de los proveedores interesados en detectar oportunidades de negocio, los que ha generado transacciones que según cuenta pública de 2012, superaron los 9.300 millones de dólares transados, favoreciendo un ahorro equivalente a 22.000 viviendas sociales.

Durante sus diez años de trayectoria, la Dirección ChileCompra ha logrado sistematizar un sistema inicialmente complicado, en el que confluyen intereses, ofertas y demandas de los diferentes actores que participan activamente en Mercado Público. Esto se ha logrado, mediante la definición de reglas que impactan directamente en una mejora de la competitividad, aumenta la calidad y sobretodo la transparencia de la información, para lo cual ChileCompra brinda una serie de plataformas electrónicas. Una de las plataformas más importantes es la tienda ChileCompra Express (Convenio Marco), que a la fecha registra 1.360 proveedores transando un total de 2.000 millones de dólares, a través de la emisión de 660.000 órdenes de compra⁷, lo que la transforma en la mayor tienda en línea del país. Entre los otros servicios que se encuentran disponibles, cabe mencionar la existencia de 16 Centros ChileCompra, ubicados en las principales ciudades del país. Asimismo, en www.chilecompra.cl, se puede obtener acceso a

⁶ “La Dirección de Aprovisionamiento del Estado (DAE)” era el servicio público encargado de las compras y suministros del Estado, desde 1927 al 2003.

⁷ CHILECOMPRA, plataforma Dirección de ChileCompra [en línea], <http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1262&Itemid=1011>, [consultado el 06 de Octubre de 2013]

soporte, formación y material, mientras que en www.analiza.cl se pueden obtener completos reportes de las transacciones realizadas con el fin de analizar las oportunidades de negocios entregadas por la plataforma de licitaciones presentadas en www.mercadopublico.cl. Adicionalmente ChileCompra administra el Registro Electrónico de Proveedores del Estado, a través de la plataforma de www.chileproveedores.cl.

Gráfico 1: Transacciones históricas en Mercado Público



FUENTE: CHILECOMPRA, obtenido de <http://www.chilecompra.cl>

1.2.1. ESTRATEGIA CHILECOMPRA

Actualmente las empresas deben batallar en un mundo globalizado y altamente competitivo, en el cual la manera de sobrevivir es poseer una ventaja competitiva que además sea sustentable en el tiempo, lo que en este caso puede conseguirse mediante el desarrollo de una estrategia que logre asegurar la eficiencia en la gestión de abastecimiento del Estado.

Para entender cuál es la estrategia de mercado que pretende llevar adelante la dirección de ChileCompra, se revisará la visión de futuro y la misión institucional, ambas definidas en el plan estratégico 2013 – 2015, vigente actualmente y disponible en la página web de la Dirección de ChileCompra:

- **Visión de Futuro:** *“Ser la organización líder en gestión de abastecimiento e implementación de políticas de compras y contratación pública a nivel mundial, con un equipo de excelencia y valores de respeto, compromiso y confianza, con un alto nivel de transparencia y probidad en los organismos públicos y proveedores del Estado de Chile”⁸.*
- **Misión Institucional:** *“Lograr un uso eficiente de los recursos del Estado de Chile, por parte de los organismos públicos, a través de la implementación de las mejores prácticas y modernización de la cadena de abastecimiento, generando un mercado atractivo para los proveedores, con equidad en el acceso y competitividad, basado en los principios de transparencia, probidad y eficiencia, con un servicio enfocado en la satisfacción de nuestros clientes”⁹*

Los objetivos de la Dirección de ChileCompra para la próxima década, comienzan con la implementación de variadas herramientas que vayan en directa relación con una mejora en la gestión de compras públicas, además de aumentar las exigencias en Mercado Público con el fin de ser un organismo transparente y seguro para las transacciones de los proveedores del Estado. En este contexto, ChileCompra define los objetivos estratégicos para cumplir su misión, como por ejemplo, realizar un incremento en la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda, a través de una mejora en la calidad de información contenida en las diferentes plataformas. Por otro lado se pretende incrementar la satisfacción de los

⁸CHILECOMPRA, (Visita 12 de Octubre de 2013). Obtenido de:
<http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1427&Itemid=175>

⁹CHILECOMPRA, (Visita 16 de Octubre de 2013). Obtenido de:
<http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1427&Itemid=175>

clientes del mercado público, basándose en una reducción de costos de transacción entre comprador y proveedor. Por último, proyecta Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso, a través de convenios marco orientados a su vez, a las compras sustentables.

Con el fin de lograr estos objetivos, además la Dirección de ChileCompra establece una serie de principios que rigen la gestión institucional, entre los que se destacan la transparencia, eficiencia, el cliente como prioridad, la calidad de la gestión por sobre todas las cosas, otorgar la importancia que tiene el uso de internet y tecnologías de información, creación de alianzas estratégicas ya sea con empresas públicas o privadas, y por último la interoperabilidad a través de sistemas más estables, modulares y orientado a los usuarios.

1.3. MERCADO PÚBLICO

El Mercado Público es administrado por la Dirección de Compras y Contratación Pública. Es un sistema de información de carácter público y gratuito, así lo establece la Ley 19,886 de Compras y Contratación Pública, en su artículo 19: *“Créase un Sistema de Información de Compras y Contrataciones de la Administración, a cargo de la Dirección de Compras y Contratación Pública, que se aplicará a los organismos señalados en el artículo 1º de la presente ley, y que deberá estar disponible a todo el público, en la forma que regule el reglamento. El Sistema de Información será de acceso público y gratuito”*¹⁰. Debido a su naturaleza, el sistema no presenta barreras de entrada en el registro de proveedores puesto que es público y además de uso gratuito. Desde 2003 a la fecha, existen 112.512 proveedores transando, según la información entregada por Roberto Pinedo¹¹, en su cuenta pública del año 2012.

¹⁰ Ley 19.886, ART. 19. Chile. Ley de Bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, Ministerio de Hacienda, Santiago, julio de 2003. 30p

¹¹ CHILECOMPRA, (Visitado el 20 de Octubre de 2013), Obtenido de: <http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1262&Itemid=1011>

1.4. CHILEPROVEEDORES

ChileProveedores, es la plataforma electrónica implementada en el marco del Mercado Público, con el fin de crear un Registro de Proveedores de la Dirección de ChileCompra. Entiéndase como proveedores, a todas aquellas organizaciones particulares, empresas o personas jurídicas, que ofertan sus productos o servicios, en respuesta a las licitaciones o requerimientos generados por parte de los organismos estatales, lo que implica que dichos proveedores se sometan a las normativas y reglas establecidas para la respectiva evaluación dispuesta para cada adquisición, generada por los organismos demandantes.

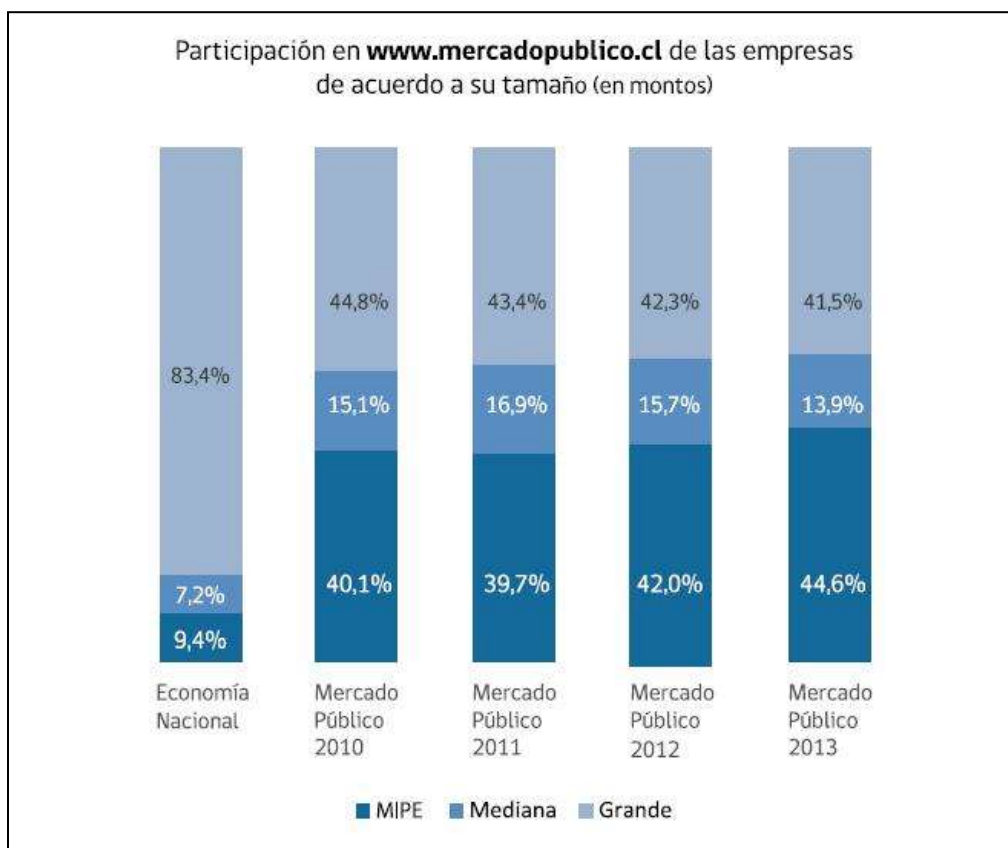
El Estado de Chile, tiene claro la importancia de los proveedores en la cadena de valor de la gestión pública, por lo que realiza constantes capacitaciones emanadas desde el Área de Desarrollo Empresarial gestionada por la Dirección de ChileCompra, para fomentar el ingreso de medianas, pequeñas y micro empresas al sistema. No obstante, aún cuando los proveedores cuentan con estos beneficios, existen falencias vigentes, respecto de una adecuada transferencia de competencias para operar el sistema electrónico, lo que se traduce en la mayor limitación para la expansión de las empresas. Al mes de Junio de 2013, EL Registro de proveedores posee 116.000 proveedores participando de los procesos en mercado público, con más de 9.100 millones de dólares transados por los 850 organismos públicos que demandan bienes y servicio a través de las plataformas de ChileCompra¹². Cabe destacar que las pequeña y mediana empresa solo adjudican el 44,6% de la facturación, mientras que el 13,9% pertenece a la mediana y el 41,5% a las grandes empresas.

Es importante señalar, que la MIPE (Micro y pequeña empresa), lidera en participación en el mercado electrónico de compras públicas, desarrollándose a través de diversos rubros, los que van desde servicios de construcción, hasta servicios profesionales, administrativos y consultorías, por esta razón un punto relevante del estudio puede ser la segmentación por subsector de economía o

¹² Informe proveedores micro y pequeños en ChileCompra, desarrollado por el área de comunicaciones y Marketing de la Dirección de ChileCompra.

tamaño de la empresa con el fin de promover la equidad del sistema y así evitar que en ciertas licitaciones de ciertos sectores no se cumpla el criterio de tener dos o más proveedores postulando.

Gráfico 2: Proveedores en Mercado Público



FUENTE: Obtenido de Informe proveedores micro y pequeños en ChileCompra, desarrollado por el área de comunicaciones y Marketing de la Dirección de ChileCompra

Para identificar el comportamiento de los proveedores en el sistema de ChileProveedores, se identifican tres estados que describen su propensión en la plataforma. Estos tres estados son:

- **Inscrito:** Conformar el primer estado de un proveedor que se registra en la plataforma de ChileProveedores para participar de los procesos licitatorios. Es, en términos sencillos el proveedor suscrito en Mercado Público, los que no asegura que éste haya presentado ofertas ni beneficiado de adjudicaciones estatales.

- **Hábil:** En primer lugar se considera a los que no presentan ninguna de las causales descritas en el artículo 92 de la Ley de Compras Públicas, según lo establecido en el artículo 16 de la misma Ley. Por otra parte, se estima que este tipo de proveedor presenta al menos una Oferta u Orden de Compra en un instante de tiempo determinado.
- **Inhábil:** Corresponde a proveedores no habilitados para participar de los procesos de compras públicas debido a que presenta algunas de las causales del artículo 92 de la Ley de Compras. La causales pueden ser en resumen; Haber sido condenado por delitos de cohecho, registrar una o más deudas tributarias, deudas previsionales o de salud por más de 12 meses por sus trabajadores dependientes, presentación de uno o más documentos falsos, estar declarado en quiebra, haber sido eliminado o encontrarse suspendido por resolución fundada de la Dirección de Compras, condenado por prácticas antisindicales y finalmente registrar condenas asociadas a responsabilidad penal jurídica¹³.

Es importante considerar que existe un número de proveedores registrados en la cámara de comercio de Santiago, como proveedores del Estado, no obstante no se encuentran reconocidos en la bases de datos de ChileProveedores, esto puede provocar una última categoría denominada proveedores No registrados.

Por último, mencionar que el Gobierno de Chile se ha preocupado de mantener buenas relaciones con las empresas que proveen al Estado, mediante la entrega de valiosos recursos para facilitar su acceso a los diferentes procesos en materia de adquisiciones públicas. Cabe señalar entre estos en primer lugar el manual de ChileProveedores, el que por lo demás tiene una estructura legible y de fácil comprensión. Cuenta con una plataforma exclusiva para su ingreso y registro, con un escritorio asequible a cualquier empresa y presenta opciones de ayuda tales

¹³ CHILEPROVEEDORES, (Visita el 20 de Octubre de 2013). Obtenido de:
<http://webportal.chileproveedores.cl/DNN/PopupEstatusProveedor.aspx>

como: correo electrónico y chat, módulo de recomendaciones, servicio de asistencia legal, redes sociales, capacitaciones gratuitas, además de un programa de responsabilidad Social para proveedores sostenibles.

1.5. CONCEPTOS BÁSICOS

La creación de la Dirección de ChileCompra, junto con establecer una serie de mecanismos de control, regulación y requisitos para llevar a cabo los procesos de adquisición y contratación pública, define una serie de conceptos, que resultan claves para una mejor comprensión del estudio que se pretende realizar. A continuación se presentan los principales:

- **Convenio Marco** (ChileCompra Express): Se define como una lista de bienes y servicios, junto a sus correspondientes condiciones de contratación. Conforman en palabras concretas, un catálogo electrónico donde los productos han sido previamente licitados y adjudicados por la Dirección de ChileCompra y puestos, a través del Sistema de Información, a disposición de los Organismos demandantes. Según Ley de compras, es el primer mecanismo a la que se debe recurrir para realizar la compra requerida, mediante una generación rápida la respectiva orden de compra.
- **Licitación Pública:** Dícese de procedimiento administrativo, de carácter concursal, mediante el cual la Administración realiza un llamado público, que convoca a interesados para que participen realizando sus ofertas y sujetándose a las bases fijadas, realicen propuestas, de entre las cuales se seleccionará y aceptará la más conveniente para el Organismo demandante.
- **Licitación Privada:** Es el procedimiento administrativo, también de carácter concursal, que previa resolución fundada, permite que la Administración Pública invite a determinadas personas (como mínimo 3) para que,

sujetándose a las bases fijadas, realicen sus propuestas, de entre las cuales seleccionará y aceptará la más conveniente para el Organismo demandante.

- **Trato Directo:** Su definición, establece directamente excepciones de los procesos y determina la responsabilidad de cada Institución Pública, en función de su forma de operar resguardando los principios que rigen el modelo de compras. Por tanto es un procedimiento de contratación, que dependiendo de la naturaleza de la negociación, se efectuará sin la concurrencia de los requisitos señalados para Licitación ya sea Pública o Privada.

1.6. MARCO LEGAL CHILECOMPRA

Hace más de una década, el presidente de turno en Chile, presentó un proyecto de Ley con una propuesta de modificación al marco legal que regía los contratos administrativos para la contratación de suministros y servicios por parte del Estado. Su principal compromiso guardaba relación con la promesa de un nuevo Sistema de Información e Intermediación Electrónica de Compras y Contrataciones del Sector Público, con el objeto de integrarse en el mundo del comercio electrónico.

Desde esta iniciativa transcurrieron al menos unos cuatro años, para que se aprobara una Ley N° 19.886 de Bases sobre Contratos administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, publicada el 30 de Junio de 2003. Esta Ley, se aplica a cualquier “contrato de Suministro”¹⁴, celebrado por los Organismos Públicos, abarcando las siguientes Instituciones; Fuerzas Armadas y de Orden, Municipios, Servicios Públicos y Hospitales, Gobierno Central y Universidades Públicas¹⁵. El control de la normativa, depende directamente del Ministerio de

¹⁴ LEY 19.886, ART. 2º: Para los efectos de esta ley se entenderá por contrato de suministro el que tiene por objeto la compra o el arrendamiento, incluso con opción de compra, de productos o bienes muebles.

¹⁵ Ley 19.886. Chile. Ley de Bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, Ministerio de Hacienda, Santiago, julio de 2003. 30p.

Hacienda, sometido a la supervigilancia del Presidente de la Nación, y la Contraloría General de la República. Las normas que regulan ChileCompra tienen su fundamento en la Constitución y en el Artículo N° 9 de la Ley 18.575. Sin perjuicio de lo mencionado las Normas establecidas que regulan directamente los procesos de compra que realiza el Estado son; principalmente la Ley N° 19.886 junto con el Decreto Supremo N° 250 del año 2004 que establece el Reglamento de Compras Públicas. Así también, rigen los auto acordados del tribunal, los dictámenes de la Contraloría y finalmente se consideran los términos y condiciones de uso del Sistema.

Las contrataciones que realiza el estado, son de suma importancia para el Estado, de hecho el mercado de éstas representa el 3,5 por ciento del PIB en Chile

1.6.1. LEY 19.886 COMRAS Y CONTRATACIONES PÚBLICAS

El Gobierno de Chile, en su afán de delimitar la legalidad de Compras Públicas, mediante el respeto a la objetividad, transparencia y oportunidad de las contrataciones y adquisiciones, dicta en el año 2003, la Ley 19.886 y su Reglamento, complementado posteriormente mediante decreto supremo N° 250, de Hacienda, el año 2004. Esta Ley, pretende uniformar y delimitar con mayor precisión el marco normativo sobre las contrataciones y adquisiciones efectuadas por los Servicios Públicos para mejorar la eficiencia de la gestión administrativa y, por sobre todo, la transparencia. En este cuerpo legal, se señalan las normas que necesariamente deberán aplicarse a las contrataciones públicas y conjuntamente crea un innovador sistema de compra y contratación de servicios por medios electrónicos, transparentando las relaciones comerciales entre proveedores y el Estado.

“Artículo 1º.- Los contratos que celebre la Administración del Estado, a título oneroso, para el suministro de bienes muebles, y de los servicios que se requieran para el desarrollo de sus funciones, se ajustarán a las normas y principios del presente cuerpo legal y de su reglamentación. Supletoriamente, se

les aplicarán las normas de Derecho Público y, en defecto de aquéllas, las normas del Derecho Privado.

Para los efectos de esta ley, se entenderán por Administración del Estado los órganos y servicios indicados en el artículo 1° de la ley N°18.575, salvo las empresas públicas creadas por ley y demás casos que señale la ley”¹⁶.

Del primer artículo de la Ley, se puede deducir que se intenta crear un sistema normativo que busca articular armónicamente la necesaria flexibilidad en el manejo de los recursos que exige la administración moderna con la implementación de los controles que permitan velar por la probidad y adecuado manejo de los recursos públicos, no obstante y solo supletoriamente se podrán aplicar las normas generales de Derecho Público y, en ausencia de éstas, las normas de derecho privado.

La ley 19.886, es una Ley de bases y como tal establece la estructura fundamental de una parte del ordenamiento jurídico, sin perjuicio de lo anterior, que el Estado pueda regular ciertas materias limitando los derechos de los particulares, (respetando los límites constitucionales), no es un privilegio sino la manifestación de un deber, y debe interpretarse de un modo restrictivo, de modo que si el Estado se encuentra facultado expresamente por el ordenamiento para restringir o alterar las condiciones referentes a Compras y Contrataciones públicas, solo podrá hacerlo en los casos y condiciones prescritas por la ley y sin mermar las garantías constitucionales de las partes.

Por otro lado, existe otra serie de normas y reglas que regulan los procesos ejecutables en las plataformas de ChileCompra, estableciendo un conjunto de principios y normas generales además de la Ley de transparencia y el reglamento de compras derivado del Decreto Supremo N° 250 de 2004.

¹⁶ Ley 19.886. ART.1°. Chile. Ley de Bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, Ministerio de Hacienda, Santiago, julio de 2003. 30p

1.6.2. PRINCIPIOS Y POLÍTICAS GENERALES

La aplicación de normas y reglas que se establece en ChileCompra, responde a la definición del modelo de negocios implementado por esta organización, un Gobierno electrónico, transparente, eficiente y asequible. Con el objeto de cumplir con las exigencias de un mercado altamente competitivo, globalizado y muy informado, es que la Dirección de ChileCompra, define una serie de reglas y normas generales que regulan los diferentes procesos y plataformas dependientes de esta institución. En síntesis, los principales factores mencionados por la normativa general, tienen que ver principalmente con los límites de la responsabilidad de los distintos actores que participan de los procesos que se llevan a cabo en las plataformas institucionales. Así también se establecen las reglas que rigen las tarifas del servicio, la mesa de ayuda y las comunicaciones. Se establecen dentro de las normas generales además, las reglas del juego para proveedores en materia de declaraciones, facultades y obligaciones, se norma el proceso de inscripción de proveedores, y la información que estos entregan en el portal de ChileProveedores. Finalmente se determina una serie de reglas que regula el proceso que realizan los organismos públicos en materia de compras. Sin perjuicio de lo anterior, existen ciertos principios básicos que derivan de la Ley de Compras y Contratación Pública:

Principio de libre concurrencia al llamado: (Art 8°, Ley bis 18.575), Se refiere principalmente al procedimiento de concurso público, y se establece en favor de los proveedores un llamado administrativo y de igualdad ante las bases que rigen el contrato. La excepción a este principio lo constituye la licitación privada, la cual procederá, en su caso, previa resolución fundada que así lo disponga, salvo que por la naturaleza de la negociación corresponda acudir al trato directo.

Principio de la igualdad ante las bases y no discriminación arbitraria: (Art 20° Reglamento Ley de Compras). Quiere decir que la administración debe decidir su contratación atendido el contenido de la propuesta más conveniente para el Estado, y no asignar a un sujeto particular como único mecanismo de selección. En virtud de este principio, cualquier persona es un contratante potencial del

Estado. El principio exige que desde el comienzo del procedimiento de licitación hasta la formalización del contrato, todos los oferentes se encuentren en la misma situación, contando con las mismas facilidades y haciendo sus ofertas sobre bases idénticas. Ello exige a la administración un apego estricto a las bases y un conocimiento claro de los oferentes y del público en general, del cómo, cuándo y dónde la administración decidirá la contratación y contratante.

Principio de estricta sujeción a las bases: (Art. 10° Ley de compras), En el marco de adjudicación de las licitaciones del Estado, nace este principio que establece que el proceso de adjudicación se realizará mediante resolución fundada de la autoridad competente la cual posteriormente será comunicada al oferente. El favorecido será quien posea la propuesta más ventajosa para los fines necesarios, teniendo en cuenta las condiciones que se hayan establecido en las bases respectivas y los criterios de evaluación que señale el organismo demandante. Este principio rige tanto para participantes, como para la entidad licitante, así como también afecta a las bases administrativas y técnicas que la regulen. Las bases deberán ser siempre publicadas previa aprobación de la autoridad competente. Por otro lado, el reglamento determinará las características que deberán reunir las bases de las licitaciones.

Principio de No formalización: (Art 13° Ley 19.880), Establece la Ley que el procedimiento debe desarrollarse de manera sencilla y eficaz, de modo que las formalidades que se exijan sean aquéllas indispensables para dejar constancia indubitada de lo actuado y evitar perjuicios a los particulares. La Administración, para contratar, debe someterse a un procedimiento administrativo, según sea el sistema de contratación a realizar. Regularmente, serán procedimientos realizados mediante concurso público. La forma externa, por su parte, se traducirá en una resolución aprobatoria que se remitirá a la Contraloría para su registro. Es este principio, el que determina que el contenido de las bases sea el que fije el procedimiento a seguir y los criterios a través de las cuales se decidirá la oferta más conveniente

Principio de publicidad y transparencia: (Artículo 18° ley 19.886 y 7° ley 20.285, Sobre Acceso a la información), la administración debe realizar procedimientos

públicos e idóneos para seleccionar los contratantes. Por ello, la regla general de contratación es la licitación pública, es decir, un procedimiento concursal en virtud del cual cualquier sujeto interesado puede participar de los procedimientos públicamente difundidos. Los organismos públicos regidos por la Ley de transparencia deben cotizar, licitar, contratar, adjudicar, solicitar el despacho y, en general, desarrollar todos sus procesos de adquisición y contratación de bienes, servicios y obras, utilizando solamente los sistemas electrónicos o digitales que establece la Dirección de ChileCompras. Los organismos públicos afectados por esta ley no podrán adjudicar contratos cuyas ofertas no hayan sido recibidas a través de los sistemas electrónicos o digitales establecidos. Sin embargo, existen excepciones a esta regla y están determinadas en el reglamento, el que indica los casos en los cuales es posible desarrollar procesos de adquisición y contratación sin utilizar los referidos sistemas.

Principio de Probidad: (art. 52°, inc. 2°, Ley N° 18.575). Literalmente, consiste en mantener una conducta intachable y un desempeño honesto y leal de la función o cargo, donde por supuesto prime el interés general sobre cualquier interés particular. Lo anterior, intenta evitar la corrupción o el direccionamiento de los procesos licitatorios, en favor de cualquiera de las partes.

1.6.3. LEY DE TRANSPARENCIA

La Ley 20.285, regula la transparencia de la función pública, esta comenzó a regir en Abril del año 2009, con el objeto de transparentar el actuar público, y el derecho a la información de la ciudadanía. Establece principios en materia de relevancia, libertad de información, transparencia propiamente tal, principio de amplia divulgación, información oportuna y finalmente la gratuidad¹⁷. La Ley es aplicable a todos los organismos estatales, tales como; Ministerios, Intendencias, Gobernaciones, Gobiernos regionales, Municipalidades, Fuerzas Armadas, de Orden y Seguridad Pública, y los órganos y servicios públicos. Específicamente

¹⁷ BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE, (Visita el 15 de Octubre de 2013). Obtenido de: <http://www.bcn.cl/ley-transparencia/resumen-ley-transparencia>

para el Congreso Nacional se aplican sólo las reglas de transparencia activa además de la publicación de asistencia de parlamentarios a las sesiones de Sala y de comisiones, las votaciones y elecciones a las que concurren y las dietas y demás asignaciones que perciban.

Luego de lo descrito anteriormente, no cabe duda que la transparencia es uno de los pilares que sustenta el desarrollo de las compras públicas, pues permite a compradores y proveedores estar completamente informado respecto del marco de acción de las decisiones administrativas y las transacciones de negocios que se realizan en las plataformas dispuestas para ello. Lo anterior, permite que funcionarios, proveedores y gerentes públicos, actúen de forma visible y comprensible, lo que propicia un marco de confianza en las relaciones sociales, políticas y comerciales. La transparencia es un síntoma de desarrollo, y provoca menor corrupción. En este contexto, es que Chile pretende a través de la plataforma de Mercado Público, la realización de compras públicas, en un marco abierto de cara a la población y sus sistemas de control, lo cual resulta fundamental en diversos aspectos. El uso de procedimientos públicos transparentes en materia de adquisiciones, realizadas con fondos estatales, busca evitar hechos de corrupción que signifique que estos recursos se desvíen desde aquello a lo que está destinado, hacia el enriquecimiento de algún agente público o privado. Así también se espera que la asignación de los contratos estatales mediante concursos abiertos, resulte en una asignación económicamente eficiente y por tanto también el uso los recursos asociados a ellos. En términos del mercado, estos procedimientos buscan proveer información perfecta y en igualdad de condiciones tanto para comprador como para vendedor.

Con respecto a los mecanismos de esta Ley, cabe destacar el carácter de información pública activa y pasiva. La información activa es aquella difundida proactivamente por la administración, mientras que la pasiva es aquella que el Estado debe brindar ante pedidos de acceso a la información pública por parte de los vecinos.

1.6.4. REGLAMENTO DE COMPRAS

El Reglamento que norma las compras, nace a la vida un año después de la Ley N° 19.886 de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, con el objeto de llenar los vacíos legales que se generaron eventualmente, no obstante luego de su publicación han surgido innumerables modificaciones al mismo, las que han sido publicadas oportunamente. Este reglamento, intenta describir claramente las normas respecto de los procedimientos y la transparencia que se debe aplicar a todo aquel proceso de adquisición o contratación establecido en la Ley N° 19.886 de Compras Públicas.

Para su creación se convocó a todos los actores que se ven involucrados en las contrataciones del Estado, situación que en su momento fue calificada de inédita puesto que además contó con la coordinación y supervisión de la filial chilena de la organización no gubernamental Transparencia Internacional. Con base en la observación de 1.000 sugerencias recibidas se creó una versión preliminar del reglamento y posteriormente se consumó mediante una jornada de discusión que convocó a más de 40 abogados expertos de organismos públicos, organizaciones gremiales y de la Asociación de Municipios.

Fue publicado en el Diario Oficial, el 24 de septiembre de 2004 mediante Decreto Supremo N° 250 del Ministerio de Hacienda. Afectando a todos los Servicios Públicos y Municipios del país. Posterior a esto se han publicado diferentes decretos que incluyen modificaciones al Decreto Supremo Original.

Principalmente el reglamento determina en detalle los requisitos, circunstancias y procedimientos que rigen en conformidad a la Ley de Compras, todos los procesos de adquisiciones y contratación pública de bienes y servicios, ya sea mediante; Convenios Marco, Licitación Pública, Licitación Privada o Trato o Contratación Directa. Por otra parte define los alcances de la obligatoriedad de regirse por el Sistema de Información de las Compras y Contrataciones de las distintas entidades públicas que participan del Mercado Público, tales como; operación del sistema, principios rectores, información que debe publicarse y realizarse en el sistema, veracidad e integridad de la información, compras secretas, reservadas o

confidenciales, circunstancias para las licitaciones en soporte papel, determina los requisitos y procedimientos respecto de la ejecución del Contrato de Suministro y Servicio, así también acerca de las garantías, cesión y subcontratación y respecto de las operaciones realizadas mediante factoring.

Por otra parte, establece detalladamente la operación del Registro Nacional de Proveedores, el régimen y operación, los requisitos de inscripción y causales de inhabilidad, eliminación y suspensión. Así como también, define los contenidos y sujeciones respecto del Plan Anual de Compras, para finalmente establecer las disposiciones sobre la Dirección de Compras y Contratación Pública.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

2. ANTECEDENTES

Para llevar a cabo el estudio de los factores que afectan a las empresas proveedoras del Estado con domicilio en la ciudad de Chillán, se recaban una serie de antecedentes relevantes para realizar el diagnóstico final. Se analiza cual ha sido la evolución del Gobierno electrónico en Chile, el uso de ChileCompra, el estado actual del uso de sistema de compras públicas en Chillán y finalmente las actividades que involucran al proveedor en las distintas etapas del proceso. Es importante destacar, que el Gobierno de Chile, tuvo la visión de impulsar tempranamente proyectos de gobierno electrónico (G2B), como parte de una agenda de modernización en la gestión pública, a fines de los 90 se comenzó a incorporar en las instituciones estatales el uso de las TIC, las que se convirtieron en la herramienta central para difundir información y entregar servicios públicos en línea. Así nació el sistema de compras electrónicas, como parte de una reforma profunda al sistema de adquisiciones públicas.

Para el Gobierno de Chile se volvió primordial asegurar un sistema de compras eficiente y eficaz, dado que las compras en el sector público requieren de transparencia y acceso a información pertinente, a fin de asegurar a las empresas interesadas igualdad de oportunidades, facilitar el escrutinio público y promover la rendición de cuentas por parte del gobierno. Por esta razón, en todas las ciudades del país, se debió implementar el nuevo sistema propuesto, lo que comenzó en año 1994 por una idea formulada por la Comisión Nacional de Ética Pública y que fue concretada posteriormente por el Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública. Antes y durante el desarrollo de la reforma, el sistema de compras públicas chileno había sido evaluado como uno que funcionaba razonablemente bien y con relativa normalidad, si se lo comparaba con el de otros países de la región. Sin embargo, la Comisión de Ética Pública, vislumbraron en el año 1994 una crisis de problemas éticos y normativos en las compras públicas chilenas. Conjuntamente, se desarrolló una agenda de Gobierno Electrónico, como eje central de un Estado chileno moderno, potenciada en 2002 con la

aprobación de la Ley sobre Firma Digital. No obstante, ChileCompra no se posicionó como un proyecto central de dicha agenda. La negociación de los Tratados de Libre Comercio con los Estados Unidos (2003) y con la Unión Europea (2002) exigía el cumplimiento de estándares elevados en las compras públicas. De esta forma, se creó una nueva oportunidad para convertir a ChileCompra en un proyecto emblemático.

2.1. GOBIERNO ELECTRÓNICO EN CHILE

En los 90 surgieron grandes expectativas respecto de las TIC e Internet y su potencial para catalizar reformas administrativas. Gracias a su capacidad “casi mágica” para resolver los problemas más profundos del “cómo hacer las cosas”. El concepto de “gobierno electrónico” o “G2B”, se refiere a facilitar la manera de hacer negocios entre los ciudadanos, organizaciones y el gobierno, mediante el uso de tecnologías de información y comunicaciones. Con el gobierno electrónico se aspira a aumentar la eficiencia, la innovación y la transparencia en la gestión pública y a incentivar la participación ciudadana con el fin de crear valor en el sector público.

Hasta la fecha, la mayoría de los gobiernos del mundo ha impulsado estrategias para introducir las TIC de manera gradual, lo que a su vez, conlleva complejidades crecientes en relación con los cambios en la cultura organizacional, los aspectos legales, la seguridad de los datos y la infraestructura tecnológica.

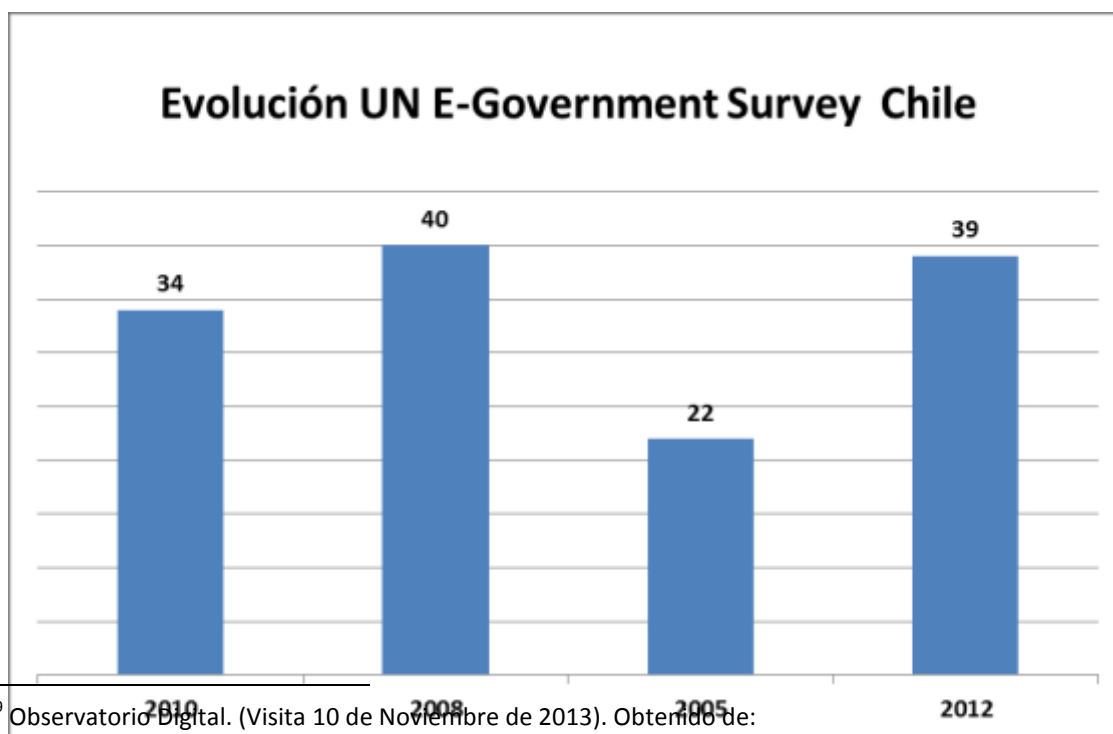
Ahora bien, en Chile el contexto y las condiciones generales que se han desarrollado para un gobierno electrónico es evaluado, de acuerdo con el “*Global E-Government Survey*”¹⁸ de las Naciones Unidas, a través de un ranking comparativo de los países del mundo construyendo un modelo para la medida de servicios digitalizados. La encuesta evalúa a los 191 estados miembros de la ONU según un índice cuantitativo basado en la valoración de los sitios webs; la

¹⁸ Encuesta de 2012 de Gobierno Electrónico. Red de Administración Pública de las Naciones Unidas. (Visita Noviembre de 2013). Obtenido de: http://www.unpan.org/egovkb/global_reports/08report.htm

infraestructura de telecomunicación y la dotación de recursos humanos.¹⁹ En esta estadística, Chile, obtiene el lugar 39 para el año 2012, obteniendo como conclusión general, que en el ambiente climático del mundo de hoy, si bien es importante continuar con la prestación de servicios, los gobiernos deben implementar cada vez con mayor fuerza las TIC y repensar sus procesos en términos de gobierno electrónico haciendo mayor hincapié en los vínculos institucionales dentro y fuera de las estructuras de gobierno en todos sus niveles, con el fin de crear una sinergia para el desarrollo sostenible inclusivo. Un aspecto importante de este enfoque es ampliar el ámbito de la administración electrónica para una función transformadora del gobierno hacia los procesos y las instituciones cohesionadas, coordinadas e integradas. En resumen, se podría decir que Chile goza de buena infraestructura para el desarrollo del gobierno electrónico y ha sabido llevarlo a cabo en el transcurso de la década de digitalización recientemente pasada, pero se requiere el abordaje consiente y adecuado de una serie de dificultades y desafíos, para continuar asegurando un

Gráfico 3: Gobierno electrónico de Chile

ambiente propicio para la instalación del gobierno electrónico en el país.



¹⁹ Observatorio Digital. (Visita 10 de Noviembre de 2013). Obtenido de: <http://www.observatoriodigital.gob.cl/estadisticas/global-e-government-survey>

FUENTE: <http://www.observatoriodigital.gob.cl/estadisticas/global-e-government-survey>

2.2. USO DE CHILECOMPRA

En Agosto del 2003 entró en vigor, la nueva Ley de Compras Públicas (específicamente el día 29 de agosto). Existen dos fases de análisis, enmarcadas por diferentes coyunturas políticas y condiciones del entorno institucional. Durante la primera fase (enero de 2000 a octubre de 2002), los esfuerzos públicos se enfocaron principalmente en implementar un sitio electrónico de información y difusión, sin desarrollar una política pública sobre compras. El sistema se liberó en Internet con el dominio; <http://www.chilecompra.cl>, de tal manera que en dicho período el término “ChileCompra” sólo se refirió al sitio web.

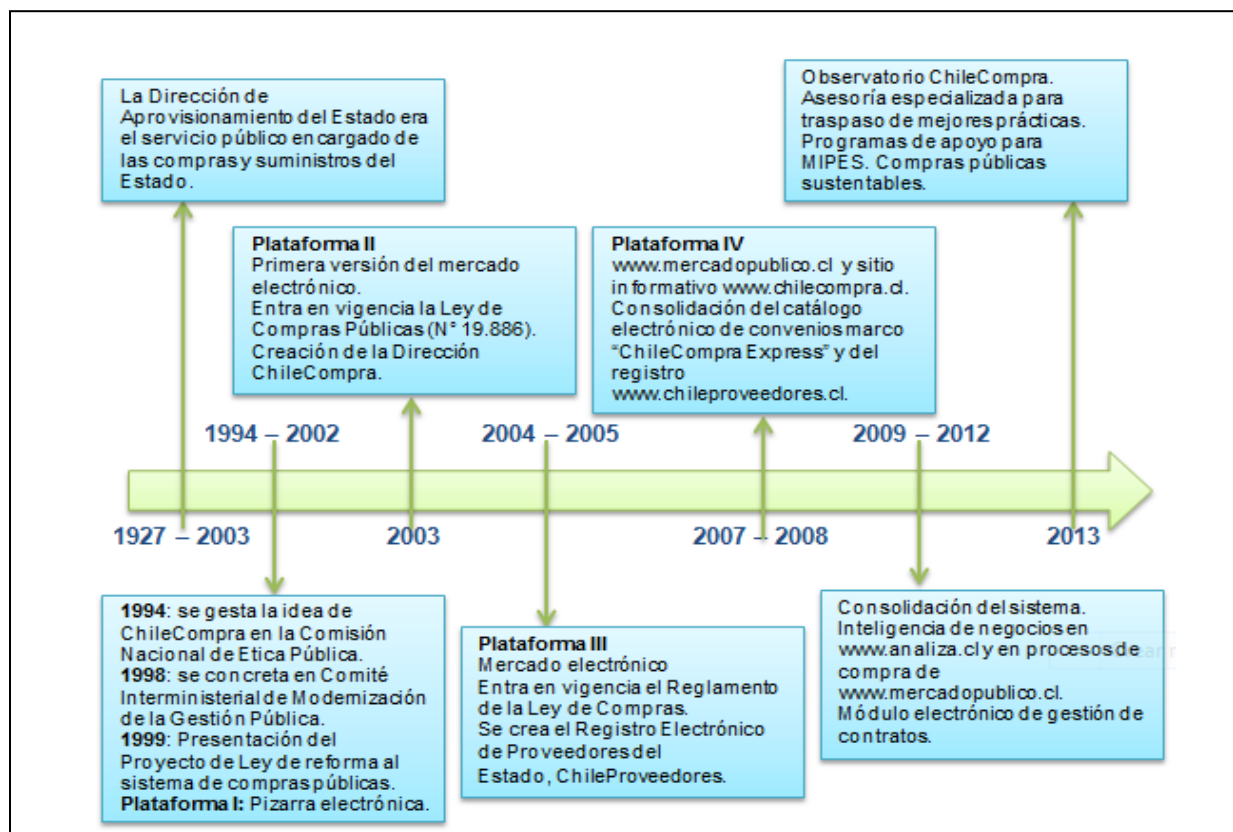
En la segunda fase, iniciada en noviembre de 2002, se elaboró una política pública de compras estatales, que retomó y amplió los cuatro componentes de la política original de 1998, llamado Sistema de Compras Públicas de Chile. Debido a lo anterior, el término “ChileCompra”, comenzó a usarse para todo el sistema y la plataforma web se transformó en la pieza clave.

En sus inicios, la operación del sitio web www.chilecompra.cl se adjudicó a una empresa privada, Sonda S.A., tras la marcha blanca de fines de 1999 y luego de un período de rediseño y pruebas, el 19 de diciembre de 2000 se lanzó la primera plataforma web. Desde ese momento se observa que el proceso no ha sido lineal ni parejo en los distintos organismos públicos, fundamentalmente debido a su heterogeneidad en alfabetización tecnológica, equipamiento computacional, software, grado de capacitación y estilo de gestión.

ChileCompra parte en el año 1994 como una pizarra electrónica, con la finalidad de ser un sistema de información oportuna, para ilustrar las prácticas cotidianas de los organismos públicos en el uso de este sitio. Por esta razón se optó por analizar información relacionada con el número de adquisiciones ingresadas. Según la clasificación de la primera fase de ChileCompra, las adquisiciones informadas fueron aquellas ingresadas al sistema una vez terminado el proceso de compra, obteniendo un carácter informativo ex-post. En tanto, las compras publicadas se ingresaron en el momento del llamado a oferta y obtuvieron el carácter informativo.

Sin embargo en su segunda fase, se inició con un cambio radical de la visión y gestión de la plataforma de ChileCompra, siendo evidenciado a partir de enero de 2003 con el aumento exponencial de las compras informadas. A pesar de que se emitieron normas administrativas, queda claro que no se requirió de una nueva ley para esta etapa de publicar oportunamente los llamados a oferta por vía electrónica. Se puede sostener que la primera fase de ChileCompra ayudó a transparentar parcialmente las compras públicas (en particular en los resultados), sin embargo, no permitió proveer información útil acerca de las oportunidades de negocio con el Estado y falló en el propósito de constituirse en un sitio atractivo para el sector privado. Por otro lado, desde el inicio de la segunda fase, y especialmente a partir de junio de 2003, la disponibilidad de dicha información electrónica contribuyó a aumentar la transparencia de resultados y procesos de compra, así como también contribuyó con las relaciones de los agentes públicos y privados incrementando el acceso de las empresas privadas al mercado de los negocios públicos.

Ilustración 1: Línea de tiempo de ChileCompra



FUENTE: Elaboración propia, con datos de la cuenta pública ChileCompra 2012.

Al revisar los datos de la evolución en el uso del sistema de ChileCompra, se puede deducir que en los inicios era impensado advertir que hoy en día 116 mil proveedores de 850 organismos públicos, se encontrarían transando en el mercado público. En el año 2003 cambió la forma de hacer negocios del Estado. Fue un punto de inicio para un gobierno electrónico y transparente, que promueve reglas claras, probidad y un amplio acceso. Hoy se puede saber, qué compran los organismos públicos en www.mercadopublico.cl, cómo lo compran, a quiénes, por cuánto y en qué condiciones.

El modelo de compras públicas ya está consolidado. El sistema de comercio electrónico junto con el compromiso de todos sus participantes, logrará compras de mejor calidad, con actores mejor preparados, con funcionarios compradores que liciten con bases claras, criterios de evaluación objetivos y pagos oportunos y con proveedores que entreguen productos y servicios de calidad, a buen precio y con eficiencia.

Los grandes logros que se han alcanzado en los 10 años de ChileCompra son haber alcanzado altos niveles de transparencia y el haber abierto un mercado gigantesco a las micro y pequeña empresas. De hecho, en este primer semestre de 2013, el 91% de los proveedores que se han adjudicado un negocio corresponden a MIPES, un 5,8% a medianas y un 3,2% a grandes empresas. Por otro lado en términos de ventas, estas empresas de menor tamaño se llevan más del 44% de los montos transados en ChileCompra, cinco veces más que en la economía nacional donde apenas alcanzan el 10%. Y, en regiones, esta participación de las MIPES en las ventas asciende a un 52%.

2.3. CHILECOMPRA CHILLÁN

Para realizar el análisis de la evolución de ChileCompra de la ciudad de Chillán, se ha tenido que recabar información de la percepción que tienen los organismos compradores de la ciudad, tales como; Universidad del Bio Bío, Municipalidad de Chillán y Hospital Herminda Martín.

En esta primera década de existencia, también se ha ido perfeccionado el reglamento de la ley de compras públicas, con base en las experiencias y vivencias que han tenido las instituciones, lo que contribuye directamente a los procesos. El principal objetivo de estos cambios es disminuir las barreras de entrada a los pequeños emprendedores de las ciudades del país. Las instituciones consultadas reconocen como importantes cambios a lo largo de la línea de tiempo los siguientes aspectos:

- Aumento de los plazos de publicación de licitaciones para que los proveedores tengan más tiempo para participar en el llamado público y preparar sus ofertas.
- Se ha liberado la obligación de generar contratos para licitaciones entre 100 y 1.000 UTM para bienes de simple y objetiva especificación, disminuyendo así la burocracia, la carga administrativa y las barreras de entrada para los pequeños y micro proveedores.
- Se permite que la garantía pueda ser fraccionada y liberada según hitos de cumplimiento del contrato, disminuyendo así los costos de transacción de realizar negocios con el Estado.
- Se han reducido los montos de las deudas tributarias.

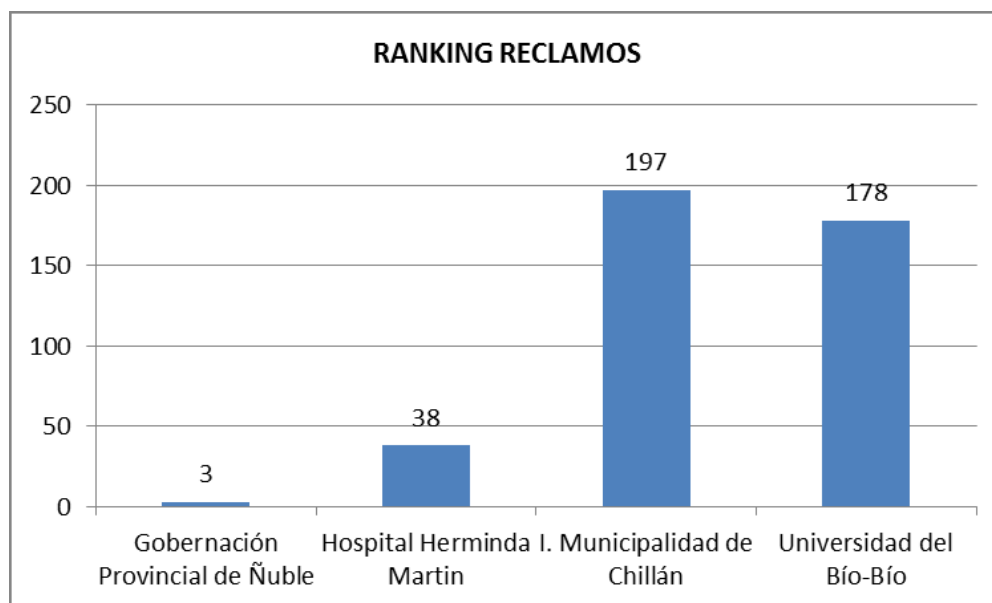
Así como ChileCompra ha avanzado las instituciones regionales también han crecido como organismos en materia de compras públicas. El sistema ha permitido un desarrollo en los procesos porque tienen un nivel de exigencia que los impulsa a mejorar los procesos, a calificar y seleccionar mejor el personal para cumplir con los niveles que se mantienen como país. Reconocen las constantes capacitaciones que entrega la Dirección de ChileCompra a través de su plataforma de formación a sus funcionarios, y a través de los centros de ChileCompra a los proveedores pertenecientes a la provincia de Ñuble.

En la opinión de la delegada de ChileCompra, la Sra. Claudia Ortiz, encargada del centro de ChileCompra de Chillán, la ciudad aún tiene mucho que aprovechar del sistema de compras públicas, en la entrevista menciona que nota desinterés y comodidad de parte de proveedores, así como también reconoce que las entidades compradoras no preparan correctamente a sus compradores, puesto

que no cuenta con una buena convocatoria cuando realiza capacitaciones destinadas a los operadores del sistema de mercado público. Por otra parte, se pudo observar directamente que la afluencia de público en las oficinas del centro de ChileCompra Chillán²⁰ es baja respecto de los proveedores, de hecho el día que se realizó la entrevista existía un llamado para capacitación de proveedores y el número de inscritos fue de 5 empresas, cuando la capacidad estaba dispuesta para 25 empresas.

Para la situación actual de Chillán, en materia de reclamos y de acuerdo a la información disponible en la plataforma de estadísticas de la Dirección ChileCompra, la cual pone a disposición un ranking de reclamos recibidos a través de los formularios web dispuestos para tales efectos, se obtiene relevante información. Específicamente, el ranking entrega información respecto a los reclamos ingresados, los cuales habiendo transcurrido un plazo de 2 días hábiles desde su recepción por cada organismo público, no se presentaron respuestas. El siguiente gráfico demuestra lo que sucede con las instituciones públicas compradoras de la ciudad de Chillán.

Gráfico 4: Ranking de reclamos en Chillán



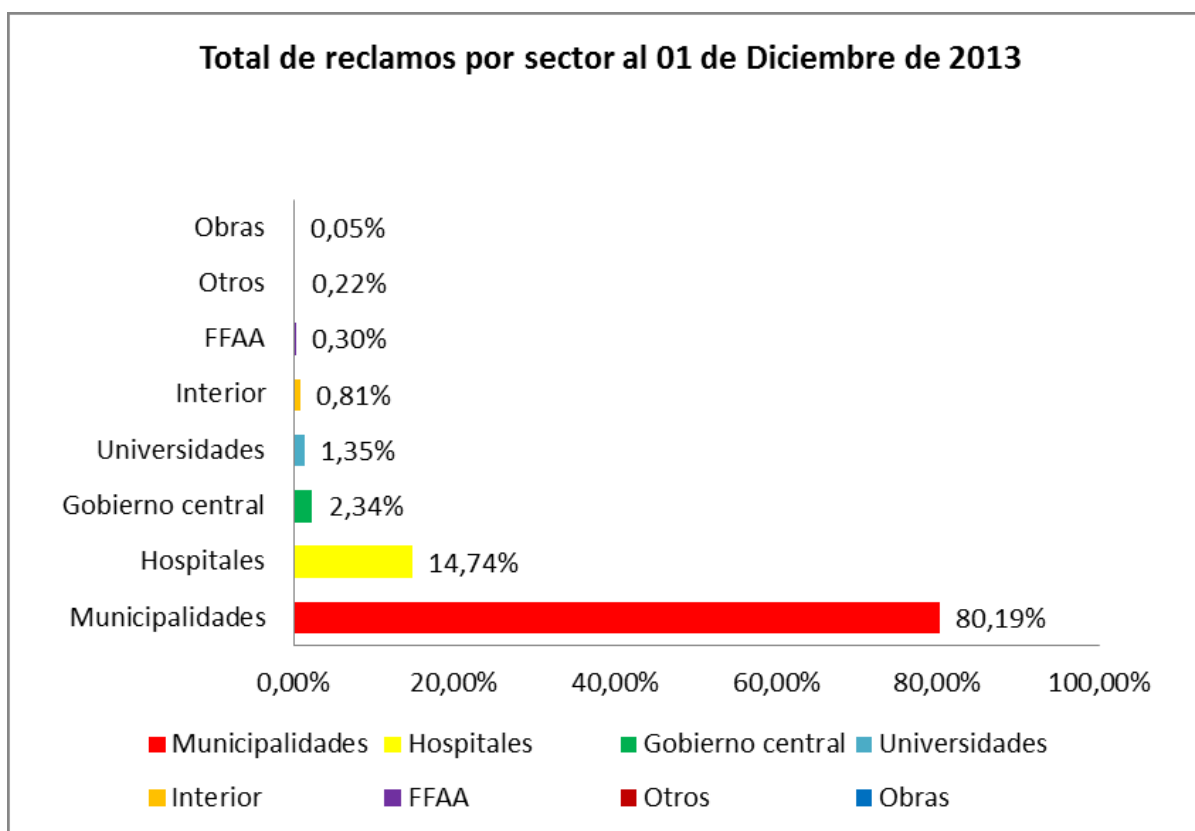
FUENTE: Elaboración propia con datos obtenidos en <http://www.analiza.cl/web/Modulos/Ranking/RankingPrincipal.aspx>

²⁰ Ubicado en El Roble N° 625, Segundo Piso 2.

Se puede deducir de acuerdo a la información entregada por este gráfico donde se identificaron las instituciones con el total de reclamos recibidos, que la organización que lidera este análisis, es la Municipalidad de Chillán, cabe mencionar que es una de las instituciones que más cantidad de licitaciones publica, en el año 2013 presenta un total de 197 reclamos, lo equivale a un 47,36% y muy de cerca le sigue la Universidad del Bio Bío, con un total de 178 reclamos, equivalente a un 42,79%. En tercer lugar, se encuentra el Hospital Herminda Martín con 38 reclamos equivalente a un 9,13% y por último la Gobernación Provincial de Ñuble con 3 reclamos que equivale al 0,72% del total de reclamos para las instituciones de la ciudad de Chillan.

A nivel nacional la realidad no es muy diferente a la que se presenta en la ciudad de Chillan, en la página de analiza.cl se obtiene el siguiente gráfico:

Gráfico 5: Ranking de reclamos en Chile



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos en analiza.cl

Los Municipios, a nivel nacional también lideran el ranking de reclamos con un porcentaje de 79,64%, lo sigue los hospitales con un porcentaje bastante menor de 15,03%, en tercer lugar los Gobiernos central con apenas un 2,57% y por último con un 1,53% las universidades, situación que no se asemeja con lo que sucede en la zona de Chillán. Los reclamos más comunes que se pueden encontrar son el no pago a treinta días.

La situación que se presenta en la ciudad de Chillán, coincide ciertamente con la que se exhibe a nivel nacional. La información contenida en la página de estadísticas analiza.cl, registra una mayor cantidad de reclamos contra los municipios sin perjuicio del tipo de reclamo, no obstante queda de manifiesto que las municipalidades no sólo presentan problemas en las fechas de pago, sino que también generan desconfianza, puesto que la normativa que los rige es diferente a la de las otras instituciones estatales y la autoridad máxima de dichas entidades, es decir los Alcaldes, poseen muchas facultades dentro de los procesos.

Se puede corroborar que los municipios son un punto de discordia entre lo que se pretende alcanzar en materia de gobierno electrónico referente a las compras del Estado y lo que los Organismos públicos independientemente están proyectando. La falta de conciencia por parte de las autoridades, los que año a año en los meses de noviembre y diciembre ya no cuentan con presupuesto para cancelar sus deudas, puesto que no se han organizado en materia de compras y han desintegrado su estructura presupuestaria, afecta directamente la modalidad de pago convenida con los proveedores.

2.4. EL PROCESO DE CHILEPROVEEDORES

La incorporación de los proveedores es un factor crítico de éxito de las implementaciones del comercio electrónico. Por esta razón, la consideración por las motivaciones y los beneficios que éstos perciben, resulta también relevante. De hecho, una causa habitual de fracaso o de resultados parciales en implementaciones de mercados electrónicos, se asocia a no lograr contar con una masa crítica de proveedores. En este contexto, la gestión de los proveedores no

debe entenderse sólo como una actividad relevante al implementar en el mercado público. La correcta operación electrónica obliga al gobierno a realizar un constante esfuerzo para soportar y capacitar proveedores, cambiar prácticas, introducir nuevos documentos de negocios y actualizar sus categorías de bienes y/o servicios.

Una extensión muy importante del mercado público de ChileCompra, es su registro de proveedores, ChileProveedores, que más allá de facilitar la interacción electrónica para el desarrollo de los negocios, entrega y certifica la información de los proveedores inscritos.

En el siguiente apartado se describe cómo nace un proveedor del mercado público, los pasos que debe realizar para encontrarse inscrito y consecuentemente hábil para transar en el mismo, así como también se realiza un detalle de las actividades que realiza o puede realizar el proveedor dentro del sistema de Compras Públicas.

2.4.1. INSCRIPCIÓN EN CHILEPROVEEDORES

Pueden inscribirse en ChileProveedores todas las personas naturales y empresas, chilenas y extranjeras que acrediten una situación financiera y comercial competente junto con las capacidades técnicas necesarias, para participar en llamados públicos para la contratación o compra de un bien o servicio necesario para la administración pública, realizado a través de los sistemas de información dispuestos por la Dirección ChileCompra. La inscripción se realiza en www.chilecompra.cl, www.chileproveedores.cl o de manera presencial en las oficinas de atención distribuidas en las regiones del país. La inscripción es electrónica y los datos son verificados automáticamente en línea. No es necesario presentar ningún documento al momento de la inscripción, además de ser completamente gratuita.

Una vez realizado el paso anterior, vía electrónica, conectado con diversas fuentes oficiales de información, el sistema actualiza los datos de las empresas inscritas, con el objeto de validarlos.

Las principales fuentes con las que se valida la información del proveedor son las siguientes:

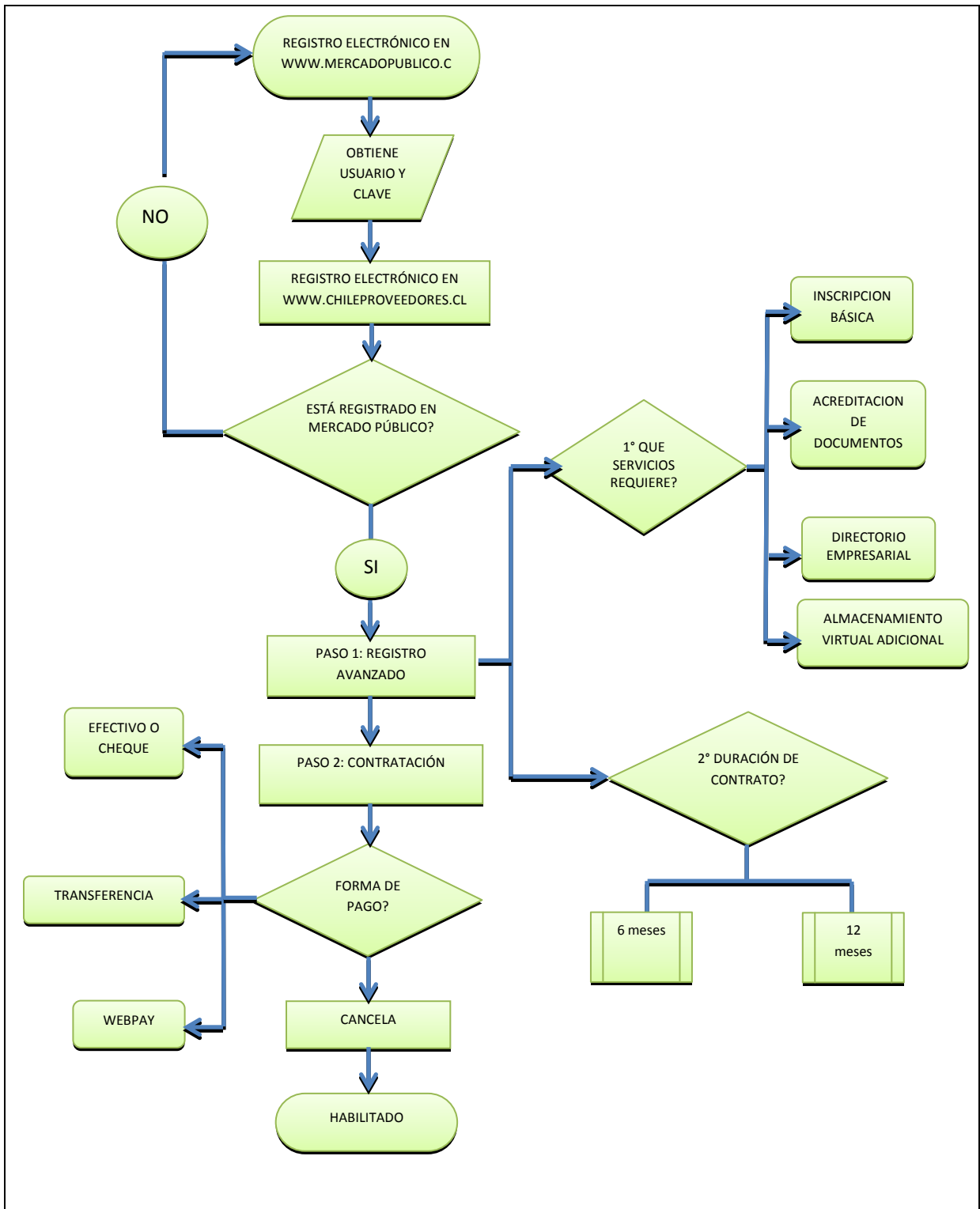
- Información del Tribunal de la Libre Competencia: Acredita las condenas por prácticas monopólicas.
- Certificado de la Tesorería General de la República: Acredita deudas tributarias.
- Certificado del Boletín Laboral y Previsional: Acredita cumplimiento de obligaciones previsionales y de salud.
- ChileProveedores: dentro del mismo también verifica que el proveedor no ha sido eliminado ni suspendido del mismo registro.
- Además de las mencionadas, el sistema recaba información de índole, comercial y legal, como por ejemplo; protestos y morosidades, socios y sociedades, quiebras, entre otras

2.4.2. REGISTRO

El siguiente paso es registrarse, llenar los datos y crear un usuario, paso que debió ser realizado previamente durante la inscripción en mercado público. Para este punto lo más importante es que el nombre y el RUT, queden bien ingresados, ya que serán estos datos, los que verán los organismos compradores, al momento de revisar el portal de transacciones. Así también, es muy importante, el registro por rubro, puesto que este, será la distinción del proveedor dentro del portal, por el cual será ubicado y recibirá notificaciones o correos de invitación para participar en licitaciones. Además de esto los compradores podrán identificarlo como potencial proveedor de algún requerimiento específico con base en el rubro señalado. Con este paso, el proveedor está apto para buscar licitaciones en la plataforma del mercado público.

A continuación se presenta un diagrama de flujo que señala los principales pasos que debe seguir cualquier empresa interesada en participar de las compras públicas, para registrarse e inscribirse en mercado público.

Ilustración 2: Proceso de Registro e Inscripción en Mercado público



FUENTE: Elaboración propia, con datos de la Dirección de Compras Públicas

2.4.3. PROCESO DE OFERTA

En el siguiente apartado se realiza una descripción detallada de las actividades que debe se presentan para el proveedor cuando desea ofertar en la plataforma de MercadoPublico.cl. Este, al igual que el proceso de compra contempla varios pasos, previa inscripción y registro, los que están descritos a continuación:

2.4.3.1. OFERTA

El proveedor debe buscar las licitaciones que se adaptan a su rubro y que son de su interés, independiente del tipo de búsqueda que realice, el proveedor obtendrá; el listado y la cantidad de adquisiciones encontradas, junto con el número de la adquisición, el nombre de ésta, el organismo demandante; la fecha de cierre y su estado. El siguiente paso es leer muy detenidamente las bases de la licitación, revisar los archivos que se adjuntan de parte del comprador, considerar todos los criterios de evaluación detallados en las bases y por último aclarar toda incertidumbre a través de foro de preguntas, el cual es anónimo y abierto para todos.

Dependiendo del tiempo de publicación establecido en las bases, la empresa interesada, debe subir al portal de mercado público toda la información requerida por la institución compradora. Las ofertas que realice el proveedor quedarán sujetas a la evaluación de la entidad demandante. Cada licitación cierra irrevocablemente y automáticamente el día señalado en las bases.

2.4.3.2. ADJUDICACIÓN

Una vez que el proveedor ha subido su oferta a la plataforma, puede realizar un seguimiento de esta, hasta el momento de adjudicación, cuando esto sucede el organismo público demandante, debe por ley adjuntar las resoluciones o decretos, que explican las razones que llevaron al comprador a adjudicar a determinado proveedor, así como también debe adjuntar, la información de la evaluación

realizada en la respectiva planilla denominada acta de evaluación. Si el proveedor no está conforme con el resultado de la licitación tiene la opción de establecer un reclamo en buenos términos en la plataforma de reclamos dispuesta para ello, donde el organismo que realizó la adquisición tiene la obligación de responder hasta que este quede conforme de lo contrario el proveedor puede proceder con una demanda y exigir indemnización. Acerca de los reclamos se detalla la información en más adelante.

La fecha de adjudicación dependerá del tipo de licitación al que se está postulando. En la apertura de ofertas el organismo comprador evaluó con base en los criterios publicados y ahora debe aceptar o rechazar la oferta. El oferente con mayor puntaje obtenido según todos los criterios de evaluación establecidos en las bases y publicado en la ficha de licitación junto con el cuadro comparativo, es el que se adjudica la adquisición. Una vez adjudicada la licitación se crea un nuevo ID, con el número de orden de compra correspondiente al proceso.

2.4.3.3. ORDEN DE COMPRA

Este es el documento que autoriza y aprueba la compra, el cual contiene las características mínimas que involucra la adquisición, tales como; las distintas líneas que la conforman, el número de unidades que el organismo demandante solicita en cada línea, la descripción exacta de cada producto solicitado, el precio unitario de cada producto, el valor neto de cada línea, el valor neto total de la orden de compra y el valor final de la orden de compra con impuestos incluidos.

Luego de esto la empresa proveedora tiene la opción de aceptar o rechazar el documento y para esto el proveedor debe evaluar en línea, indicando detalladamente los motivos en caso de rechazar dicha orden. Cabe señalar, que así como la Ley ampara a los proveedores con la plataforma de reclamos, existe también el resguardo para compradores, pudiendo recibir el proveedor, diferentes e importantes multas en caso de no cumplir con los plazos de entrega, con las características técnicas especificadas o con la calidad deseada del producto o servicio que se está adquiriendo por parte del comprador.

De este modo el comprador puede calificar al oferente adjudicatario a través de cinco preguntas establecidas en el portal y detalladas como sigue:

- a) ¿Cómo califica la oportunidad en la entrega de los productos y/o servicios?
¿Se cumplieron los plazos por parte del proveedor?
- b) ¿Cómo califica la calidad de los productos y/o servicios entregados por parte de la empresa proveedora?
- c) ¿Cómo califica el desempeño del personal de la empresa proveedora?
- d) ¿Cómo evalúa en general el desempeño de la empresa proveedora?
- e) En su opinión, ¿Qué tan recomendable es este proveedor?²¹

2.4.4. RECLAMOS

En materia de reclamos, la Dirección de ChileCompra ha dispuesto una serie de formularios en línea que permiten canalizar las consultas o sugerencias así como los propios reclamos que se presentan por problemas al participar en el sistema de compras públicas. Cabe señalar que la Dirección ChileCompra, no posee facultades fiscalizadoras, que le permitan controlar el comportamiento individual y autónomo de cada organismo público o proveedor en la plataforma del mercado público. De acuerdo a la gravedad del reclamo, la Dirección ChileCompra, deriva a la autoridad máxima del organismo público involucrado, para que este gestione la debida y oportuna respuesta y evalúe su envío a las entidades fiscalizadoras pertinentes.

Conjuntamente, la Dirección ChileCompra cuenta con distintas entidades que fiscalizan de manera directa las instancias administrativas y judiciales en materia de reclamos, tales como; Contraloría General de la República, Tribunal de Contratación Pública y los Tribunales Ordinarios de Justicia. Por último cuenta con la existencia de la Comisión Defensora Ciudadana, que responde consultas jurídicas sobre todo tipo de reclamos, aunque se mantiene la facultad legal de

²¹ Chile Proveedores. (Visita 30 de Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.chileproveedores.cl/chprovdnn/>

interceder sólo por aquellas quejas o consultas no resueltas en los 338 servicios públicos dependientes del Gobierno.

Los Organismos públicos compradores tienen un plazo de 2 días hábiles para dar respuesta al reclamo, el que se ingresa a la plataforma a través de un formulario mediante el cual se debe seleccionar el tipo de reclamo, teniendo opciones tales como; irregularidades en adquisición, situación que afecta la transparencia de un proceso (en tal caso puede ser el afectado al igual que un tercero que conozca de una infracción a la Ley de transparencia). Asimismo el proveedor puede seleccionar la opción de pago no oportuno. En cualquiera de las situaciones mencionadas el reclamo es canalizado oficialmente, al Jefe máximo del Organismo Público respectivo, afectado por el inconveniente. Si los datos no son correctos, el reclamo no se gestiona.

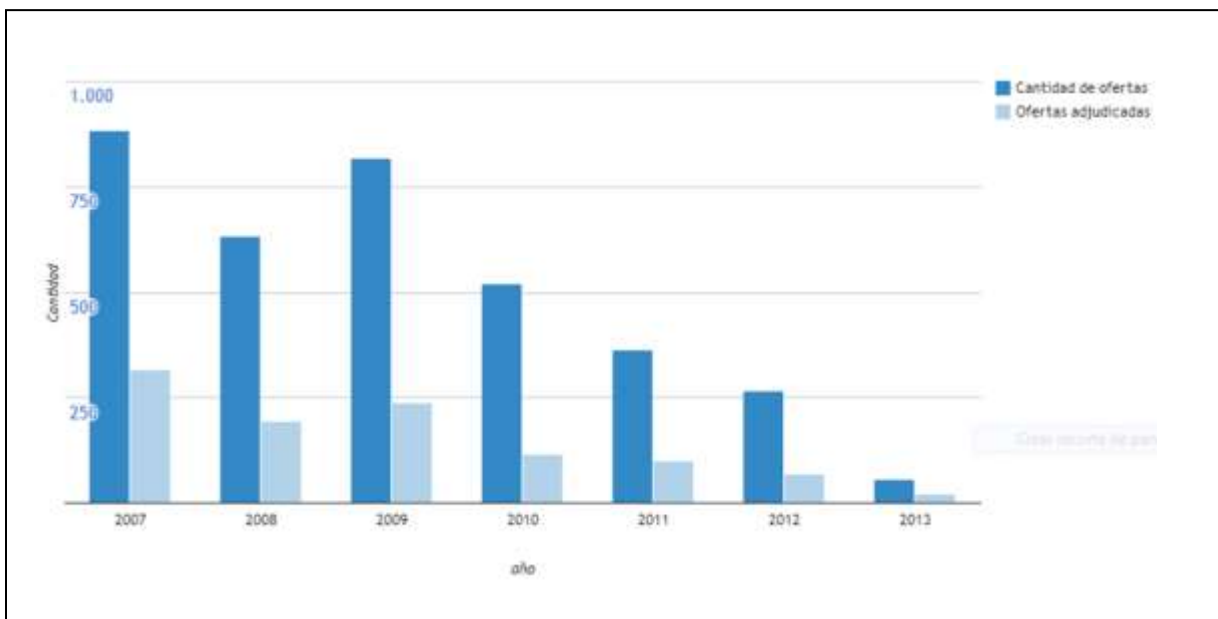
2.4.5. EMPRESAS DE CHILLÁN

Con el objeto de dar a conocer cierta información histórica, respecto de las empresas pertenecientes a la muestra bajo estudio, de la ciudad de Chillán y su participación en el mercado público, se accede a la página web [analiza.cl](http://www.analiza.cl)²², para indagar sobre las transacciones realizadas por estos proveedores, dando a conocer su comportamiento en el mercado público. Se debe señalar que la información contenida en la página de estadísticas comienza en el año 2007 en adelante.

En primer lugar se obtienen los datos de la organización de Renato Díaz S.A. Se puede observar que sus rangos en ChileCompra se encuentran entre 1 y 1000 ofertas y que en los últimos 3 años ha postulado en promedio a más de 100 ofertas. En el año 2011, postuló a un total de 363 ofertas de las cuales se adjudicó 99. En el año 2012 postuló a 268 de las cuales 70 fueron adjudicadas y por último con una clara baja en lo que lleva del año 2013 ha postulado a 56 licitaciones adjudicándose 21. Lo anterior se demuestra en el siguiente gráfico:

²² Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de:
<http://www.analiza.cl/web/Modulos/Cubos/Proveedores.aspx>

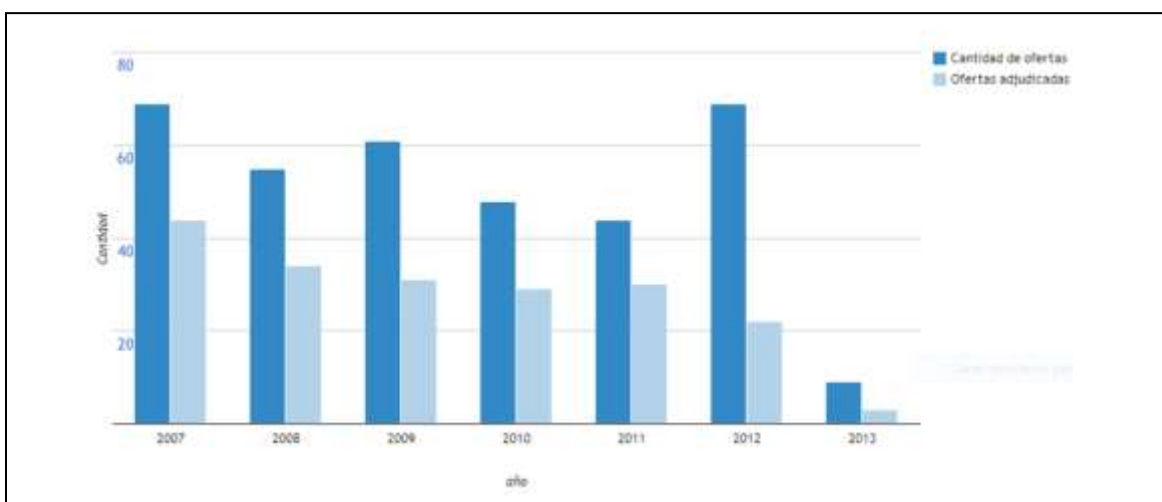
Gráfico 6: Licitaciones Proveedor Renato Díaz



FUENTE: Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.analiza.cl/web/Modulos/Cubos/Proveedores.aspx>

La siguiente empresa a estudiar es la Importadora Panamá, la que registra información histórica en analiza.cl, tomada desde al año 2007 en adelante, contabilizando un total de 355 licitaciones de las cuales se ha adjudicado 193 procesos. En los últimos 3 años, también ha experimentado una baja en cuánto a postulaciones y consecuentemente a sus adjudicaciones de hecho para el año 2013 ha postulado a 9 licitaciones adjudicándose 3 de ellas. Lo anterior se presenta en el siguiente gráfico:

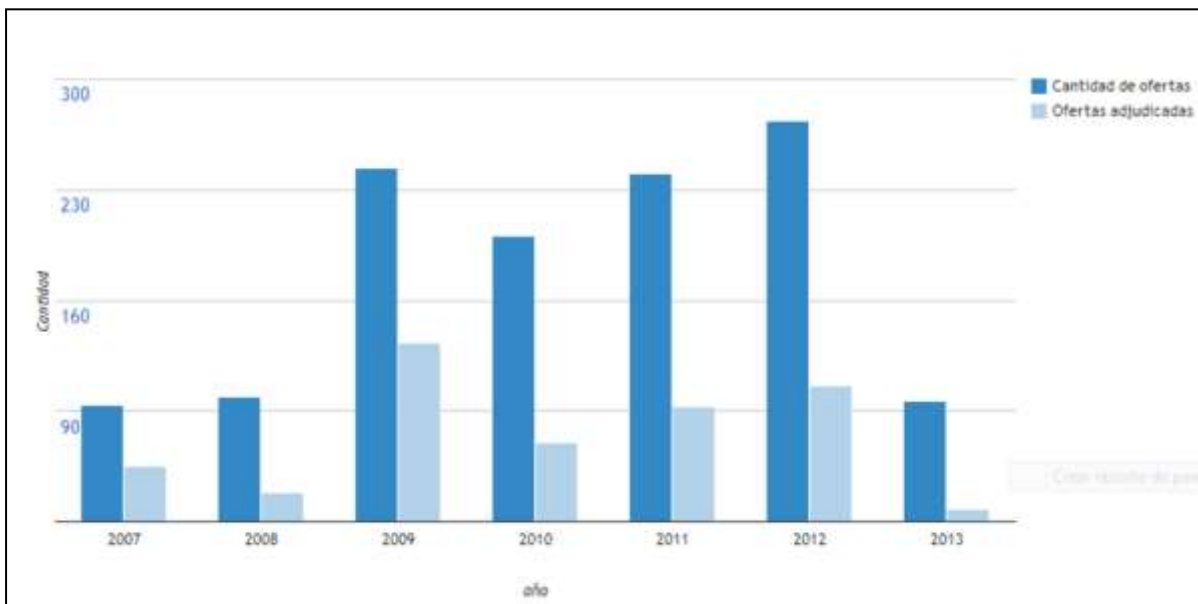
Gráfico 7: Licitaciones proveedor Importadora Panamá



FUENTE: Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.analiza.cl/web/Modulos/Cubos/Proveedores.aspx>

La Compañía, Grez y Ulloa, presenta el siguiente gráfico:

Gráfico 8: Licitaciones proveedor Grez y Ulloa

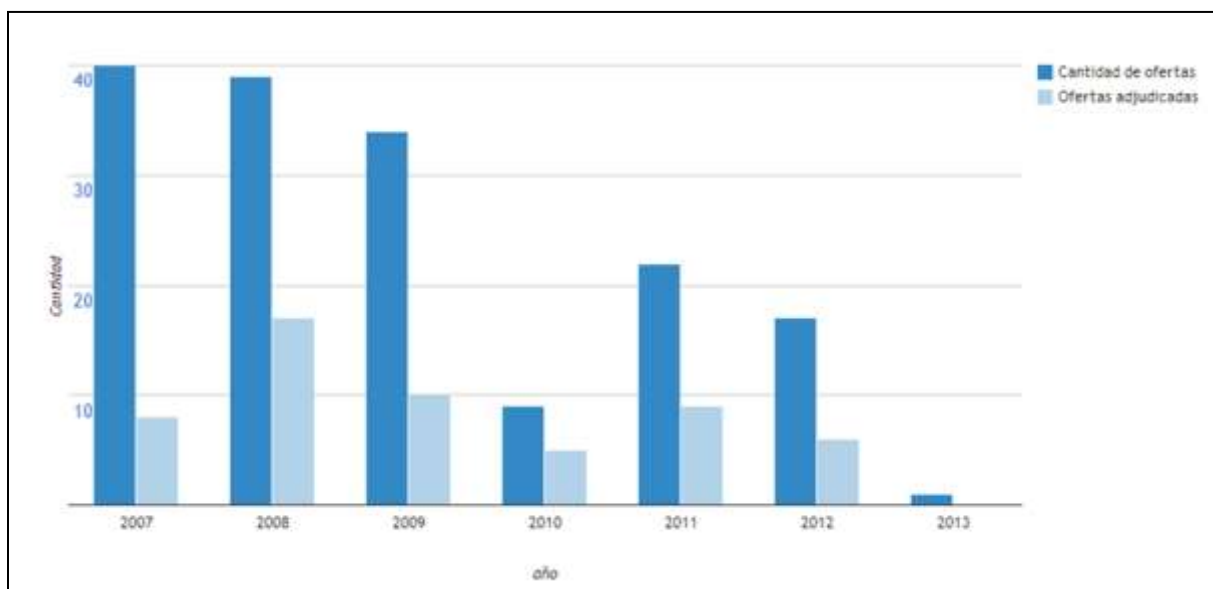


FUENTE: Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.analiza.cl/web/Modulos/Cubos/Proveedores.aspx>

Esta empresa, para el año 2013 ha postulado a 96 procesos licitatorios adjudicándose un total de 28. Puede observarse que esta empresa participa activamente del mercado público de hecho poseen un cargo vinculado directamente a la labor con ChileCompra y para el año 2012 postuló a 274 llamados, adjudicándose 106 negocios con el Estado.

Entre las empresas que postulan a un rango de 10 a 50 licitaciones en los últimos 3 años, se encuentra el caso de la Clínica Las Amapolas, información estadística de ChileCompra presente en analiza.cl. Ciertamente sus rangos desde los inicios de su compañía, no superan las 40 ofertas. Así mismo puede observarse que en los últimos 3 años ha postulado a un bajo nivel de procesos, por ejemplo para el año 2011 postuló a un total de 22 y se adjudicó 9, el año 2012 presentó 17 ofertas de las que se adjudicó 6 y el año en curso realizó una oferta la cual no fue adjudicada. Lo que se demuestra con el siguiente gráfico:

Gráfico 9: Licitaciones proveedor Clínica Las Amapolas



FUENTE: Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.analiza.cl/web/Modulos/Cubos/Proveedores.aspx>

Los gráficos expuestos anteriormente, representan los datos de empresas de renombre en la ciudad de Chillán, no obstante en el sitio web se puede encontrar la información de cada uno de los proveedores que componen la muestra de estudio, ingresando el R.U.T., o la razón social de éstas. Considerando el número de empresas que componen el universo, se decide exponer el de 4 empresas relevantes para esta memoria.

CAPÍTULO III
DESARROLLO DE LA
INVESTIGACIÓN

3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo del análisis realizado, es identificar los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en mercado público y obtener un diagnóstico de la situación actual de éstas. Para conseguir lo descrito anteriormente se realiza en primer lugar una encuesta, aplicada a un universo de proveedores de la ciudad de Chillán, seguido de un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que representa el uso del sistema de contratación pública para proveedores con domicilio en la comuna de Chillán.

Para este estudio, se consideró a los proveedores inscritos en la cámara de comercio y registrados en ChileProveedores. Cabe señalar que se solicitó a la Dirección de ChileCompra, mediante solicitud de información de la Ley de transparencia el registro actual y oficial de proveedores de la ciudad inscritos ya sea hábiles e inhábiles, sin embargo la respuesta contempló a los proveedores inscritos de toda la región del Bio Bío, sumando aproximadamente 7.000 empresas. Por esta razón, tomando en cuenta el tiempo se decide utilizar la base de datos de proveedores inscritos en la cámara de comercio validada en la página de ChileProveedores.

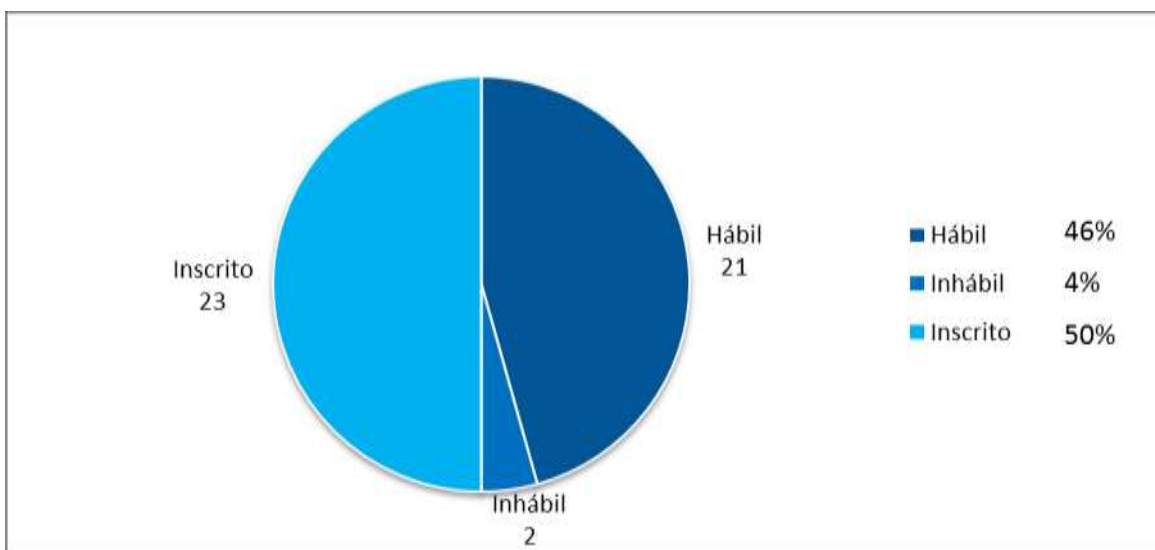
3.1. ENCUESTA APLICADA

Las características de las empresas de la muestra obtenida, son disímiles, el giro de ellas va desde panadería y pastelería hasta grandes tiendas de vestuario y artículos para el hogar. Así también el inicio de actividades varía entre el año 1962 cuando inicio actividades la ferretería Juan Vallejos e Hijo Limitada, hasta el año 2010. No obstante, todas ellas han intentado o están transando en el mercado electrónico instaurado por el gobierno de Chile, denominado mercado público.

El universo de proveedores contempla a proveedores en estado inscrito, inhábil y hábil, y se considera la existencia de preguntas que se dirigen exclusivamente a

uno de estos segmentos, por ende el universo eventualmente puede ser conformado sólo por inscritos, por hábiles o considerar como el 100% a inhábiles. En el marco de lo descrito anteriormente, la pregunta N° 1 de la encuesta intenta definir la cantidad de proveedores en cada estado posible en mercado público, obteniendo el siguiente resultado:

Gráfico 10: ¿Cuál es su estado en ChileProveedores?



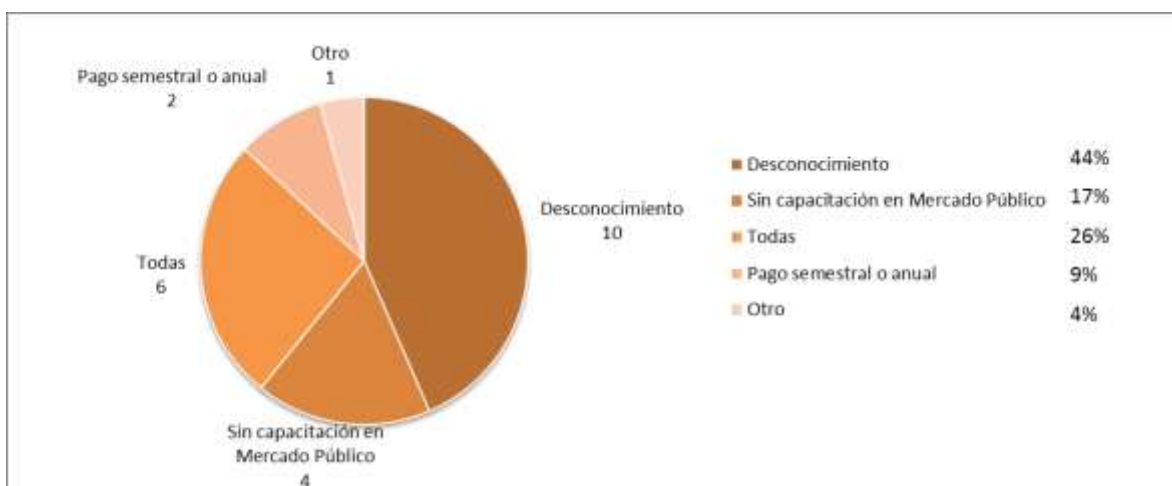
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la aplicación de encuesta.

La primera pregunta establece estadísticamente, cuántas de las empresas encuestadas se encuentran en estado inscrito, inhábil y hábil. Cabe señalar, que hábil significa que se encuentra habilitado para participar de las licitaciones o compras directas que realicen los organismos públicos de la ciudad de Chillán. Del total del universo la mayoría de proveedores se encuentra en estado inscrito, representado por un 50% del total de encuestados. En estado hábil, se obtiene un 46% de empresas y un 4% de la muestra conformado por 2 empresas se encuentra inhábil en el momento de estudio, sin perjuicio que antiguamente pudo encontrarse en estado hábil con la posibilidad de postular a los procesos licitatorios efectuados por el estado. El 50% de la muestra que se encuentra en estado “inscrito”, de igual forma puede ser contratado por el estado a través del trato o contratación directa, es decir bajo la modalidad de compra por un monto inferior a 3 UTM o por causal de algún artículo de la Ley debidamente

fundamentado, sin embargo no pueden participar de los procesos licitatorios. Se debe destacar que las empresas que no se encuentran inscritas en el portal de ChileCompra no pueden ser contratadas bajo ninguna modalidad mediante el portal dispuesto para esto, no obstante las organizaciones estatales tienen la opción de contratar bajo un monto inferior a 3 UTM, cualquier empresa a través de los sistemas de compras interno que cada institución posea.

Seguido de la pregunta anterior y con el fin de complementar el resultado se realiza una contra pregunta, dirigida de manera exclusiva al 100% de proveedores en estado inscrito, intentando averiguar porque aquellas empresas, no se han habilitado para participar de los negocios con el estado.

Gráfico 11: Si solamente está inscrito, podría decir ¿Por qué su empresa no se ha habilitado en ChileProveedores?



FUENTE: elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

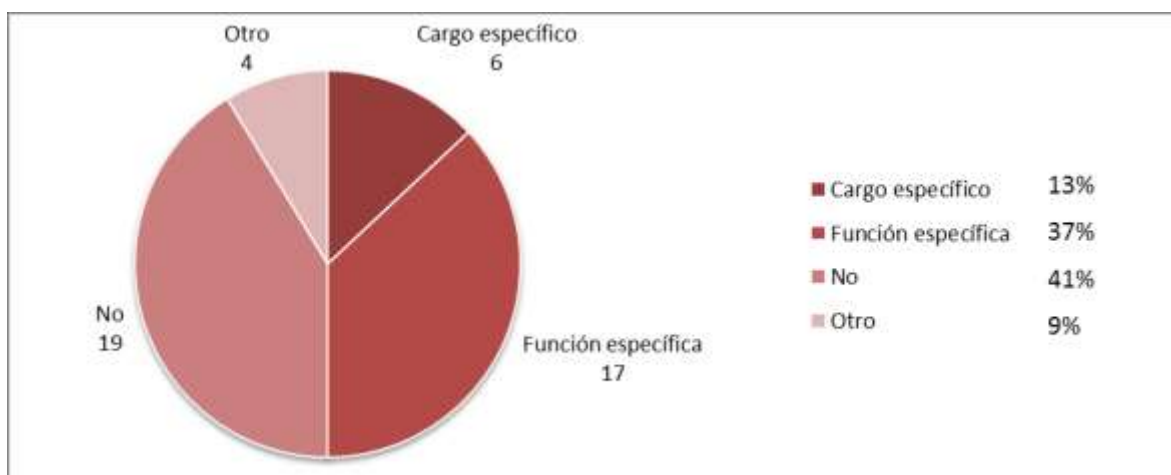
Tomando en cuenta un total de 23 empresas en estado “inscrito”, se descubre que la mayoría de estas empresas no se ha habilitado porque desconoce el sistema y su funcionamiento, representado por un considerable 44%, conformado por 10 proveedores de la muestra, que reconocen desconocer el sistema de compras públicas, siendo la razón principal para no participar del mercado electrónico. La razón que sigue este porcentaje con un 26% es el conjunto de alternativas como un “todas”, es decir; no poseen capacitación, no desean pagar y desconocen los beneficios de la plataforma de mercado público. El 4% de las empresas tienen otro

motivo, el 9% le complica el pago semestral o anual que deben realizar los proveedores para mantenerse hábiles en el portal de ChileProveedores y el 17% de las empresas inscritas se declara sin capacitación.

Se deduce entonces, de la pregunta N° 1 dividida y complementada en dos partes, que un factor importante es la falta de información por parte de las empresas de la ciudad de Chillán, sin embargo la directora del centro de ChileCompra Chillán, menciona que generalmente, todas las semanas se realizan capacitaciones para proveedores y compradores, así como también reconoce que el periodo de digitalización de las empresas ya está concretado y afirma que la razón desconocimiento es meramente una falta de interés y búsqueda de cada organización, puesto que no aprovechan las instancias que existen para conocer cómo funciona el mercado público. Por lo tanto queda de manifiesto que las empresas que representan la mayor parte del universo de estudio, con un total de 23 compañías inscritas, no presentan interés en conocer y hacerse parte de las oportunidades de negocio que entrega el Estado.

La siguiente pregunta N° 2, se realiza al total de los encuestados, sin perjuicio que apunta a poseer un cargo o función vinculada al mercado público y teniendo en cuenta que las empresas inscritas tienen la posibilidad de ser contratadas por trato o contratación directa. El resultado obtenido de esta pregunta entrega el siguiente gráfico:

Gráfico 12: En su empresa, ¿Existe un cargo o labor específica vinculada al mercado público?



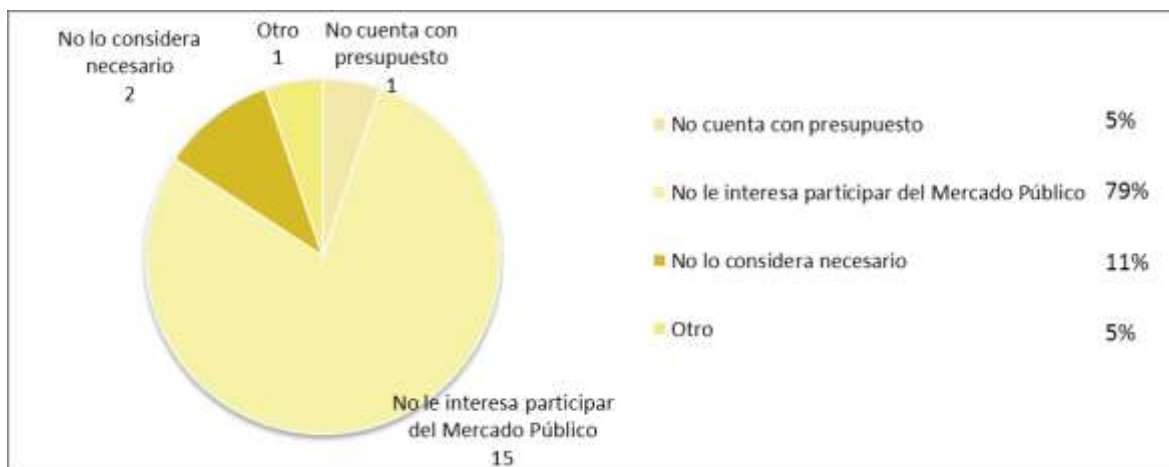
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Se observa que el 37% del total tiene una función específica y un 13% posee un cargo dedicado exclusivamente al mercado público, con lo que se puede deducir que el 50% de la muestra tiene un puesto de trabajo que se preocupa de los procesos de ChileCompra, de éstas las 6 empresas que poseen un cargo específico pertenecen a las hábiles. Así mismo queda de manifiesto, que el otro 50% de respuestas de la muestra que no mantiene en su empresa personal atento a las oportunidades de negocio del mercado público, son las empresas inscritas, las que derechamente declaran en un 41% que no poseen la labor vinculada mientras que un 9% contesta con “otro”, haciendo mención a las ocasiones que ha transado con instituciones públicas mediante su personal que no está destinado especialmente para ello.

Se puede concluir que las 23 empresas que mantienen dentro de su estructura organizacional un cargo o puesto destinado al seguimiento de las oportunidades de negocio que se presentan en mercado público con las instituciones estatales de la ciudad de Chillán, están o han estado hábil y han descubierto que se hace necesario en este caso, contar con personas a cargo del monitoreo del portal, puesto que diariamente nacen oportunidades de negocio y se requiere no tan sólo de un seguimiento para participar de buena manera, pues además se debe adjuntar a cada proceso de oferta una serie de documentos que se requieren de manera particular según la entidad licitante, además de realizar las respectivas visitas a terreno en los casos que corresponda. A todo esto, debe sumarse que debido a que las instituciones públicas realizan sus adquisiciones, a través de órdenes de compra y que además su cancelación es a 30 días, se requiere de un proceso largo que no puede ser desatendido hasta el momento en que se finiquita con la cancelación de la compra. Por tanto las empresas que deseen participar del mercado público deben contar con al menos una función dentro de su organización destinada principalmente al mercado electrónico.

Para complementar el análisis de la pregunta anterior se realiza una pregunta adicional, dirigida a las 19 empresas que derechamente declararon no contar con personal a cargo del monitoreo del portal de ChileCompra, con lo que se puede observar el siguiente resultado:

Gráfico 13: Si su respuesta fue no, podría indicar, ¿Por qué su empresa no realiza un monitoreo del portal?



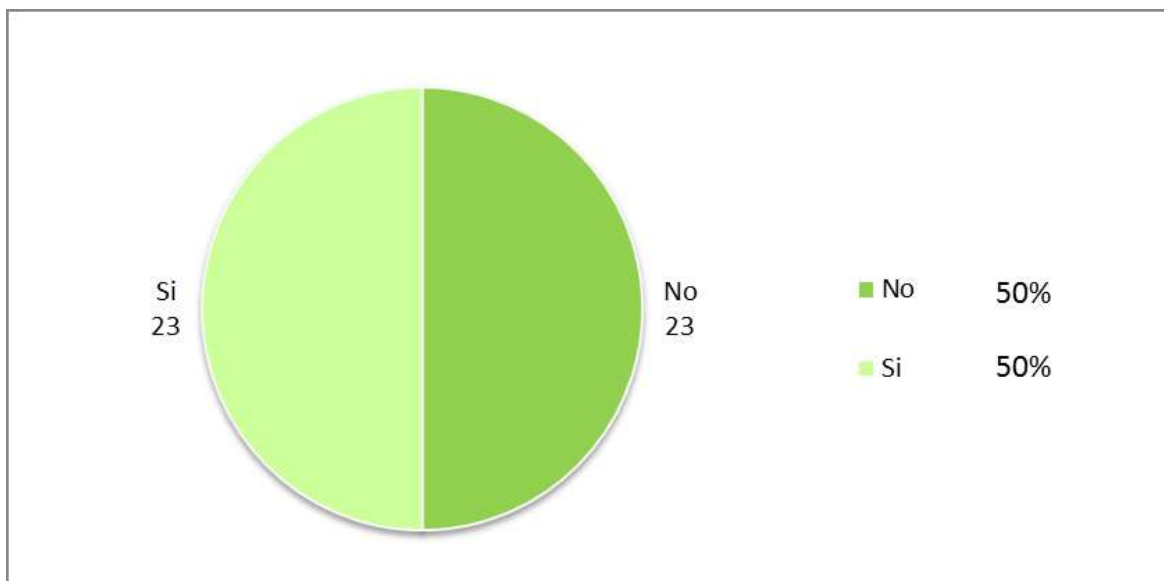
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Con las respuestas obtenidas puede confirmarse lo que antes se pronosticaba, puesto que el mayor porcentaje de quienes no poseen un cargo o función, no tiene interés de participar en el mercado público, representado con un imponente 79% de las 19 empresas inscritas que no poseen la labor vinculada al mercado público. Esto se condice con lo comentado por Claudia Ortiz, y se corrobora la falta de interés de los proveedores de integrarse a la plataforma del gobierno electrónico para transar con el Estado de Chile. Sólo una empresa, representada por el 5% afirma no contar con presupuesto para establecer un cargo o función específica, mientras que el 11% no lo considera necesario. Se deduce de esta forma que el principal motivo por el cual las empresas que llegaron a inscribirse en ChileProveedores, pero que no se han habilitado y no participan del mercado electrónico, no lo harán pues tampoco se encuentran interesadas en hacerlo y consecuentemente no se interesan por aprovechar las oportunidades que menciona Claudia Ortiz en materia de capacitaciones, o la búsqueda de

información disponible en los sistemas y plataformas electrónicas que mantiene la Dirección de compras públicas.

La siguiente pregunta se realiza al total de encuestados y pretende descubrir la participación en cuanto a transacciones de las empresas de la ciudad de Chillán en el portal de mercado público:

Gráfico 14: ¿Ha postulado a licitaciones pertenecientes a la ciudad de Chillán?



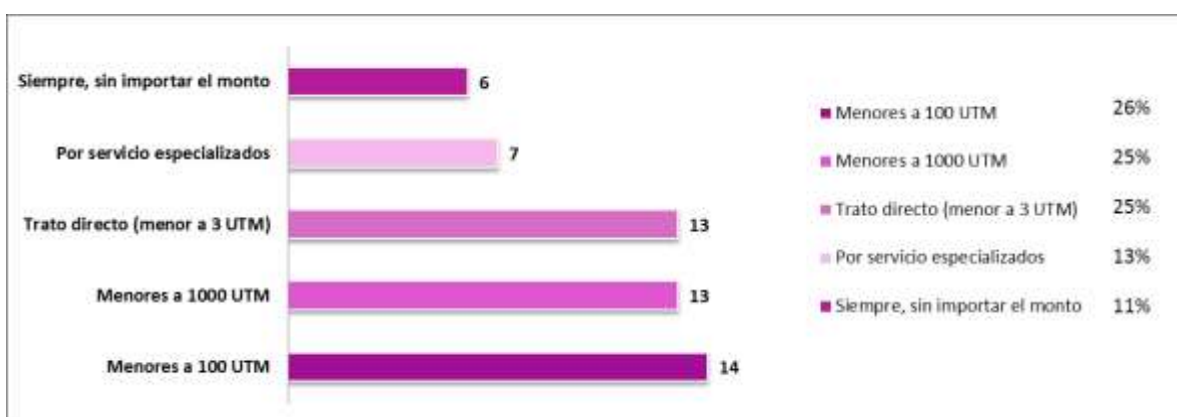
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

El gráfico es claro, del total de empresas, las que se encuentran hábiles o inhábiles en el momento de aplicada la encuesta, han postulado a algún proceso licitatorio publicado por las instituciones públicas de la ciudad de Chillán, mientras que el total de empresas que aún no se ha habilitado y sólo se encuentran inscritas no han participado de estos procesos. Las respuestas indican, que todas las empresas habilitadas para participar en mercado público, han aprovechado la oportunidad. Cabe mencionar que a pesar que una empresa se encuentre en estado inscrito, ésta no tiene imposibilidad para presentar su oferta en cualquier licitación pública que se presente, sin embargo la entidad licitante tiene prohibición de contratar a esta empresa puesto que no se encuentra habilitada en ChilePorveedores. Así mismo si una empresa está inhabilitada por alguna causa legal no puede adjudicarse ninguna adquisición pública realizada a través de

llamado público. Sin perjuicio de lo anterior si se tratase de un trato o contratación directa bajo algún artículo de la Ley, ya sea por exclusividad o proyecto las empresas que solo están inscritas podrían eventualmente recibir una orden de compra a través del portal, lo cual por parte de la institución pública debe estar claramente fundamentado.

Conjuntamente se realiza una pregunta dirigida a quienes han postulado a licitaciones públicas con el objeto de establecer los rangos a los que éstas acceden. La respuesta entrega la opción de marcar más de una alternativa y se obtiene el siguiente gráfico de respuestas:

Gráfico 15: Si la respuesta fue si, ¿A qué tipo de licitación?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Las empresas que han respondido sí, a la pregunta anterior, tiene la opción de marcar todas las alternativas que correspondan en cada caso particular, respecto de las licitaciones clasificadas por rango de montos de transacción, obteniendo de esta manera 53 opciones marcadas.

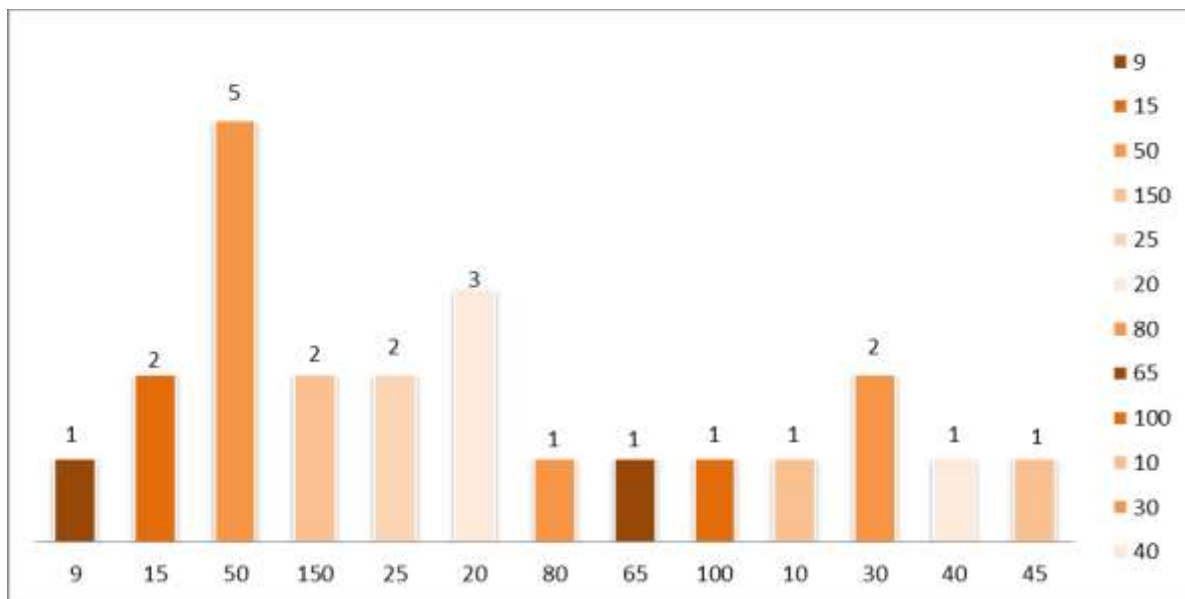
Para esta pregunta, cabe recordar que los tratos directos inferiores a 3 UTM no están obligados a realizarse a través del portal de mercado público, por ende el 25% de los proveedores está realizando transacciones directas sin supervisión del Estado. El 26% postula a licitaciones menores a 100 UTM, es decir bajo los 4 millones de pesos, seguido por un 25% que postula a licitaciones inferiores a los 40 millones de pesos, mientras que un 13% entrega servicios especializados y un

11% de la muestra reconoce postular a licitaciones sin importar el monto de transacción.

Como conclusión a esta consulta, se puede deducir a grandes rasgos, que la clasificación con base en el monto de transacción tiene directa relación con el tamaño de la empresa, puesto que la mayoría de los vendedores de la ciudad de Chillán son PYMES, y no poseen el respaldo económico suficiente para arriesgarse con montos sobre 1.000 UTM en negocios con el Estado, considerando una fecha de pago mínima de 30 días contra la emisión de la respectiva factura. Se descubre que del total de proveedores hábiles que postulan a licitaciones públicas, sólo 6 empresas de la ciudad de Chillán cuentan con el respaldo económico para participar de los procesos sin importar el monto que involucre la transacción.

La pregunta N° 4 solicita a los proveedores mencionar a cuántas licitaciones han postulado durante los últimos 3 años, indicando con sus propias palabras la cantidad, y se dirige a las 23 empresas que reconocen postular a los procesos licitatorios:

Gráfico 16: En los últimos 3 años, ¿a cuántas licitaciones ha postulado en la ciudad de Chillán?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Las respuestas son múltiples, cabe destacar la compañía de Renato Díaz S.A., conocida como Ferretería Madrid, la cual además de participar activamente de las subastas públicas, mantiene contrato de suministros en ChileCompra Express, y reconoce haber participado en más de 100 licitaciones públicas y ventas a través de convenio marco (ChileCompra Express). Claramente es la única empresa de la muestra que cuenta con una situación financiera y una cartera de clientes que le permite realizar y mantener un cargo específico en su organización vinculada directamente al portal de mercado público, de hecho forma parte del porcentaje de proveedores que participa de los procesos licitatorios sin importar el monto de transacción.

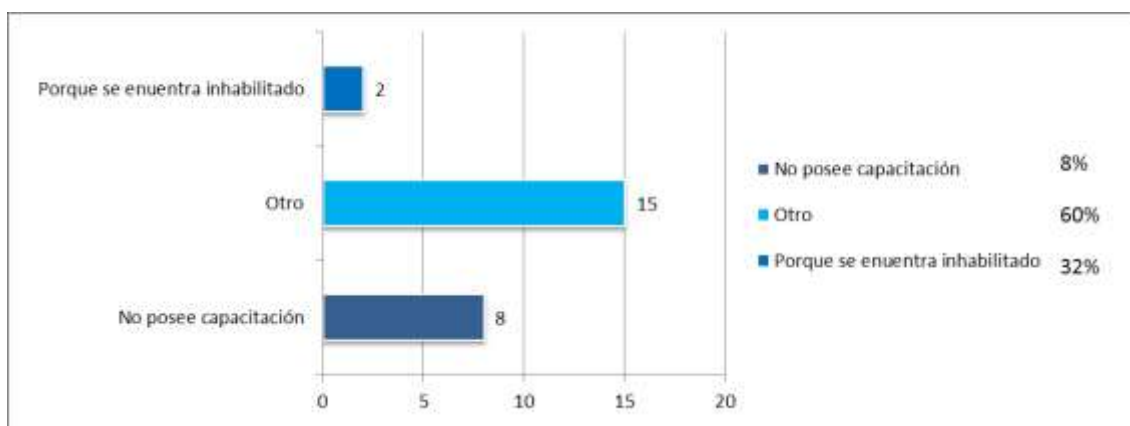
Otra compañía que transa grandes cantidades es la Importadora Panamá, creada en el año 2001 y que posee un giro de artículos de regalo. Esta empresa registra una participación de aproximadamente 150 licitaciones postuladas, esta información fue indicada en el capítulo de antecedentes. Entre las empresas que postulan entre 50 y 100 licitaciones, se encuentran proveedores tales como Grez y Ulloa S.A., y de Jorge Rabie y Cía. S.A., dos grandes empresas de la zona de Chillán, conocidas por sus transacciones. De esta última acotación cabe recordar que la distribuidora Rabie se encuentra en quiebra por lo tanto mantiene un perfil inhábil en el portal de ChileCompra.

Del total de las 23 empresas consultadas con esta interrogación, las que han postulado en los últimos 3 años, entre 10 y 50 licitaciones se encuentra Worldtec, Copelec, Clínica Las Amapolas, entre otras. Puede decirse entonces, que la cantidad de licitaciones a las que postulan las empresas tiene directa relación con su estructura financiera, puesto que las grandes empresas de la comuna de Chillán postulan a mayor cantidad de licitaciones.

Ahora bien, dentro de la misma pregunta N° 4 se apunta al otro segmento de encuestados, es decir, a aquellos proveedores que nunca han postulado a licitaciones públicas. El objeto de esta interrogación es descubrir cuál es la razón por la que las empresas que se encuentran en estado inscrito nunca han participado de un proceso de licitación, para lo cual se realiza complementariamente una pregunta dirigida a aquellas 23 empresas que en las

preguntas anteriores no han demostrado interés por participar del mercado electrónico y se integran aquellas dos empresas inhabilitadas para participar, conformando un total de 25 empresas. El gráfico genera el siguiente resultado:

Gráfico 17: Si nunca ha participado de alguna licitación, podría indicar ¿Por qué no lo ha hecho?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada

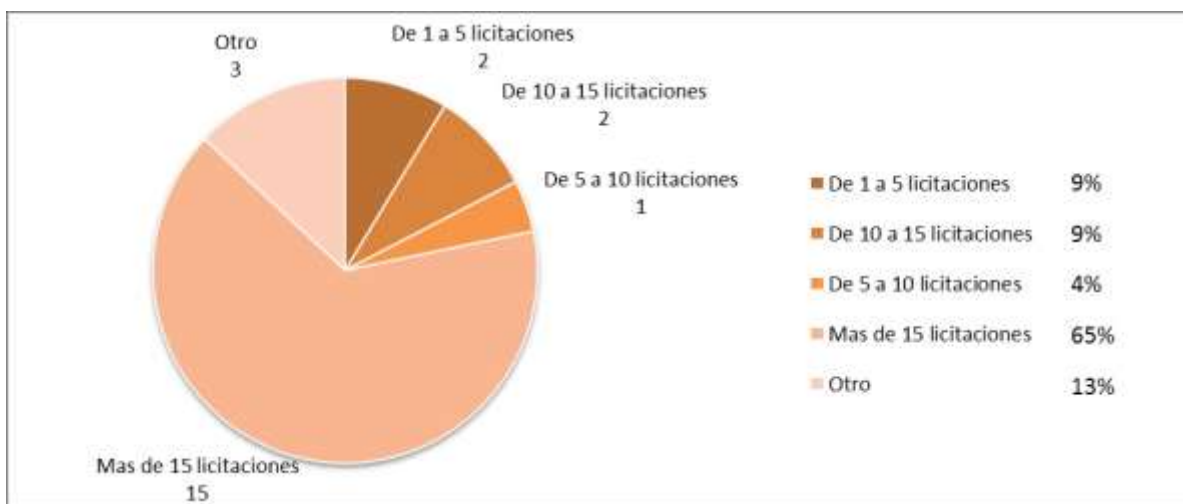
Del total de las 25 empresas, se revela nuevamente que 2 de ellas no postulan a los procesos porque se encuentran inhabilitadas para participar del mercado público, una de ellas por presentarse en quiebra, mientras que la otra registra incumplimiento de requisitos de inscripción. Del 100% de encuestados considerando inscritos e inhábiles con un total de 25 empresas, un 8% de estas considera no poseer capacitación para participar de los procesos licitatorios, mientras que la mayoría de las empresas en estado inscritas (considerando que las inhábiles están representadas en el 32%) no participa por “otro” motivo, opción que permite a las empresas indicar su razón, siendo la más común de estas el no tener interés en participar del mercado electrónico y de los negocios con las empresas del Estado.

Con lo obtenido de esta pregunta se puede deducir que según lo mencionado y observado en visita a Claudia Ortiz, respecto de las capacitaciones, no es falta de ellas, sino más bien, una falta de información por parte de las empresas ya que en el centro de ChileCompra, la convocatoria para participar de las instancias de

formación, dictadas especialmente para proveedores de la zona, no llegan a contar con más de 5 participantes. Nuevamente se concluye que existe falta de información de parte de los proveedores de la ciudad de Chillán en materia de accesibilidad al sistema de compras públicas. Claudia, asevera que las herramientas están, que los medios existen, sin embargo no son aprovechados y se pierden importantes oportunidades de negocio con las empresas públicas de la comuna y en general del país.

La siguiente pregunta, dice relación con la pregunta anterior pues deriva de la cantidad de licitaciones postuladas, apuntando a una respuesta por parte de las 23 empresas que aseguraron haber postulado a licitaciones publicadas por las entidades públicas de la ciudad de Chillán, involucrando a los proveedores hábiles e inhábiles, y entrega el gráfico que se analiza a continuación:

Gráfico 18: ¿Cuántas licitaciones de las que usted ha postulado se ha adjudicado en la ciudad de Chillán?



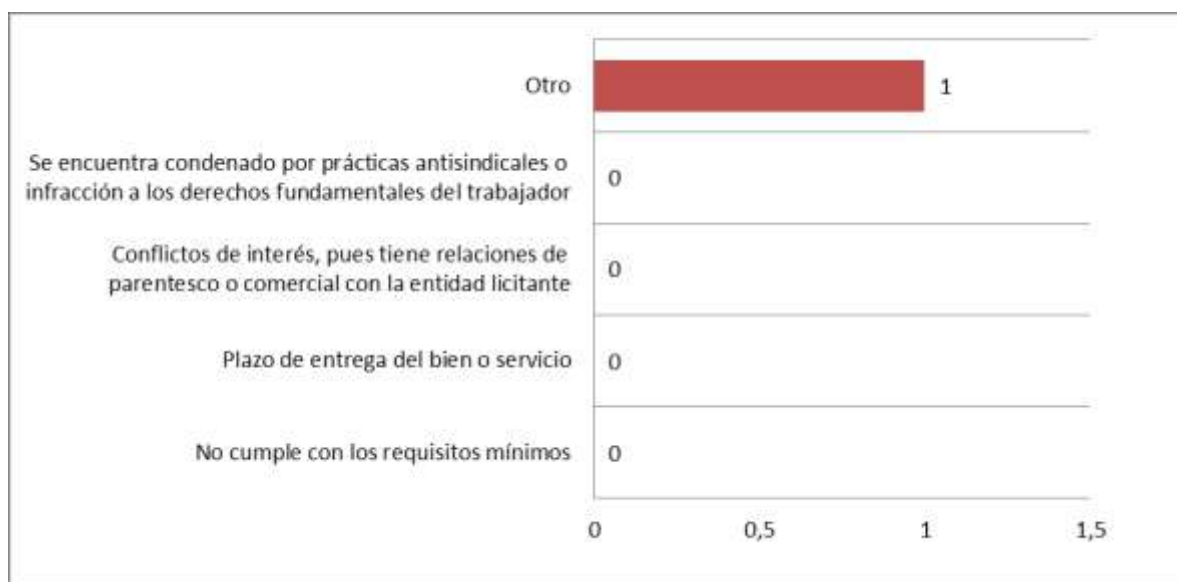
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Respecto de las licitaciones adjudicadas en relación con las postuladas, el 65% de las empresas que respondieron, afirma haber obtenido más de 15 procesos exitosos en favor de ellos. Y los rangos, entre 1 y 5; 5 y 10; 10 y 15, obtienen en promedio un 7,3%. Esto quiere decir que las empresas habilitadas para participar, tienen grandes probabilidades de obtener éxito en los procesos licitatorios,

dejando de manifiesto que el gobierno electrónico en el área de compra y venta entrega un mercado apto y próspero cuando se trabaja activamente en él. Entre las empresas que conforman el 13% que respondió “otro”, se encuentra Renato Díaz, quien indica que se ha adjudicado más de 50 y que además posee convenio de suministro en ChileCompra Express.

De igual forma que en las preguntas anteriores, se intenta complementar la pregunta con una nueva interrogativa, que deriva de la pregunta 5, intentando descubrir cuáles empresas, de las que han postulado a licitaciones, no se han adjudicado nunca un proceso, obteniendo así que de las empresas inhábiles que han postulado a licitaciones, la empresa que no cumple con requisitos de inscripción, se encuentra en el 13% de la pregunta N° 5 que marca la opción “otro” e indica que no se ha adjudicado nunca un proceso. Lo anterior, se presenta en el siguiente resultado:

Gráfico 19: Si nunca se ha adjudicado una licitación, ¿Cuál fue el motivo?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

La pregunta pretende descubrir el motivo por el cual la empresa no se ha adjudicado ninguna licitación de las que ha postulado, obteniendo como respuesta de la única empresa que nunca se ha adjudicado un proceso que su motivo es el

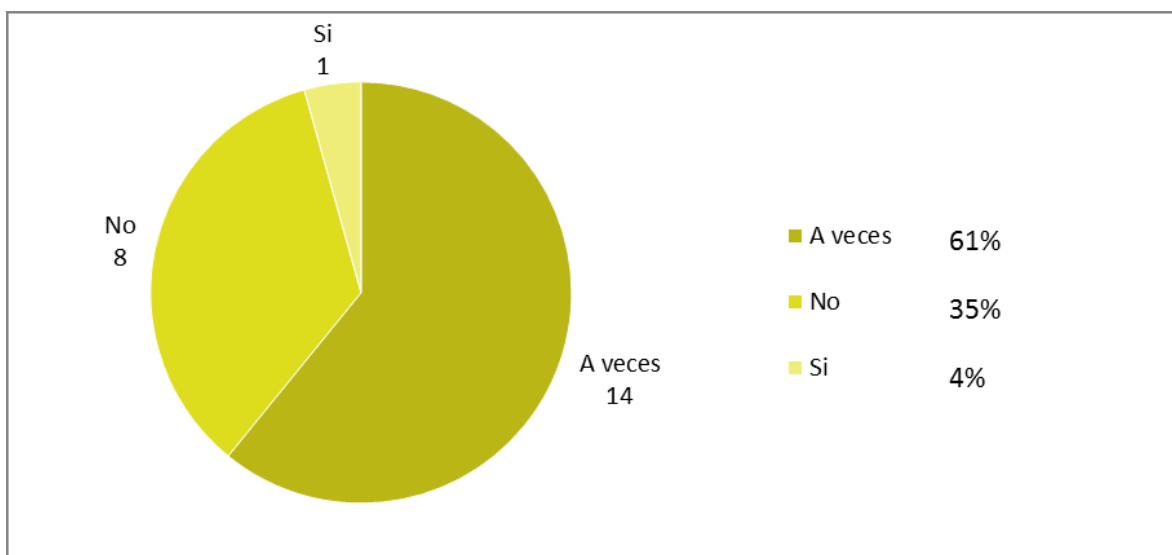
desconocimiento, descrito dentro del ítem “otro”, al que hace mención la compañía. Este proveedor reconoce en la mayoría de las respuestas que desconoce el sistema y en este caso reconoce esta situación como causa principal del fracaso en sus postulaciones, y por tanto aún no regulariza su situación en el portal de ChileProveedores.

En este contexto, se cree que las empresas en estado hábil conocen el proceso de compras públicas, lo practican y además han obtenido resultados. Aún no se puede aseverar que tipo de resultados, sin embargo todas ellas han debido pasar por el proceso de postulación, adjudicación y finalmente han tenido que aceptar o rechazar una orden de compra emanada de los organismos públicos de la comuna de Chillán.

Con las siguientes preguntas se intenta abordar los factores del sistema de ChileCompra que afectan a las empresas de la ciudad de Chillán tomando en cuenta la contraparte de los proveedores, es decir las empresas públicas de la ciudad de Chillán que demandan sus productos o servicios.

La pregunta N° 6, aborda el pago y proyecta el siguiente gráfico:

Gráfico 20: Si usted se ha adjudicado alguna licitación, las entidades licitantes, ¿Han cumplido con el plazo de pago 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura, establecido por Ley?



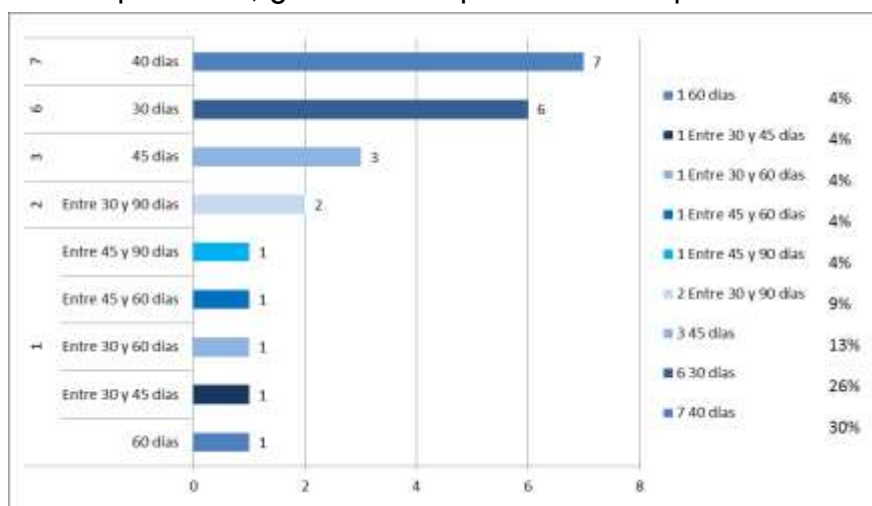
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Para este análisis se considera el 100% de los proveedores hábiles que han participado y adjudicado licitaciones, sumado a los proveedores inhábiles. Del total de éstos, el 61% asegura que sólo, “a veces”, los organismos han cumplido con la fecha de pago establecida por Ley. Un escaso 4% de las 23 empresas participantes de mercado público, afirma que han cumplido, representado por sólo una empresa y un 35% asevera que las instituciones estatales no cumplen con los vencimientos dispuestos legalmente por la Dirección de ChileCompra.

De este apartado se puede obtener una clara conclusión, las empresas públicas no están cumpliendo con los proveedores y se puede corroborar con la información disponible en la página de analiza.cl con la cantidad de reclamos que se recibe por pago no oportuno. En este caso la Dirección de ChileCompra queda fuera de responsabilidad directa, no obstante queda sujeto a subestimaciones, puesto que si las empresas no cumplen y no se hacen cargo, significa que hace falta fiscalización por parte de la entidad y si esto no ocurre, finalmente el mercado público electrónico se transforma en un foco de desconfianza que impide a nuevos proveedores participar con tranquilidad de él.

Para tener una idea de cuánto demoran los Organismos públicos en cancelar las facturas recibidas se realiza una pregunta complementaria, que dice relación con la cantidad de tiempo que han debido esperar los proveedores para recibir sus pagos. La pregunta entrega el siguiente gráfico:

Gráfico 21: En promedio, ¿Cuánto tiempo diría usted que demoran en pagar?



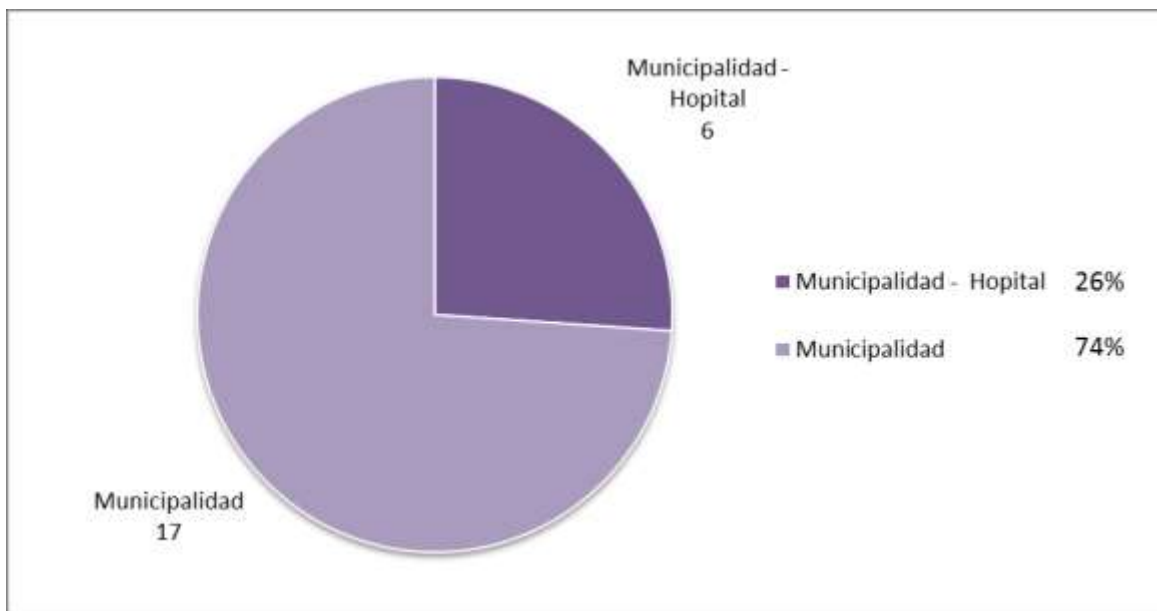
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Con esta contra pregunta se da la opción de indicar en las propias palabras del proveedor el tiempo que demoran en pagar, el general de las respuestas, fluctúa entre los 30 y 60 días, es decir uno o dos meses. No obstante el mayor porcentaje de respuestas indica con un 30% que las instituciones públicas demoran en promedio 40 días, Otra respuesta que se repite constantemente son 45 días, lo cual queda fuera del plazo establecido por Ley y finalmente al menos 2 empresas afirman que las fechas de pago han alcanzado los 3 meses (90 días).

La Directora del centro de ChileCompra Chillán, comenta que para la Dirección de ChileCompra a nivel de país se transforma en una problemática, puesto que las Instituciones no están cumpliendo. Claudia, entrega dos observaciones relevantes respecto al pago. En primer lugar comenta que las empresas públicas tienen la posibilidad de mencionar en sus procesos licitatorios el plazo (promedio) que consideran que demorará el pago, incluso comenta “anecdóticamente” el Municipio de Iquique, el cual indicó una fecha de pago estimada a 365 días. El inconveniente de esta opción se encuentra en la convocatoria, puesto que no todas las empresas tienen el respaldo financiero para participar de licitaciones que tienen una fecha de pago a largo plazo. Adicionalmente, Claudia indica que el mayor problema en cuestión de pago, lo presentan los Municipios, los que además cuentan con cierta autonomía en sus procesos, por lo cual se hace más difícil la fiscalización por parte de los Organismos correspondientes, de hecho las municipalidades son la única excepción que no tienen la obligación de tomar como primera opción los productos que se encuentran en convenio marco y pueden licitar directamente o realizar el trato directo que corresponda.

Con el fin de revelar y confirmar la información que se obtiene con la pregunta N° 6, se realiza una pregunta complementaria adicional a la anterior, dirigida a los 23 proveedores que tiene o han tenido contacto con las organizaciones públicas de la ciudad de Chillán en materia de pagos, la cual entrega datos coincidentes con lo asegurado por Claudia respecto de lo observado por los proveedores de la zona de Chillán, y se puede comprobar con lo que se presenta en el siguiente gráfico:

Gráfico 22: De las instituciones públicas de la ciudad de Chillán, podría mencionar, ¿Cuál es la más morosa en materia de pagos?

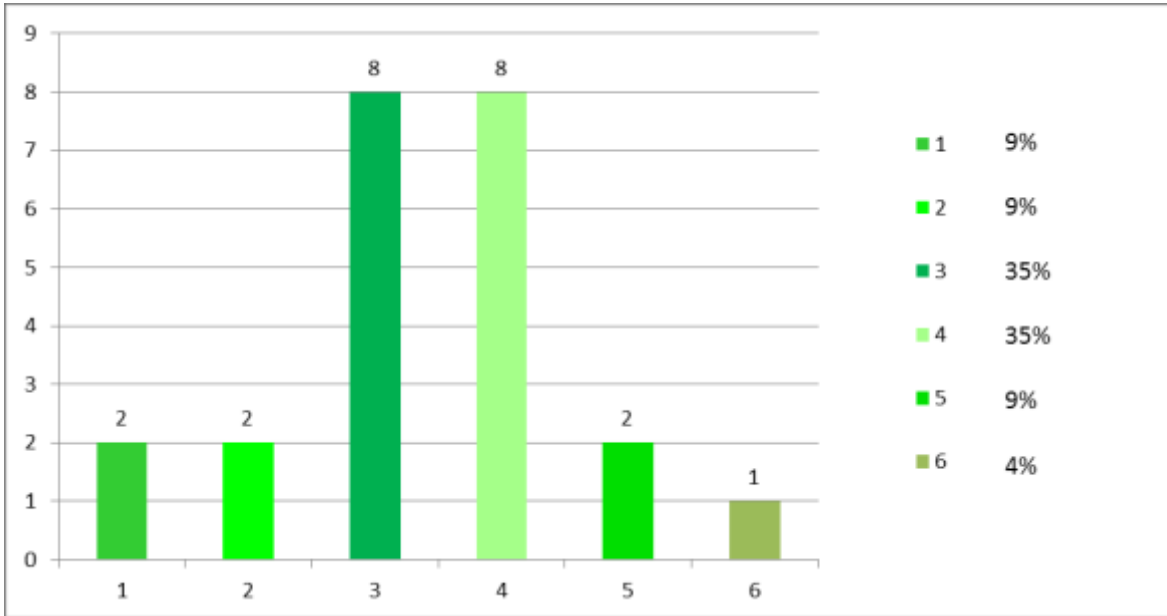


FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Efectivamente, la percepción de los proveedores de la ciudad de Chillán coincide con la impresión a nivel de país, ubicándose en primer lugar de los morosos la Municipalidad de Chillán, seguido del Hospital de la comuna. La Universidad del Bio Bío, como la tercera entidad estatal en la ciudad no recibe reclamos en materia de pago. Cabe mencionar que la municipalidad está contenida en el 100% de las respuestas de los 23 proveedores hábiles e inhábiles puesto que el 26% que involucra el hospital Herminda Martin no fue mencionado de manera unitaria sino conjuntamente con el Municipio. Se confirma la situación que se presenta en analiza.cl respecto de los reclamos recibidos, donde las municipalidades obtienen el mayor porcentaje de ellos, seguido de los Hospitales.

En el mismo contexto, se elabora la pregunta N° 7. Esta pregunta pretende descubrir el nivel de satisfacción que manifiestan las empresas de la ciudad de Chillán, en relación a la práctica de realizar negocios con las empresas públicas de la comuna de Chillán. La pregunta entrega una escala de valor de 1 a 7, dónde 1 es muy malo 7 muy bueno, cabe señalar que el número 4 es la media entre ambos números, lo cual indicaría una satisfacción aceptable más no representaría el óptimo. El resultado arroja el siguiente esquema:

Gráfico 23: Podría valorar en una escala de 1 a 7, donde 1 es muy malo y 7 muy bueno, ¿qué tan conforme se encuentra con la modalidad de pago del Mercado Público?



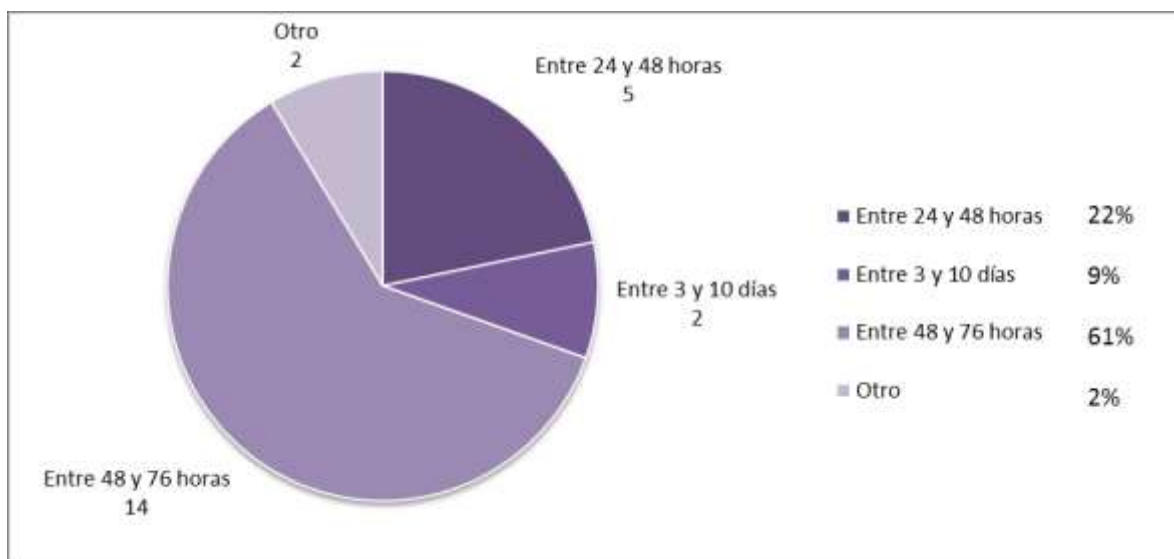
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada

Según el gráfico obtenido, de las empresas hábiles e inhábiles de la ciudad de Chillán no están cien por ciento conformes con la modalidad de pago 30 días posteriores a la emisión de la respectiva factura. De hecho ninguna de las empresas que respondió la pregunta, considera que podría calificar el sistema con nota 7. El 70% de estas empresas califica el sistema con nota 3 y 4, cada uno con un 35% respectivamente, mientras que el 18% podría considerarse que desapueba la modalidad otorgando nota 1 y 2 a la modalidad con un 9% respectivamente. Un 9% califica con nota 5 y sólo una empresa representada por un 4% aprueba con nota 6. De lo anterior se deduce que un 35% podría afirmarse que acepta medianamente la modalidad de pago otorgando un 4 y el otro 35% desapueba con nota 3. En general las empresas no están satisfechas con la forma establecida por la Dirección de Compras para la cancelación de sus productos o servicios, no obstante sería imposible una modalidad de pago contado, considerando que las instituciones públicas están sujetas a procesos que son demasiado burocráticos y morosos y un cambio implica mucho tiempo. La remota posibilidad sería establecer una fecha de pago 15 días posteriores a la

emisión de la factura, sin embargo considerando la información obtenida hasta esta consulta, se puede deducir que los Organismos Públicos no son capaces de cumplir con la fecha de pago 30 días, lo que hace imposible creer que estén preparados para una modalidad de pago a una menor cantidad de días.

Para descubrir con qué rapidez las empresas proveedoras responden a los organismos compradores, se realiza la pregunta N° 8, que apunta a los plazos de entrega por parte de los vendedores, obteniendo el siguiente resultado:

Gráfico 24: ¿Cuál es el plazo de entrega de sus productos y/o servicios cuando se ha adjudicado una licitación?

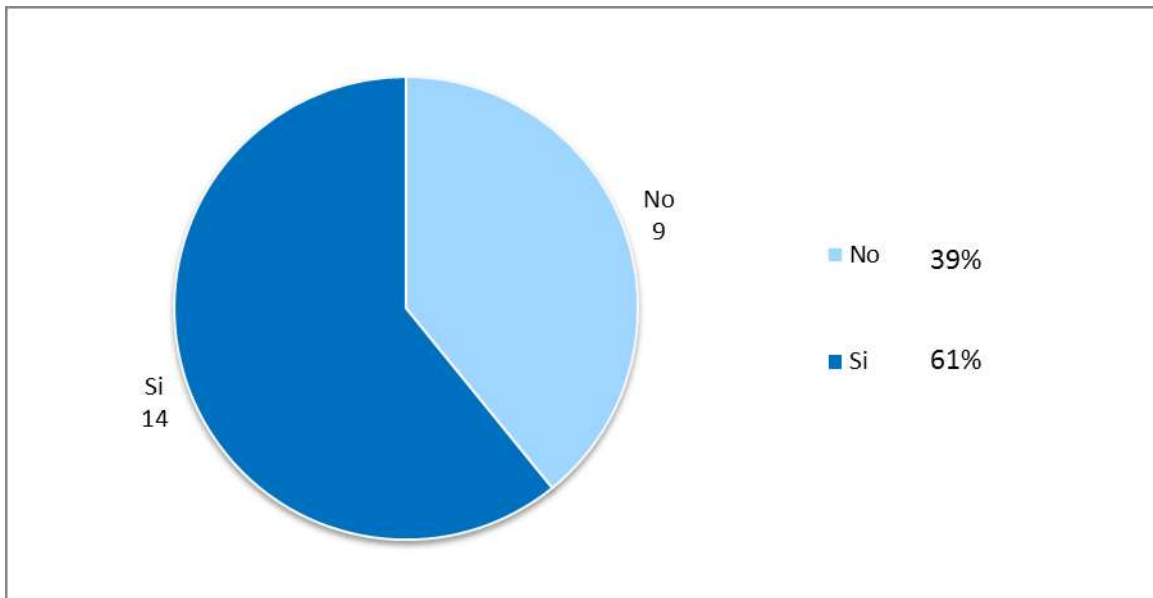


FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada

La pregunta se dirige al universo de proveedores hábiles e inhábiles que han participado en el mercado electrónico. Del gráfico anterior se puede deducir la razón por la que las empresas presentan disconformidad con la modalidad de pago de las instituciones de la zona de Chillán, puesto que ninguna empresa declara demorar más de 10 días en entregar sus productos o servicios, sin embargo deben esperar 30 días como mínimo para recibir el respectivo pago. El 22% de las empresas que respondieron no demoran más de dos días en entregar, el 61% expresa que tarda entre 2 y 3 días y sólo 2 de las empresas que responden lo hacen entre 3 y 10 días.

Seguidamente se les consulta a los proveedores si han ingresado reclamos, y se consigue el siguiente esquema de la pregunta N° 9:

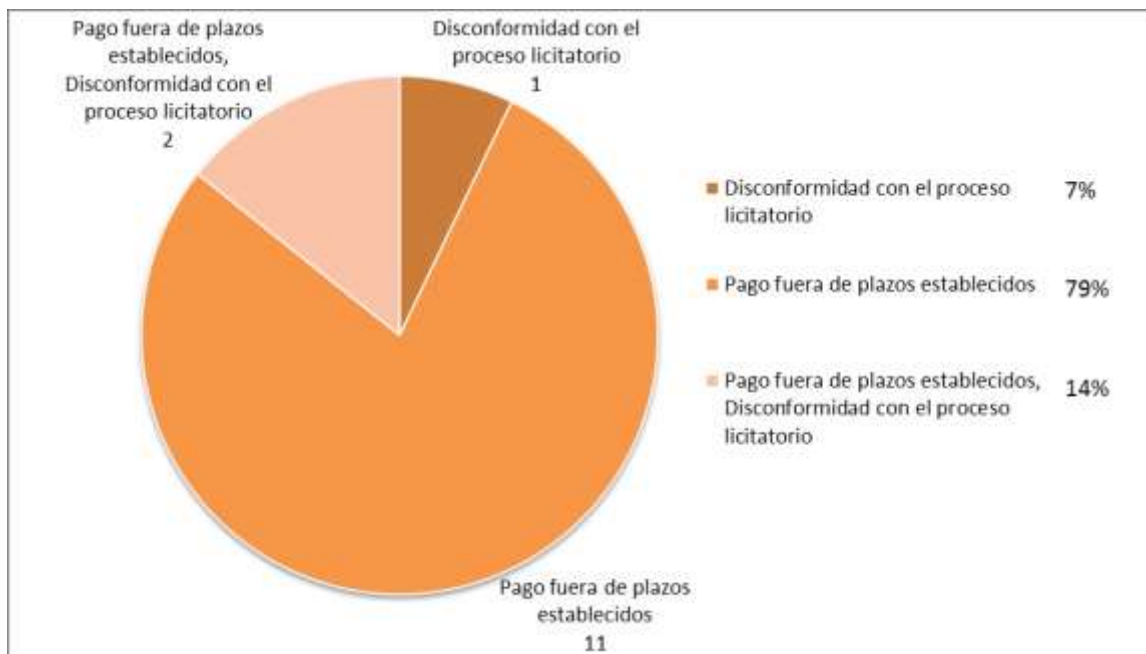
Gráfico 25: ¿Ha ingresado algún reclamo en el portal de mercado público?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

De las 23 organizaciones (hábiles e inhábiles) que contestan la interrogación planteada, la mayoría ha presentado algún reclamo representada por un 61%, aunque la otra parte compuesta por el 39% nunca ha ingresado algún reclamo, lo que puede ser una indicio de que en general las empresas, así como califican con nota 4 el sistema de pago, también aceptan el sistema de compras públicas en general con sus pro y sus contra. Se obtiene entonces que 14 empresas de las 23 que han transado (inhábiles) o se encuentran transando (hábiles), han ingresado reclamo y con el fin de indagar en el tipo de reclamo que ingresó este 61% de las empresas que respondió que había registrado algún tipo de reclamo, se elabora una pregunta complementaria que apunta al universo de 14 proveedores que respondieron positivamente la pregunta anterior, entregándoles las oportunidad de marcar las opciones que correspondan en el caso de las respuestas recibidas a sus reclamos, con lo que se desprende el gráfico que se detalla a continuación:

Gráfico 26: Si la respuesta fue si, ¿Qué tipo de reclamo?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

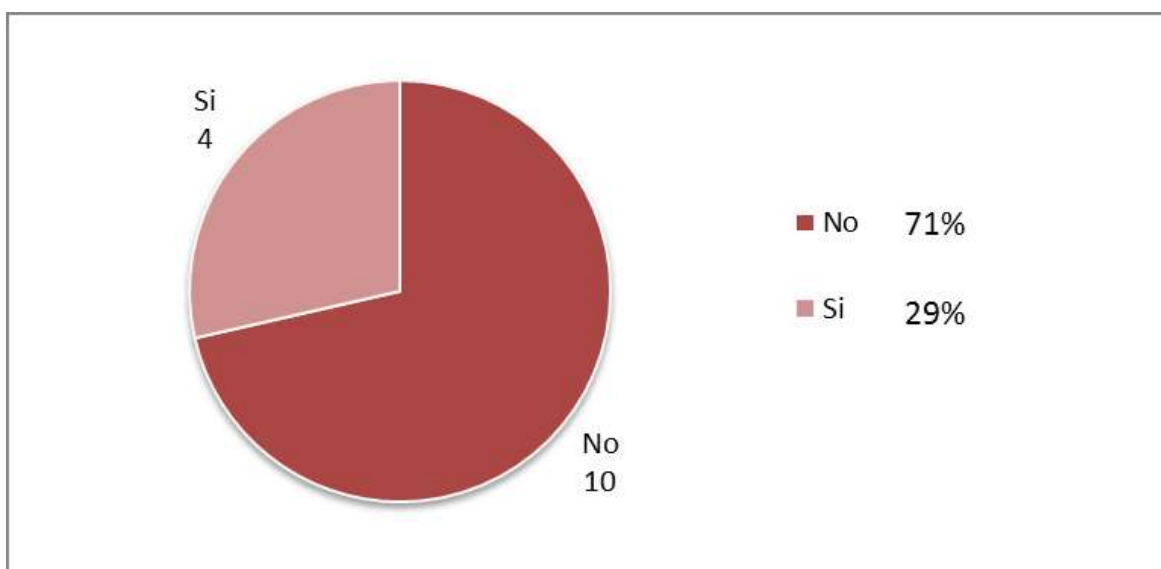
Las respuestas de las 14 empresas, confirman la información recabada con las preguntas realizadas a lo largo de la encuesta, obteniendo con un importante primer lugar representado por un 79%, la opción “pago fuera de plazos establecidos”. Seguido de esto, las empresas declaran quedar disconformes con los procesos licitatorios en un 7% de las empresas consultadas y el 14% toma en consideración ambas razones.

Se concluye y confirma con esta información que la Dirección de ChileCompra tiene una importante tarea que realizar en materia de pagos y procesos de licitación. Actualmente, se encuentra en periodo de desarrollo e implementación una nueva plataforma denominada “Observatorio”, la cual intenta realizar un seguimiento de los procesos licitatorios así como los reclamos que se ingresan en el portal de mercado público. Se asistió a una charla respectiva a este tema dictada por la Dirección de ChileCompra en la ciudad de Concepción, en la cual se informa a compradores del nuevo sitio, el que realiza seguimiento y control de los procesos e interviene cuando es necesario, con el objeto de dar solución al

proveedor antes que éste deba presentar su reclamo ante los Organismos fiscalizadores pertinentes, actuando como un organismo mediador. Queda de manifiesto que la Dirección de ChileCompra intenta mejorar las estadísticas que se repiten a nivel nacional, pero aún no consigue resultados óptimos.

Adicionalmente, se consulta respecto de la conformidad con la respuesta recibida y se obtiene lo siguiente:

Gráfico 27: Si ha ingresado reclamo, ¿Ha obtenido respuesta satisfactoria?



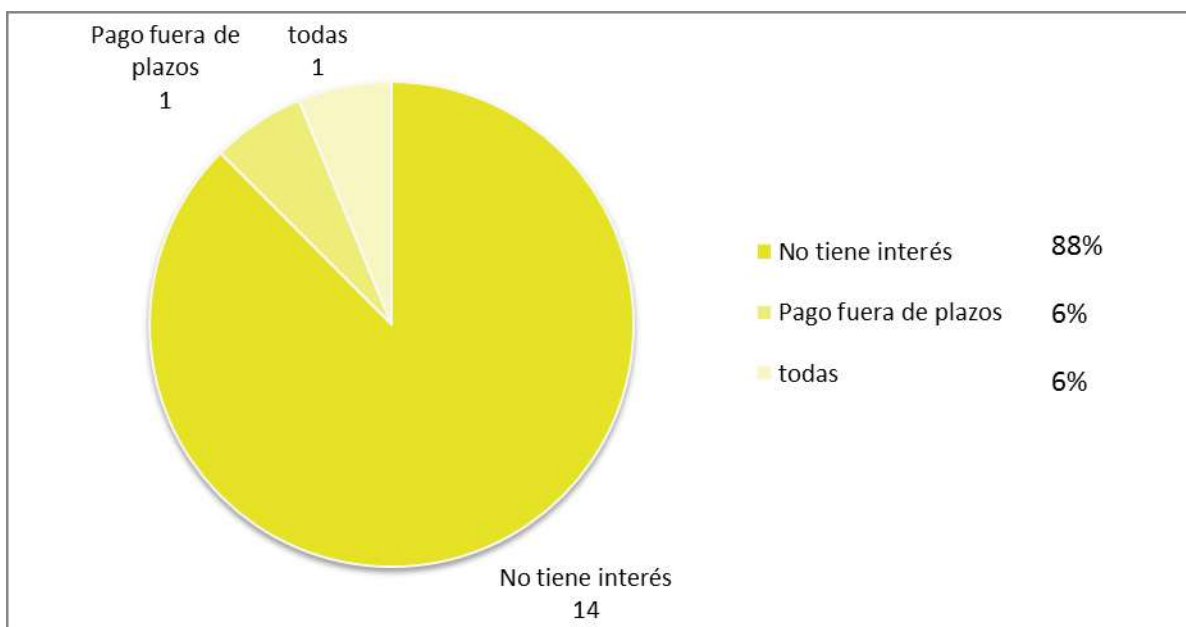
FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

En el contexto de lo expresado anteriormente, se deduce muy necesaria la función de observatorio instaurada recientemente por la Dirección de ChileCompra, puesto que la mayoría de las empresas de la ciudad de Chillán conformado por un 71%, no está conforme con la respuesta recibida, mientras que un escaso 29% de las empresas lo está. El observatorio en su rol de mediador, según lo indicado en la conferencia, pretende realizar un seguimiento desde que nace el reclamo hasta que este es respondido por la institución afectada. Así también el orador indica que, en los casos que el reclamo presentado se ingrese en términos indecorosos, no será derivado a la Institución correspondiente y se informará al proveedor que de no cambiar su manera de expresarse, el reclamo no será acogido. Por otro lado intenta evitar que las molestias pasen a los Tribunales competentes, realizando

llamados, enviando correos electrónicos e incluso visitando a las entidades licitantes correspondientes, con el fin de impedir que el problema sea mayor.

Finalmente se elabora la pregunta N° 10 que apunta a las 23 empresas que no participan activamente del mercado público, intentando descubrir sus razones. Se presenta la siguiente situación:

Gráfico 28: Si no está interesado en participar del Mercado Público, podría decir, ¿Cuál es la razón?

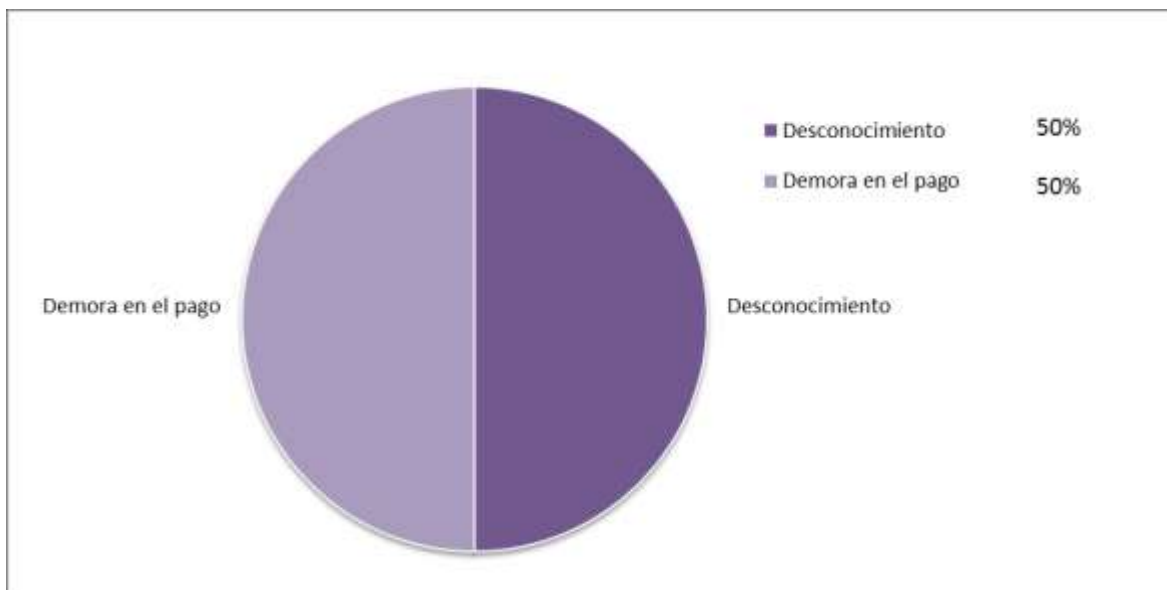


FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

El mayor porcentaje que se presenta es un 88% de las empresas consultadas, las que indican no tener interés de participar en el mercado público y con un 6% respectivamente el pago fuera de plazos o todas las razones, son el motivo para no incorporarse a transar con las instituciones estatales. Esto reafirma las conclusiones descubiertas a lo largo de la encuesta aplicada, arrojando como conclusión general una falta de información como consecuencia de una falta de interés de los proveedores que se encuentran inscritos y aún no se habilitan para participar del portal de ChileCompra. Se les otorgó adicionalmente la opción de describir su razón particular con una pregunta complementaria dirigida a estas 23 empresas inscritas y quienes contestan coinciden en morosidad en materia de pagos junto con la falta de información que mantienen respecto de los procesos

que se efectúan en el mercado electrónico del país. Esto se demuestra en el gráfico que se detalla a continuación:

Gráfico 29: Si ninguna de las opciones anteriores se ajusta con sus motivos, podría describir con sus palabras ¿Cuál es la razón?



FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta aplicada.

Las respuestas nuevamente corroboran las dos conclusiones más relevantes del estudio, un desconocimiento derivado de la falta de información y del desinterés que ostentan las empresas de la ciudad de Chillán respecto de la participación de las empresas en el mercado público y la falta de responsabilidad de las instituciones públicas para con los proveedores en cuestión de pagos, siendo un motivo que mantiene a empresas que aún no se inscriben al margen por presentar desconfianza. Ambas razones representan un 50% respectivamente.

3.2. ANÁLISIS SITUACIONAL

En los últimos años se ha observado una constante evolución en todo lo que se refiere al mercado público. Se puede observar según la información recabada para la confección del marco teórico, los constantes cambios que han sufrido las plataformas y los procesos, así como también han nacido nuevos portales

electrónicos destinados a cubrir todas las necesidades de parte de proveedores y compradores del Estado. Especialización, perfeccionamiento, reingeniería, infraestructura, calidad, garantías y transparencia en los procesos, es lo que ha intentado conseguir el gobierno en materia de compra y contrataciones públicas.

ChileCompra, día a día se encuentra renovando y mejorando sus plataformas y procesos, de hecho la última novedad que el gobierno pretende instaurar, es un portal denominado observatorio, con el cual se pretende fiscalizar y resguardar a proveedores en materia de reclamos y procesos difusos.

Del estudio se deduce que en la comuna de Chillán existen dos importantes categorías de proveedores; hábiles e inscritos, y los inhábiles existen en una menor cantidad, puesto que sólo dos empresas se encuentran en esta situación, una de éstas es la distribuidora Rabie, que se encuentra en situación de quiebra y Constantino Zarzar y compañía limitada, que no cumple con los requisitos de inscripción en mercado público.

En el contexto de lo descrito anteriormente, se deduce a groso modo, que los proveedores que se encuentran inscritos en ChileProveedores, pero que no se han habilitado para participar del mercado, muestran desinformación respecto de los procesos y beneficios del mercado electrónico, sin embargo, tampoco tienen interés en indagar o conocer cómo funciona el sistema y no desean capacitarse para participar.

Por otro lado, los proveedores que se encuentran hábiles en mercado público, demuestran un nivel de conformidad medio, respecto de los procesos de adquisición de Estado. Cabe mencionar que su grado de confianza en materia de pago es medio-bajo, sin embargo es una situación que se replica a nivel nacional y es lo que día a día el gobierno pretende mejorar (un ejemplo de esto es la creación del observatorio). Se observa que las empresas que participan activamente en los llamados a licitación, se adjudican al menos un 30% de los negocios con el Estado.

Para complementar el análisis que se realiza y con el fin de establecer los factores que afectan la participación de las empresas de las ciudad de Chillán, se efectúa un análisis FODA, partiendo desde el estudio de los factores externos que afectan

la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en el mercado público. Cabe señalar que el análisis se realiza considerando las empresas de la ciudad de Chillán que conforman la muestra, respecto de su participación en el mercado público, como objeto de estudio, no la empresa como tal, o el sistema de Compras públicas denominado ChileCompra.

Partiendo de esa base y del análisis realizado a las 46 empresas que conforman la muestra de estudio, se establecen los siguientes entornos relevantes para el análisis.

3.2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

En primer lugar, se analiza la situación externa que rodea las empresas de la ciudad de Chillán, en el ámbito económico, político, legal, tecnológico y social, lo que permitirá conocer la situación de las empresas en mercado público, cuales son los diferentes factores que amenazan su actividad empresarial y los escenarios en los que se desenvuelve, así como descubrir cuáles son las oportunidades que se presentan en un mercado electrónico de alta competencia.

3.2.1.1. ENTORNO ECONÓMICO

El Sistema de Compras Públicas de Chile es un mercado complejo, que mueve alrededor de 9.100 millones de dólares anualmente, casi un 4% del producto interno bruto. Su creación contribuyó enormemente en la transparencia de los procedimientos de adquisiciones efectuadas por el gobierno. ChileCompra, ha cumplido su primera década y en este período, su crecimiento ha sido exponencial, las transacciones realizadas pasaron de US\$ 1.000 millones en 2003, a más de US\$ 9.100 millones en el año 2012, generando un ahorro para el Estado, estimado por el propio organismo público de unos, US\$ 333 millones sólo en 2012. Más de 112 mil empresas privadas, 90% de ellas calificadas como PYMES, han podido ofrecer sus productos y servicios a por lo menos, 850 organismos públicos, en el mayor mercado electrónico del país.

La evaluación que realiza el gobierno del sistema de compras u contrataciones públicas es positiva puesto que genera oportunidades tanto para grandes empresas como para la microempresa.

3.2.1.2. ENTORNO POLÍTICO

Actualmente, la ciudadanía a nivel nacional, tiene nuevas percepciones de la política en general, entre ellas, que la desigualdad en el país es muy grande, que las empresas abusan de los consumidores y de los trabajadores, y que el lucro es un factor negativo para el país. Existe una fuerte crítica a la legitimidad del modelo político y social. El gobierno de turno está terminando su periodo de administración con resultados tolerables, pero el panorama político es complicado, debido a las diferentes posturas de los actores de gobierno, situación que afecta directamente los sistemas gobernados por el frente o partido político de turno, con todas las ideologías que esto implica. Cada cambio en la administración del país afecta el sistema de compras públicas, teniendo que adaptarse a los nuevos requerimientos y normas que imponga el nuevo mandatario, lo que se puede traducir en amenazas para la estabilidad del mercado electrónico.

3.2.1.3. ENTORNO TECNOLÓGICO

Los constantes cambios tecnológicos son una importante característica de la economía actual, la globalización y la modernización se mueven a velocidades inimaginables. Esta situación hace imperativa la actualización permanente de las empresas en la búsqueda y adaptación de las tecnologías idóneas con el fin de obtener y manejar la información necesaria para aprovechar oportunidades e innovar en un mercado global y vertiginoso, para competir de manera exitosa.

La rápida digitalización obliga a las micro, pequeñas y medianas empresas a adquirir tecnologías al precio que sea para alcanzar los niveles de competencia que exige el hecho de lidiar con grandes empresas que gracias a las TIC, alcanzan niveles muy rápidos de difusión, difíciles de alcanzar en un mundo que

avanza a pasos agigantados con el nacimiento de internet, las comunicaciones móviles y el entretenimiento digital.

3.2.1.4. ENTORNO LEGAL

El entorno legal está relacionado con las acciones de gobierno, tales como promulgación de Leyes y normas así como la creación de políticas fiscales y monetarias. Apunta a las relaciones del gobierno con las industrias y las regulaciones de la competencia para proteger al consumidor. En la actualidad, Chile vive un período de elecciones que expone al país a posibles cambios como sociedad. La ciudadanía, ha progresado y es así como las demandas por servicios públicos de mejor calidad son prioridad.

3.2.1.5. ENTORNO SOCIAL

Chillán es una ciudad pequeña, capital provincial de Ñuble, no obstante es una ciudad que se encuentra desarrollándose rápidamente económicamente, a pesar que según la información entregada por el último censo realizado, la población económicamente activa ha disminuido a raíz de la disminución de los niveles de mortalidad y la tasa de natalidad de esta zona. Las Pyme se hacen cada día más comunes, gracias a las bondades características del clima geográfico, es común por ejemplo las empresas apicultoras y frutícolas que incluso han comenzado a exportar sus productos a otros países. Así mismo es que las micro y pequeña empresas están comenzando a integrar los negocios por internet a sus tareas habituales.

3.2.1.6. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Del análisis realizado a los factores externos, se obtienen las siguientes oportunidades y amenazas para los proveedores de la ciudad de Chillán:

- **OPORTUNIDADES**

- ✓ Trato igualitario en cualquier proceso licitatorio, puesto que la Ley establece libertad y transparencia en cada llamado a licitación por parte de los organismos estatales, bajo la disposición de la libre concurrencia de los oferentes e igualdad ante las bases.
- ✓ Fácil acceso a una amplia cartera de clientes en la plataforma de mercado público puesto que es un canal que puede utilizarse para abastecer a todos los organismos públicos sin necesidad de moverse de su escritorio para realizar las transacciones, ampliando los horizontes y reduciendo las distancias físicas existentes.
- ✓ Constante desarrollo de tecnologías de información tanto en software como en hardware, más económicas y eficientes, para realizar los procesos de participación y transacción en mercado público, en un mundo altamente globalizado y moderno, que día a día entrega equipamiento y herramientas aptas para este tipo de funciones.
- ✓ Creciente nivel de transparencia en la entrega de información del sector público que incluye los procesos de compra transparentes, fiscalizados y normados por Ley, lo que otorga un nivel mayor de confianza para las empresas que desean participar del mercado electrónico del Estado.
- ✓ Capacitaciones gratuitas y al alcance de cualquier proveedor en el centro de ChileCompra de Chillán ubicado en el centro de la ciudad.
- ✓ Información de mercado inmediata que entregan las diferentes plataformas del mercado público, las 24 horas los 7 días de la semana.
- ✓ La creación del denominado “observatorio”, que pretende fiscalizar los procesos de licitación que llevan a cabo las instituciones públicas así como también el seguimiento a los reclamos ingresados.
- ✓ Comunicación expedita, puesto que todos los procesos que se realizan son en línea y se puede obtener un contacto cercano entre compradores y

vendedores estableciendo relaciones más personalizadas que en un mercado físico.

- **AMENAZAS**

- ✓ Altas exigencias en calidad, precio y plazos cortos de entrega de los productos, de parte de las entidades públicas demandantes, puesto que es un mercado con una extensa cartera de proveedores.
- ✓ Modalidad de pago dispuesta por Ley, establecida a 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura.
- ✓ Nivel de competencia alto en el mercado electrónico, puesto que las Pyme compiten con grandes empresas que cuentan con una estructura financiera sólida.
- ✓ Corrupción de los procesos licitatorios gestionados por los municipios que presentan características repetitivas de cohecho en sus procesos, los cuales a nivel nacional son desaprobados.
- ✓ Dependencia de la Dirección de ChileCompra del Gobierno de turno y sus respectivas tendencias.

3.2.2. ANÁLISIS INTERNO

Para descubrir las fortalezas y debilidades de las empresas de la ciudad de Chillán se realiza un estudio de los factores relevantes, tales como clientes, competencia y ubicación geográfica.

3.2.2.1. CLIENTES

EL principal cliente que poseen las empresas de la ciudad de Chillán y todas aquellas que participan de los procesos licitatorios en el sistema de compras y contratación pública es el Estado, fragmentado en los distintos Organismos demandantes de carácter público que conforman el mercado público.

Los negocios con el Estado, tienen características favorables y contrarias, por ejemplo no pueden discriminar a las empresas por su tamaño, sino por su oferta, además deben realizar procesos transparentes regulados y fiscalizados por las entidades legales correspondientes. No obstante, el Estado tiene serios inconvenientes en materia de pago, de hecho de las encuestas realizadas se deduce como mayor problema la modalidad de pago a 30 días fecha de emisión de la factura.

3.2.2.2. COMPETENCIA

El factor competencia puede observarse de dos puntos de vista, por una parte la libre competencia en el mercado público comprende la asignación de los recursos en la sociedad de manera descentralizada, por una gran cantidad de agentes en el mercado y no por un ente central. En un mercado con libre competencia los compradores se esfuerzan por contratar a proveedores con menores precios, mejor calidad, mayor variedad o sofisticación en los productos, mayor innovación y más y mejores servicios, beneficiando directamente a los organismos demandantes.

De lo mencionado anteriormente, se deduce que la posibilidad de competir libremente genera mayor competencia a nivel nacional, puesto que en un llamado a licitación generado por una institución estatal en la ciudad de Chillán, ésta puede eventualmente, recibir y aceptar ofertas desde Arica a Punta Arenas, e incluso de proveedores del extranjero, cabe recordar que pueden inscribirse en el registro de ChileProveedores *“todas las personas naturales y jurídicas, chilenas y extranjeras, que deseen ser proveedores del Estado de Chile”*²³, por ende la competencia se torna incalculable.

²³Chile Proveedores. (Visita Octubre 2013). Obtenido de:
<http://www.chileproveedores.cl/chprovdnn/preguntasfrecuentes.aspx>

3.2.2.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La ciudad de Chillán está ubicada en la zona centro sur del país, y registra un clima variable pero no extremo. La situación geográfica permite a las empresas transar a menores costos en materia de envío, puesto que la mayor concentración de compras se encuentra en la zona centro del país. En las encuestas realizadas se consulta a los proveedores respecto del plazo de entrega de sus productos y servicios revelando que estos no superarían los diez días, situación conveniente para las entidades compradoras que demandan rapidez y eficacia en sus procesos.

3.2.2.4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Del análisis interno se desprende lo siguiente:

- **FORTALEZAS**

- ✓ Posibilidad de evaluar las diferentes alternativas de negocio que se presentan en el mercado público electrónico y decidir en cuál de ellas desean participar.
- ✓ Poseer cargo o función específica en la empresa, vinculada al monitoreo del portal de compras públicas, puesto que proporciona mayores oportunidades de negocio en tiempo real.
- ✓ Reducción de costos derivada de la posibilidad de transar mediante un portal electrónico, que no requiere (dependiendo del tamaño de la empresa), más que una función o cargo específico que esté vinculado al mercado público para captar oportunidades de negocio con el Estado.

- **DEBILIDADES**

- ✓ Escasa preparación para operar en el sistema de compras públicas, en cuanto a capacidad técnica, puesto que las empresas no se interesan por asistir a las capacitaciones dictadas por la Dirección de ChileCompra en el centro ubicado en la ciudad de Chillán.
- ✓ Estructura financiera débil en general, presentada por las empresas de la ciudad de Chillán, para participar de procesos licitatorios de gran envergadura, los cuales implican boletas de garantía, boleta de seriedad de la oferta entre otros documentos legales que requieren de un respaldo financiero sólido.
- ✓ Desconocimiento del sistema, respecto del uso del sistema derivado de la escasa información que poseen las empresas puesto que no realizan la búsqueda de ésta.
- ✓ Falta de interés de las empresas en realizar negocios con el Estado.

3.2.3. MATRIZ FODA

Con la información recabada, de los análisis realizados al ambiente interno y externo de la empresas de la ciudad de Chillan y su participación en el mercado público, se puede elaborar una matriz de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, la denominada matriz FODA.

A continuación se presenta la siguiente matriz:

Ilustración 3: Matriz FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trato igualitario ▪ Amplia cartera de clientes ▪ Creciente desarrollo de tecnologías ▪ Aumento de transparencia del sector público. ▪ Capacitaciones gratuitas ▪ Información inmediata ▪ Creación de observatorio ▪ Comunicación expedita 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Altas exigencias de las entidades públicas ▪ Modalidad de pago ▪ Nivel de competencia alto ▪ Corrupción de los procesos efectuados por los municipios ▪ Dependencia de la Dirección de ChileCompra del Gobierno de turno
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posibilidad de evaluar alternativas ▪ Poseer cargo o función vinculada al mercado público ▪ Reducción de costos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso conocimiento técnico ▪ Respaldo financiero débil ▪ Desconocimiento del sistema ▪ Falta de interés

FUENTE: Elaboración propia, con datos obtenidos del análisis situacional

3.3. FACTORES QUE AFECTAN LA PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CHILLÁN

El estudio realizado permite determinar ciertos factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en Mercado público, dependiendo del estado del proveedor en la plataforma de ChileProveedores.

Los factores se detallan a continuación:

I. Difusión de la información:

En las plataformas de ChileCompra existe mucha información, sin embargo es necesario acceder a las plataformas para obtenerla, de hecho existe una plataforma llamada www.formación.cl, dedicada exclusivamente a mantener información actualizada respecto de los procesos que se realizan en los diferentes portales que dispone la Dirección de ChileCompra.

II. Conocimiento técnico:

Se requiere capacitación para comprender de mejor manera los procesos que se realizan en el mercado público. Si bien es cierto existen manuales para esto, y se puede aprender de manera práctica, es importante que las empresas cuenten con personas en su empresa capacitadas para transar en el portal.

III. Acceso y uso de la TIC:

ChileCompra, es un sistema que utiliza la tecnología como tal, así como también utiliza los sistemas de información, por ende es imprescindible contar con tecnología y saber utilizarla para participar del mercado electrónico.

IV. Modalidad de pago:

En sí la modalidad de pago a 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura, es un factor que las empresas deben considerar cuando deciden participar de un proceso de licitación, tomando en cuenta el riesgo que esto conlleva y la carga económica que deben soportar en cuanto a sus deberes tributarios.

V. Plazos reales de pago:

Este factor, es considerado el más crítico respecto de la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en el mercado público, partiendo de lo que implica la modalidad como tal, hasta el cumplimiento de esta normativa,

por parte de las Instituciones públicas. En promedio las entidades públicas demoran 45 días, lo cual genera desconfianza, descontento y posteriores reclamos al sistema de compras públicas.

VI. Expectativas de las empresas:

Este factor es relevante puesto que cuando una empresa decide participar en un proceso de licitación y se lo plantea como objetivo, espera concretar con éxito, sin embargo es común que las empresas sufran decepción de los procesos licitatorios, sobre todo respecto de los procesos ejecutados por los municipios.

VII. Personal interno vinculado a ChileCompra:

El mercado electrónico ya no es algo nuevo, existen los tratados entre clientes (mercado libre), los tratados entre las grandes empresas y los clientes (Retails), y el caso de estudio entre Gobierno y empresas (mercado público), por ende las empresas deben contar y destinar personal de su estructura organizacional al monitoreo y seguimiento de oportunidades de negocio en las plataformas electrónicas. Los procesos de compra con el Estado, son prolongados, por lo tanto se requiere alguien a cargo exclusivamente de estos procesos.

VIII. Atención de reclamos:

Este factor de alguna manera se vincula con el sistema de pago, puesto que se recibe la mayor cantidad de reclamos por este ítem. No obstante el reclamo implica una insatisfacción del proveedor que registra su molestia en una plataforma dispuesta para ello, esperando contar con una respuesta satisfactoria.

3.4. DIAGNÓSTICO SITUACIÓN ACTUAL

El mercado de compras públicas visto desde la perspectiva de las empresas de la ciudad de Chillán, no es aprovechado en un cien por ciento de las compañías, puesto que existen factores que afectan negativamente la integración de las empresas para participar.

En este contexto se encuentra el factor número 1, el cual involucra dos aspectos; la falta de información de parte de los proveedores, lo que provoca desinterés de las empresas por participar del mercado, generado principalmente porque ChileCompra no considera difusión de información en su presupuesto a nivel local. Esto sucede porque el periodo de difusión y digitalización dispuesto para las empresas ya cerró su ciclo y Claudia Ortiz (directora del centro de ChileCompra Chillán) comenta que el Mercado Público se encuentra en un periodo de consolidación de proveedores. Por lo tanto el proveedor que desee participar y aprender los procesos debe acceder por iniciativa propia a las plataformas.

La mitad de los proveedores de la comuna de Chillán no tienen interés en conocer el sistema y su funcionamiento por lo tanto no busca la información referente al medio y por ende no se capacitan o no se sienten capacitados para realizar transacciones en este mercado. La mayoría de las empresas sólo llegaron a inscribirse en el portal de ChileProveedores y trabajan con las instituciones públicas cuando éstas realizan adquisiciones menores a 3 UTM, siendo la única posibilidad permitida por la Ley para su contratación. Nuevamente implica una iniciativa de parte del proveedor y una necesaria información, puesto que según la investigación realizada semanalmente se realizan capacitaciones dictadas por la Dirección de ChileCompra en sus centros dispuestos para ello, sin embargo no cuentan con una inscripción superior a 5 personas.

Respecto del factor de acceso y uso de las tecnologías de información se observa que hoy en día existen diferentes tecnologías y la Dirección de ChileCompra se está actualizando día a día para entregar mayor cantidad de posibilidades a los proveedores, con el objeto de que éstos tengan acceso desde cualquier lugar, de hecho se encuentra en proceso de instauración de una nueva aplicación para

equipos móviles destinada a las empresas y el ingreso de ofertas, sin embargo para que esto sea exitoso, es necesario que los proveedores tengan cierto conocimiento técnico para utilizar las aplicaciones así como contar con el presupuesto necesario para adquirir la tecnología que involucra.

La otra mitad de proveedores se divide en dos categorías; quienes se encuentran hábiles y están participando activamente del mercado público electrónico, y quienes por razones legales han sido inhabilitados para participar, sin embargo en algún momento participaron y conocen el sistema. La mayor parte de estos proveedores se encuentra hábil y reconocen estar descontentos con ciertas características que presenta el realizar negocios con el Estado.

Del contexto descrito anteriormente, se puede decir que la problemática de las empresas está constituida por la modalidad de pago a 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura, situación que se ve aumentada por la irresponsabilidad de las Instituciones públicas en el cumplimiento de este plazo de pago. Se deduce del estudio que además del factor referente a la modalidad de pago a 30 días posteriores a la emisión de factura, se suma la morosidad de las Instituciones en cancelar sus deudas y cumplir con esta modalidad, por ende si el pago demora más de lo esperado provoca molestia. La mayor parte de los organismos públicos excede el tiempo límite de pago (30 días), afectando directamente la estructura financiera de las empresas, quienes mensualmente deben cumplir con sus obligaciones tributarias como es el pago de IVA, el cual no puede ser postergado de la manera en que se posterga el pago de sus productos o servicios.

Sin perjuicio de lo mencionado, las oportunidades de negocio con el Estado son múltiples puesto que el mercado público es amplio y no tiene fronteras regionales, otorgando a las empresas la posibilidad de comercializar sus productos o servicios a lo largo de todo el país, así como también permite la realización de convenios de suministro con entidades públicas previa licitación pública o pertenecer a la cartera de proveedores que depende directamente de la Dirección de ChileCompra, denominada ChileCompra Express o convenio marco.

Los proveedores hábiles de la ciudad de Chillán, han evolucionado y han instaurado en su gran mayoría un cargo o función específica vinculada al mercado público, lo cual es beneficioso debido a la necesidad de monitorear los procesos de oferta así como los procesos exitosos que implican la recepción de la orden de compra hasta el pago del bien o servicio. Del estudio se dedujo que las empresas que cuentan con un cargo o función vinculada a ChileCompra alcanzan por lo menos un 30% de procesos exitosos, a diferencia de las que no poseen o no les interesa.

Más de la mitad de los proveedores hábiles han ingresado alguna vez algún reclamo al portal debido a su descontento con algún proceso, sin embargo no siempre han recibido una respuesta satisfactoria transformándose en un foco de desconfianza. Sin embargo del análisis realizado se concluye que las respuestas no satisfacen las necesidades de los proveedores. La Dirección de ChileCompra está implementando una nueva modalidad llamada “observatorio”, que pretende realizar un seguimiento a los procesos “dudosos”, así como también a los reclamos interpuestos y las respuestas entregadas por las instituciones estatales.

Finalmente se descubre que existen prejuicios de parte de las empresas tanto inscritas como hábiles, generado mayormente por las gestiones que realizan los municipios en materia de compras, debido a la autonomía de esta institución y el poder de decisión que se otorga a los alcaldes, lo que provoca desconfianza y molestias en la ejecución de los procesos licitatorios. En general, esta problemática hace referencia al factor “expectativas de las empresas”, el cual se refiere a la probidad y transparencia que se ve afectada de cierta manera debido a que los municipios, han generado una ola de desconfianza con procesos licitatorios de resultados dudosos. Sin embargo estas instituciones poseen cierta autonomía por lo que resulta difícil fiscalizar e intervenir por parte del Gobierno.

CONCLUSIÓN

De la presente memoria de título se obtienen importantes conclusiones respecto de los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en Mercado Público.

Se debe partir de la base que a nivel de comuna los proveedores se encuentran divididos en tres categorías; inscritos, hábiles e inhábiles y que para cada categoría existen factores y características que afectan de distinta manera.

En primer lugar se concluye del porcentaje de empresas que se encuentran inscritas, una falta de información referente al funcionamiento del sistema de compras públicas y una falta de interés por conseguir esta información. La información está disponible en las plataformas de la Dirección de ChileCompra, pero no existe difusión radial, en prensa o de algún tipo, por lo tanto no existe manera de que los proveedores conozcan el sistema si no existe una iniciativa de parte de las empresas. Respecto de lo descrito anteriormente se recoge la opinión de Claudia Ortiz la directora del centro de ChileCompra de Chillán y se descubre que no hay presupuesto dispuesto para realizar difusión y que el proceso de digitalización de las empresas está en retirada.

Se cree que es necesario hacer llegar de alguna manera la información a los proveedores puesto que el mercado electrónico instaurado por el Gobierno podría representar un crecimiento en la economía local de Chillán debido a que es un mercado que no tiene fronteras regionales. Realizar llamados radiales o publicaciones en los diarios locales de la ciudad indicando la existencia de un centro de capacitación y su ubicación específica, favorecería la inclusión de empresas en el registro de ChileProveedores, y una consecuente participación de las empresas de la ciudad de Chillán en Mercado Público.

En segundo lugar se encuentra otro considerable porcentaje de empresas que se encuentra en estado “hábil”, es decir que puede participar activamente de todos los procesos licitatorios que se presentan en Mercado Público ya sea a nivel de ciudad tanto como a nivel de país.

En general, estas empresas califican al sistema de compras públicas con una evaluación tolerable, si bien es cierto reconocen que tienen la oportunidad de ofertar y adjudicar sus productos o servicios a las entidades públicas, declaran no estar conformes con el cumplimiento de las entidades estatales en cuestión de pagos. La modalidad de pago, 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura está dispuesta en la Ley 19.886 referente a las compras y contrataciones públicas, sin embargo afecta negativamente la participación de las empresas pues deben estar preparadas financieramente para soportar los costos que este plazo implica. A lo anterior se suma la irresponsabilidad de las instituciones públicas, que en promedio demoran 45 días en cancelar los bienes y servicios que adquieren, generando descontento y desconfianza en los proveedores.

Se especula que la solución a esta problemática sería establecer plazos de pago clasificados según el monto de la adquisición o con opción de la entidad pública licitante, es decir, que dependiendo de las características de la compra y el presupuesto de dicha entidad, ésta tenga la posibilidad de proponer pago al contado, a 15 días o incluso anticipado.

Por otro lado, queda de manifiesto que ChileCompra, tanto para el país, como para las regiones, ha sido de gran ayuda para los Servicios públicos, que a través de las diferentes plataformas realizan sus compras electrónicamente. Esta modalidad, ha reducido los costos, el tiempo y también ha ayudado a obtener en gran medida una importante agilización de procesos en la adquisición de bienes. Otro aspecto positivo de la implementación de este sistema, es que se ha logrado un aumento en los niveles de probidad, de los que antes carecían los servicios públicos y no se podía controlar. El gobierno ha realizado mejoras en la funcionalidad de ChileCompra y sus derivados, para hacerlo más accesible a los usuarios, ya sea compradores tanto como proveedores. Estas reformas han ayudado a la inclusión de proveedores de las categorías de medianas y pequeñas empresas, aumento que ha sido posible, gracias a las constantes capacitaciones que se han entregado a las instituciones públicas, para fomentar la inclusión de estos potenciales abastecedores.

En la ciudad de Chillán, la situación actual es favorable, más no es aprovechada. Es una de las 16 ciudades privilegiadas que cuentan con un centro de ChileCompra en el país, sin embargo el 50% de las empresas, se encuentran solamente inscritas y declaran desconocer el mercado electrónico.

El mercado público es medio con una alta competencia, y competir en él, obliga a las empresas a poseer fortalezas que se traduzcan en ventajas competitivas y consecuentemente maximicen el beneficio de las organizaciones.

Ahora bien, cabe destacar que los proveedores habilitados para participar y que además realizan sus ofertas en la plataforma de compras públicas, obtienen al menos un 30% de procesos exitosos, vale decir adjudicados con base en los criterios de evaluación correspondientes. En este contexto se deduce un escenario viable para vender y distribuir los productos y/o servicios, a lo largo de todo el país, para las empresas de la ciudad de Chillán, siempre que éstas, dediquen un espacio al monitoreo y seguimiento de los procesos licitatorios derivados de las instituciones públicas de todo Chile.

Finalmente, cabe mencionar que la entidad pública peor catalogada son los municipios, propiciando un ambiente de desconfianza e insatisfacción de parte de los proveedores. Estas instituciones poseen autonomía para realizar procesos de licitación pública, tiene beneficios que otras entidades públicas no tienen y su fiscalización resulta difícil para el Gobierno. En este contexto, se cree necesario realizar una reforma a la Ley que involucre una igualdad de condiciones para todos los organismos públicos, así como también un aumento de fiscalización por parte del Gobierno con sanciones y condenas establecidas para castigar las malas prácticas.

Finalmente, cabe señalar que la presente memoria de título ha determinado los factores que afectan la participación de las empresas de la ciudad de Chillán en el mercado público, identificando 8 factores relevantes. La presente memoria de título queda dispuesta para la continuación de un estudio de quien desee realizar un análisis para determinar de qué manera afectan, vale decir, positiva o negativamente dichos factores, a la participación de las empresas en el mercado público.

BIBLIOGRAFÍA

Alberto De Núñez y Lugonez, F. (2001). Modelos de Negocios en Internet. Madrid, España: MacGraw-Hill Profesional.

Chile Compra. (Visita 06 de octubre de 2013). Obtenido de:
http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1262&Itemid=1011

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (Visita 15 de octubre de 2013).
Obtenido de: <http://www.bcn.cl/ley-transparencia/resumen-ley-transparencia>

Dirección de Chile Compra, sobre compras y contrataciones públicas. (Visita 27 de octubre de 2013). Obtenido de:
http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&id=1579&Itemid=1090

Observatorio Digital. (Visita Octubre de 2013). Obtenido de:
<http://www.observatoriodigital.gob.cl/estadisticas/global-e-government-survey>

Mercado Público. (Visita Octubre 2013). Obtenido de:
<https://www.mercadopublico.cl/Portal/login.aspx>

Chile Proveedores. (Visita Octubre 2013). Obtenido de:
<http://www.chileproveedores.cl/chprovdsn/>

Analiza. (Visita Octubre 2013). Obtenido de: <http://www.analiza.cl/web/>

Dirección de Presupuestos Gobierno de Chile. (Visita Noviembre de 2013).
Obtenido de: <http://www.dipres.gob.cl/595/w3-propertyvalue-14403.html>

Unidad de Modernización y Gobierno digital. (Visita Noviembre de 2013). Obtenido de: http://www.modernizacion.gob.cl/assets/doc/Brochure_estrategia_MeGov.pdf

Red de Administración Pública de las Naciones Unidas. (Visita Noviembre de 2013). Obtenido de: http://www.unpan.org/egovkb/global_reports/08report.htm

Ley 19.886. Chile. Ley de Bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, Ministerio de Hacienda, Santiago, julio de 2003. 30p

Ley 20.285. Chile. Ley sobre acceso a la información pública (transparencia), Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Santiago, Agosto de 2008. 19p.

Reglamento de Compras Públicas. Chile. Decreto N° 250. Ministerio de Hacienda, Santiago, 2004. 37p.

Manual de Proveedores. Desarrollado por la Dirección de ChileCompra. Publicado en plataforma de ChileCompra, 2010. 60p.

Informe proveedores micro y pequeños en Chile Compra. Desarrollado por el área de comunicaciones y Marketing de la dirección de Chile Compra.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta ChileProveedores

ENCUESTA DE CHILEPROVEEDORES

- Razón Social : _____
- R.U.T. : _____
- Representante legal : _____
- Teléfono : _____
- Correo electrónico : _____
- Dirección : _____
- Actividad principal : _____
- Fecha de inicio de actividades : _____

1) ¿Cuál es su estado en ChileProveedores?

Marca solo un óvalo.

- Inscrito
- Hábil
- Inhábil

- Si solamente está inscrito, podría decir, ¿por qué razón su empresa no se ha habilitado en ChileProveedores?

(Si su respuesta fue hábil o inhábil continúe con la pregunta N° 2)

Marca solo un óvalo.

- Pago semestral o anual
- Sin capacitación en Mercado Público
- Desconocimiento
- Todas
- Otro: _____

2) En su empresa, ¿existe un cargo específico o labor específica vinculada al mercado público?

Marca solo un óvalo.

- Cargo específico
- Función específica
- No
- Otro: _____

- Si su respuesta fue no, podría indicar, ¿Por qué su empresa no realiza un monitoreo del portal??

No cuenta con presupuesto

- No le conviene, porque no es eficaz
- No lo considera necesario
- No le interesa participar del Mercado Público
- Otro: _____

3) ¿Ha postulado a licitaciones pertenecientes a la ciudad de Chillán?

(Por ejemplo; Municipalidad, Universidades, Hospital)

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

- Si la respuesta fue si, ¿A qué tipo de licitación?

Selecciona todos los que correspondan.

- Menores a 100 UTM
- Menores a 1000 UTM
- Trato directo (menor a 3 UTM)
- Por servicio especializados
- Siempre, sin importar el monto

4) En los últimos 3 años, ¿A cuántas licitaciones ha postulado en la ciudad de Chillán?

(Indique número de licitaciones)

- Si nunca ha participado de alguna licitación, podría indicar, ¿Por qué no lo ha hecho?

Selecciona todos los que correspondan.

- No posee capacitación
- Por multas aplicada en alguna de las causales contempladas en las respectivas bases de licitación
- Porque se encuentra inhabilitado
- Otro: _____

5) ¿Cuántas licitaciones de las que usted ha postulado se ha adjudicado en la ciudad de Chillán?

Marca solo un óvalo.

- De 1 a 5 licitaciones
- De 5 a 10 licitaciones
- De 10 a 15 licitaciones
- Más de 15 licitaciones
- Otro: _____

- Si nunca se ha adjudicado una licitación, ¿Cuál fue el motivo?

Selecciona todos los que correspondan.

- No cumple con los requisitos mínimos
- Plazo de entrega del bien o servicio
- Conflictos de interés, pues tiene relaciones de parentesco o comercial con la entidad licitante
- Se encuentra condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador

Otro: _____

6) Si usted se ha adjudicado alguna licitación, las entidades licitantes, ¿Han cumplido con el plazo de pago 30 días posteriores a la fecha de emisión de la factura, establecido por Ley?

Marca solo un óvalo.

Si

No

A veces

Otro: _____

- En promedio, ¿Cuánto tiempo diría usted que demoran en pagar?
(Indique cuánto tiempo)

- De las Instituciones Públicas de la ciudad de Chillán, podría mencionar, ¿Cuál es la más morosa en materia de pagos?

7) Podría valorar en una escala de 1 a 7, donde 1 es muy malo y 7 muy bueno, ¿qué tan conforme se encuentra con la modalidad de pago del Mercado Público?

Marca solo un óvalo.

Muy Malo 1 2 3 4 5 6 7 Muy bueno

8) ¿Cuál es el plazo de entrega de sus productos y/o servicios cuando se ha adjudicado una licitación?

Marca solo un óvalo.

- Entre 24 y 48 horas
- Entre 48 y 76 horas
- Entre 3 y 10 días
- Más de 10 días
- Otro: _____

9) ¿Ha ingresado algún reclamo en el portal de Mercado Público?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

• Si la respuesta fue si, ¿Qué tipo de reclamo?

Selecciona todos los que correspondan.

- Pago fuera de plazos establecidos
- Disconformidad con el proceso licitatorio
- Término de contrato anticipado o cancelación de orden de manera anticipada por la entidad compradora
- Otro: _____

• Si ha ingresado reclamo, ¿Ha obtenido respuesta satisfactoria?

Marca solo un óvalo.

- Si
- No
- Otro: _____

10) Si no está interesado en participar del Mercado Público, podría decir, ¿Cuál es la razón?

Marca solo un óvalo.

- Pago fuera de plazos
- Disconformidad con el proceso licitatorio
- Criterios de evaluación mal definidos
- Poca revisión y monitoreo del portal de Mercado Público
- No tiene interés
- Todas
- Otro: _____

- Si ninguna de las opciones anteriores se ajusta con sus motivos, ¿podría describir con sus palabras cuál es la razón?

Anexo 2: Listado de proveedores de la ciudad de Chillán

RAZÓN SOCIAL	R.U.T.	ESTADO
ARVAL	76.210.180-7	Inscrito
CLINICA LAS AMAPOLAS LTDA.	79.607.900-2	Hábil
IMPRESORA ÑUBLE	85.251.900-2	Inscrito
IMPORTADORA PANAMA S.A.	96.947.980-K	Hábil
ELIAS JOEL CHAVEZ GUTIERREZ	6.416.093-1	Hábil
MULTISERVIS LTDA	9.793.119-4	Hábil
RODAFRENO LTDA	77.163.760-4	Inscrito
JUAN VALLEJO E HIJOS LTDA.	81.852.100-6	Hábil
ROBERTO ARAVENA	12.377.127-3	Hábil
CARLOS SAAVEDRA LAVIN	10.881.532-9	Inscrito
QUEZADA HERMANOS LTDA	79.854.580-9	Inscrito
SOC. COMERCIAL VIELMA LTDA	77.613.760-k	Inscrito
SOC. COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA TORO BELLO Y OTRO LTDA.	76.619.520-2	Inscrito
JUAN MORA FUENTEALBA	8.231.272-2	Inscrito
CLAUDIA HERNANDEZ PARDO	11.852.314-8	Inscrito
ASEOS SAN FRANCISCO LIMITADA	77.186.780-4	Hábil
ASERRADEROS SAN JOAQUIN S A	96.694.500-1	Inscrito
SOCIEDAD FIGUEROA & DINAMARCA S.A	76.607.300-K	Inscrito
AUTOMOTRIZ ANTUMALAL LTDA	85.121.100-4	Hábil
INSTITUTO DE CAPACITACION CAMEDUC CHILLAN LIMITADA	76.525.260-1	Hábil
CONSTANTINO ZARZAR Y CIA LTDA CONSTANTINO ZARZAR Y CIA LTDA	83.919.100-6	Hábil
RENATO DIAZ S A	89.125.000-2	Hábil

CLUB DE NUBLE	80.208.600-8	Hábil
MARTA COLLAO LERMANDA	1.674.601-0	Inscrito
COMERCIAL WORLDTEC LTDCOMERCIAL WORLDTEC LTD	77.880.470-0	Hábil
COMERCIALIZADORA ORIENTE LIMITADA	76.273.520-2	Inscrito
COOP DE CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA CHI	80.237.700-2	Hábil
COPELEC CAPACITA LIMITADA	76.597.140-3	Hábil
TELECOMUNICACIONES CORDILLERA LIMITADA	77.387.460-3	Inscrito
L L AUTOS LTDA	84.550.300-1	Inscrito
GREZ Y ULLOA S.A	80.432.900-5	Hábil
INVERSIONES SAN SEBASTIAN SOCIEDAD ANONIMA	99.516.620-8	Hábil
JORGE RABIE Y CIA S A	81.788.500-4	Inhábil
FLORERIA LAS VIOLETAS LIMITADA	76.215.765-9	Inscrito
M Y M IMOBILIARIA LTDA	76.664.500-3	Inscrito
LEO JOUANNET VALDIVIESO	5.670.530-9	Hábil
HIDRO-CATT SOCIEDAD ANONIMA	99.572.000-0	Inscrito
SANDRA ANGELICA ITURRA BUSTOS	8.595.807-0	Hábil
MULTICOMERCIAL CHILLAN LTDA	79.983.790-0	Hábil
EMILIO LAHSEN CHAER	3.634.301-K	Inscrito
LABORATORIO FOLCH LIMITADA	77.213.170-4	Hábil
VICTOR DANIEL ARRIAGADA NUNEZ	6.523.381-9	Inscrito
LUIS HUMBERTO FLORES ALBORNOZ	4.159.594-9	Inscrito
SOCIEDAD COMERCIAL MULTIMÁQUINAS LTDA.	76.208.871-1	Inscrito
MAURICIO FUENTES MADERAS	14.026.783-K	Inscrito
VERA Y COMPANIA LIMITADA	79.712.860-0	Hábil

Anexo 3: Respuesta de ChileCompra por solicitud de información.



ORD. N°: 1562-13-DIB/

ANT. : Requerimiento de información
AEG11W-0000423.

MAT. : Informa.

SANTIAGO, 05 NOVIEMBRE 2013

DE : **ANDRÉS RUIZ IBÁÑEZ**
ENCARGADO DE TRANSPARENCIA
DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA

A : **DANIELA CADIZ RAMIREZ**

Por medio de la presentación indicada en el Antecedente, la persona individualizada requiere el registro de las empresas inscritas en ChileProveedores ya sea hábiles o no, de la ciudad de Chillán, provincia de Ñuble, Región del Bío Bío.

En relación con la materia, cumpla con informar que los antecedentes requeridos se encuentran disponibles en un archivo Excel, que será adjuntado al correo electrónico que les será enviado junto con una copia escaneada del presente oficio.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.,

Por orden del Director,

ANDRÉS RUIZ IBÁÑEZ
ENCARGADO DE TRANSPARENCIA
DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA
CHILECOMpra

Distribución:

- Destinatario
- Dirección