



**Universidad
de Valparaíso**
CHILE

Escuela de
**ADMINISTRACION
PÚBLICA**



Efectos de la participación de proveedores fantasma en mercado público sobre la experiencia usuaria de funcionarios compradores de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024

Tesis de pregrado para optar al Título de Administrador Público y al grado de Licenciado en Administración Pública

Alumno: Alfredo Morales Paredes

Profesor Guía: Alonso Cepeda Gutiérrez

Diciembre 2024

Agradecimientos:

Le agradezco a mi familia por acompañarme durante todo este proceso, brindándome el amor y apoyo necesario para superar los obstáculos que enfrente y alcanzar las metas que me propuse. En especial a mi mamá por ser un pilar fundamental en este camino.

A mis perritos por alegrarme los días con sus sonrisas incondicionales.

Y mi profesor guía por orientarme durante esta etapa final de mi carrera

Resumen

La utilización de la plataforma digital Mercado Público ha modernizado de manera significativa la eficiencia y transparencia de los procesos de compra en Chile, sin embargo, la participación de proveedores fantasma causa problemas a los usuarios compradores que usan la página. En el marco de la creciente preocupación estatal por mejorar sus servicios públicos con foco en mejorar la experiencia usuaria, esta investigación buscará conocer qué efectos produce la participación de las empresas fantasma en los procesos de compra de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso

Palabras clave: Compras públicas, Proveedores fantasma, Experiencia Usuaria, Mercado Público, Compra ágil.

Introducción

La necesidad de modernizar la entrega de los servicios públicos ha sido una idea que ha cobrado mucha fuerza en varios países desde hace algunas décadas. Chile no ha sido excepción a esta tendencia pues ha implementado diversas medidas de modernización en la búsqueda de ofrecer servicios de calidad, eficientes, transparentes y con un enfoque en los resultados.

Una de las medidas de modernización más importante en Chile fue la creación de la Dirección de ChileCompra, encargada principalmente de administrar y gestionar la plataforma transaccional de compras públicas llamada mercado público. Este sistema electrónico ha aportado muchos beneficios a la administración del Estado, puesto que les permite realizar sus procesos de compras y contrataciones de manera más rápida, eficiente, transparente, segura y trazable, entre otros beneficios.

Sin embargo, lo anterior no significa que mercado público este exento de problemáticas. Uno de los principales problemas que está enfrentando esta plataforma es la participación de proveedores que presentan ofertas de manera masiva e incumplen sus ofertas, rechazando o ignorando las órdenes de compra que les son emitidas. A este tipo de proveedores se les conoce coloquialmente como proveedor fantasma, por su característica principal de desaparecer y no responder las llamadas y correos que envían los usuarios compradores de la plataforma.

En esta investigación nos enfocaremos en qué efectos provoca este comportamiento por parte de los proveedores fantasma sobre la experiencia de usuario de aquellos funcionarios de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en 2024.

INDICE

CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO	7
1.1 Concepto de modernización del Estado.....	7
1.2 Concepto de compras públicas.....	10
1.3 Modernización en las compras públicas de Chile.....	11
1.4 La experiencia usuaria.....	15
1.4.1 Concepto de experiencia usuaria.....	15
1.4.2 Factores que influyen en la experiencia usuaria.....	16
1.4.3 Cómo se mide la experiencia usuaria.....	17
1.4.4 Medición de experiencia usuaria en el sector público de Chile.....	17
CAPITULO 2: MARCO INSTITUCIONAL	20
2.1 La dirección de ChileCompra.....	20
2.1.1 Qué es ChileCompra.....	20
2.1.2 Misión y Visión institucionales.....	21
2.1.3 Plan estratégico 2020-2024.....	22
2.1.4 Productos y Objetivos estratégicos.....	23
2.2 Mercado Público.....	24
2.2.1 Qué es mercado público.....	24
2.2.2 Cifras de mercado público en 2023.....	25
2.2.3 Principales usuarios de Mercado Público.....	25
2.2.4 Modalidad de compra: La Compra Ágil.....	26
2.3 El Registro de Proveedores.....	28
2.3.1 Qué es el Registro de Proveedores.....	28
2.3.2 Suspensión y eliminación de Proveedores.....	29
2.4 El Observatorio de compras públicas.....	30
2.4.1 Funciones del Observatorio de compras públicas.....	30
2.4.2 Canal de denuncias reservadas.....	31
2.4.3 Bloqueo del Proveedor PublicTrail Investment Ltda.....	32
2.5 La Universidad de Valparaíso.....	36
2.5.1 Misión y Visión institucionales.....	37

2.5.2	Dirección de Administración y Logística.....	38
2.5.3	Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos.....	39
	CAPITULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.1	Planteamiento del problema.....	40
3.2	Pregunta de Investigación.....	42
3.3	Objetivo general y objetivos específicos.....	42
3.4	Hipótesis de la investigación.....	43
3.5	Enfoque metodológico.....	43
3.6	Características de la investigación.....	44
3.7	Universo, población y muestra.....	45
3.8	Variables de la investigación y operacionalización.....	45
3.9	Instrumentos de recolección de datos.....	47
3.9.1	Formato de encuesta.....	48
3.10	Forma de analizar de los datos.....	50
3.11	Etapas de la investigación.....	51
	CAPITULO 4: ANALISIS DE DATOS.....	52
4.1	Construcción de perfil de Proveedor Fantasma.....	52
4.2	Análisis de ofertas por compra ágil recibidas en 2024.....	58
4.3	Aplicación de encuesta a funcionarios.....	67
4.4	Análisis de resultados de la encuesta.....	78
4.5	Reflexiones sobre resultados.....	81
	CAPITULO 5: CONCLUSIONES.....	84
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	86
	ANEXOS.....	91

CAPITULO 1: MARCO TEORICO

1.1.- Concepto de modernización del Estado

Para comprender de mejor manera el contexto dentro del cual se enmarcan los avances en los procesos de compras y contrataciones públicas en Chile, hay que saber en qué consiste la modernización del Estado y cómo esta les permite a los países adaptarse a los constantes cambios que suceden en las sociedades modernas.

En primer lugar debemos despejar el concepto de modernización. La modernización según la Real Academia Española corresponde a la “acción de modernizar algo” la cual se vincula con los conceptos de actualizar, renovar, rejuvenecer e innovar. En ese sentido, podemos decir que la modernización implica que un objeto pasa por un proceso de cambios que le permiten llegar a ser algo nuevo, distinto a su estado original, y que es percibido como una mejora o algo más nuevo (Real Academia Española). Profundizando más en este concepto, Saboya profundiza más el concepto, diciendo que la modernización es el proceso para hacer que un objeto pase a formar parte de una modernidad determinada mediante cambios estructurales y formales de sus características (Saboya, 2006).

Ahora bien, cuando llevamos estos conceptos al área de la Modernización del Estado, resulta preciso saber por qué un Estado necesita modernizarse. El autor Huntigton señala que a medida que las sociedades progresan, estas se vuelven más complejas y desordenadas, y si estos cambios económicos y sociales no van de la mano con la modernización política e institucional del Estado, este no será capaz de responder a las nuevas demandas y tensiones que provienen de la población (Huntigton, 1968). Podemos desprender de aquello que la modernización del Estado es necesaria para hacer frente a los desafíos contemporáneos y poder satisfacer de mejor manera las expectativas y demandas de la ciudadanía.

La modernización de los Estados empezó a cobrar cada vez más importancia durante las últimas décadas del siglo XX debido a los diversos cambios y

transformaciones de las sociedades producto de las nuevas tecnologías de la información, la globalización, las nuevas expectativas ciudadanas, entre otros factores.

En relación a esta nueva ola de modernización estatal, la OCDE publica en 2005 el informe “Modernising Government: The Way Forward” el cual analiza la modernización en los Estados desde la década de los 80 causada por los cambios tecnológicos, económicos y sociales, y presenta directrices sobre como las administraciones públicas pueden adaptarse a los desafíos del siglo XXI, estableciendo un marco de referencia sobre modernización en general (OCDE, 2006). Entre las propuestas encontramos:

- Gobierno abierto: Estrechar relaciones con la población, estableciendo los principios de transparencia, accesibilidad a la información y responsabilidad. Con esto se busca restaurar la confianza de las personas hacia el Estado, así como también mejorar la fiscalización ciudadana acerca de las actuaciones del Estado.
- Mejorar los resultados del sector público: Implica mejorar la eficacia y eficiencia de los servicios públicos, poniendo el foco en los resultados. Para ello se debe recurrir a la planificación estratégica, mejores técnicas de gestión presupuestaria, mayor flexibilidad de las instituciones y mejores sistemas de control de gestión.
- Modernizar los sistemas de responsabilidad y de control: Se refiere a la necesidad de adaptar y fortalecer los sistemas de rendición de cuentas y control en el sector público para hacerlos más efectivos y relevantes en un entorno en constante cambio
- Reasignación de recursos y reestructuración: Redistribuir los recursos para asignarlos de manera más eficiente, otorgando flexibilidad a la administración. De igual manera, propone reestructurar las instituciones y organizaciones estatales para propender a alcanzar de mejor manera las políticas.

- Utilizar los mecanismos de mercado: Propone que el sector público aproveche las oportunidades que ofrece el sector privado, mediante el outsourcing con proveedores privados para la entrega de servicios, las alianzas público-privado principalmente para la construcción de infraestructura y caminos, y emplear sistemas de subsidios (o vouchers) para que la población acceda a bienes y servicios del sector privado, mejorando la competencia y eficiencia de los usuarios.
- Modernizar el empleo público: Se basa en la creación de incentivos para los funcionarios públicos, invertir en la capacitación y desarrollo profesional, las evaluaciones de desempeño y en general mejorar las condiciones de trabajo y remuneración de los trabajadores, equiparándolas con el sector privado.

Los principios de Transparencia, Accesibilidad a la información y Responsabilidad del Estado son cruciales para llevar a cabo los procesos de modernización, así como la profundización de la democracia. La libertad de acceso a la información habilita un debate público en igualdad de información, permitiendo la creación de una opinión política informada por parte de los ciudadanos. Estos principios fomentan la participación ciudadana, la cual no solo busca ser parte de la elección de autoridades, sino que también quiere participar de los procesos de creación y elaboración de sus políticas. En conclusión, fortalecer el vínculo del Estado con la población eleva los niveles de confianza, legitimidad y gobernabilidad (Pefaur y Moreno, 2016).

En la misma línea de pensamiento, las sociedades democráticas contemporáneas se están enfrentando a un proceso de modernización que les exige incorporar en sus políticas, bienes y servicios de interés colectivo, estándares más sofisticados para viabilizar su relación con una sociedad que se encuentra en constante movimiento, por lo que la modernización supondría un cambio de paradigma en «el modo de hacer las cosas» por parte del Estado. Esto significa que el Estado ya no puede permitirse cumplir un rol solo funcional donde opere hacia dentro y sobre sí mismo, de manera unilateral, sino que debe transformarse para incluir a la ciudadanía en sus procesos, estableciendo un dialogo entre gobernador y

gobernado, incorporando mecanismos concretos que resulten en estándares más altos de participación social, comunicación y rendición de cuentas. (Pefaur y Moreno, 2016)

En el contexto de los procesos de modernización del Estado, hay que entender la modernización como un cambio metodológico y procedimental en el actuar del Estado, generando un nuevo paradigma administrativo, que funcione como un instrumento “al servicio de la gente” donde prime la eficiencia, la transparencia y la evaluación de resultados (Navarrete, 2015). A partir de ello, notamos que la modernización de los Estados trae consigo de manera implícita la necesidad de reconstruir formas y estructuras tradicionales, abriendo espacio a nuevos valores y principios que fortalezcan los conceptos de legitimidad, confianza y gobernabilidad.

1.2.- Concepto de compras públicas

Según la OCDE, las compras públicas se refieren a la adquisición de bienes, servicios y trabajos por los gobiernos y empresas estatales (Márquez, 2021), y el objetivo principal de las compras y contrataciones públicas es obtener bienes y contratar servicios necesarios para el cumplimiento de las funciones de la autoridad pública de una manera puntual, económica y eficiente (Márquez, 2021).

Por su parte, para la Unión Europea el objetivo principal de las compras públicas es un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, garantizando al mismo tiempo un uso más eficiente de los fondos públicos (Márquez, 2021)

Las compras públicas son, por tanto, aquel proceso que llevan a cabo los Estados para adquirir aquellas cosas que necesita para desarrollar sus funciones de manera adecuada. Es importante mencionar que las compras públicas han pasado por diversos procesos de modernización, abriendo paso a nuevas formas de llevar a cabo esta función, llegando a lo que conocemos hoy que son las compras mediante sistemas electrónicos.

1.3.- Modernización de las compras públicas en Chile

Ahora bien, es necesario comprender los procesos históricos que justifican la modernización en los sistemas de compras y contrataciones publicad del Estado de Chile.

Podemos encontrar que el primer gran avance en materia de compras públicas en Chile data desde el año 1927 durante el gobierno de Carlos Ibáñez del Campo, cuando fue creada la Dirección General de Aprovevisionamiento del Estado (DAE), mediante el DFL N°2.950. Según describe el sitio web de Archivos Nacionales de Chile, esta fue la institución “encargada de la adquisición, almacenamiento y distribución de todos los elementos necesarios para el funcionamiento de la Administración Pública”.

La DAE fungió como el principal organismo encargado de abastecer al Estado, mediante la adquisición de grandes volúmenes de bienes, almacenados en la región metropolitana, los cuales eran distribuidos a las distintas dependencias estatales de chile mediante transporte terrestre. La DAE compraba, almacenaba y distribuía productos comerciales de uso corriente para municipalidades y para organismos públicos del gobierno central, aunque no era obligatorio comprarle a esta institución (Centro de Estudios Públicos, 2002)

Esta institución, modernizadora para su época, encontró graves problemas durante su trayectoria. El crecimiento demográfico, el aumento del tamaño del Estado, la urgencia en la adquisición de bienes por parte de los servicios y la mala administración y gestión de la institución provocaron que dejara de ser eficiente y cumplir su misión a cabalidad, siendo relegada a la función de resguardar bienes y suministrar algunos procesos de licitación (Morales, 2017). De hecho, hacia mediados de la década de 1990, la DAE representaba sólo un 2% a 3% del total de las contrataciones públicas (Centro de Estudios Públicos, 2002).

Debido a los pobres resultados de la DAE y en vista y consideración de las nuevas tendencias modernizadoras del Estado popularizadas durante las últimas décadas del siglo XX, se empieza a discutir cada vez más en el circulo estatal sobre la

necesidad de actualizar los procesos de compras y contrataciones públicas. En virtud de lo anterior, durante el gobierno de Patricio Aylwin, se crea en 1993 el Programa Piloto de Modernización en la Gestión Pública, el cual siembre la semilla para futuros procesos modernizadores, esgrimiendo la necesidad de recuperar la operatividad de los servicios públicos mediante procesos de transformación que incluían la formulación estratégica y el enfoque en los resultados (Navarrete, 2008).

Dicho programa fue solo el comienzo de lo que vendría más adelante. Posteriormente en 1994 llega Eduardo Frei a la presidencia, estableciendo dentro de los temas principales del su gobierno la modernización del Estado, lo cual puede ser observado en sus bases programáticas, las cuales incluían, entre otras iniciativas, la gestión orientada a resultados, mayor eficiencia de los servicios y una gestión orientada a los ciudadanos (Ramírez, 2001).

Para llevar a cabo dichos fines, fue creado en 1994 la Comisión Nacional de Ética Pública, la cual luego de hacer una revisión sobre la normativa vigente que rige las compras y contrataciones públicas, publica un informe en el cual propone crear una ley para compras públicas que garantice la transparencia, la objetividad, la imparcialidad, la seguridad del cumplimiento del contrato y la detallada publicidad de todos los procesos para la adjudicación de compras, así como también crear un sistema electrónico para administrar las licitaciones, para aumentar el grado de transparencia y objetividad en la adjudicación (Velasco, 2020)

De manera simultánea, se crea el Consejo de Auditoría Interna General del Gobierno en 1994, el cual actúa como institución coordinadora para auditorías internas dentro del gobierno central. Este Consejo emite en 1996 un informe sobre contrataciones públicas donde se concluye que existía una auténtica necesidad de perfeccionar la actual legislación que rige los contratos públicos, debido a la existencia de un cúmulo inorgánico de normas legales (Centro de Estudios Públicos, 2002)

Además, también se creó el Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública en 1994, el cual tenía por objetivo coordinar a los distintos ministerios para promover la modernización de la gestión pública, proponiendo al Presidente las

políticas necesarias para llevar a cabo tal cometido, velando por la coherencia y articulación de sus planes (Morales, 2017), significando un gran paso para la Administración Pública Chilena en materia de modernizar su aparato estatal de manera sistémica, integrada y eficiente. En 1997 se formula el Plan Estratégico de la Modernización de la Gestión Pública 1997-2000, el cual se sustentaba sobre los principios de probidad, igualdad, eficiencia, transparencia, accesibilidad y gestión participativa, lo cual orientaría los futuros procesos de transformación de las instituciones (Ramírez, 2001)

El aporte más importante que realizó este comité en materia de compras públicas fue la creación del Programa de Reforma al Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público en 1998, el cual se resume en el cuadro 1.1.

Cuadro 1.1: Resumen programa de reforma de compras y contrataciones públicas de 1998.

Programa de Reforma al Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público (1998)	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Preservar la probidad - Mejorar la eficiencia y eficacia en los procesos de compra - Propiciar un mercado competitivo y transparente - Obtener mejores productos y servicios
Principios	<ul style="list-style-type: none"> - Transparencia y Probidad - Resguardo de recursos fiscales - Fácil acceso y abierta competencia - Rendición de cuentas
Iniciativas	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un sistema de informaciones y difusión del sistema de compras gubernamentales - Creación de una normativa marco de compras y contrataciones del sector público y reglamentos por Servicios - Creación de un sistema de intermediación de compras gubernamentales - Creación de una unidad de asistencia técnica .

Fuente: Elaboración propia, a partir del documento "Programa de Reforma al Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público" (DIPRES, 1998)

En consideración de todos los insumos generados por la Comisión Nacional de Ética Pública, el Consejo de Auditoría Interna de la Presidencia de la República y el Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública durante el periodo de 1994 a 1998, el presidente Eduardo Frei emite un mensaje presidencial hacia la Cámara de Diputados y Diputadas. En dicho mensaje se describían los fundamentos que justificaban la necesidad de legislar en materia de compras públicas, surge la idea de capacitar a los recursos humanos, presenta el concepto de un sistema de Información e intermediación electrónica y exponía los 8 principios sobre los cuales se instalaba el nuevo sistema de compras públicas: Legalidad, Formalismo, Publicidad y Transparencia, Igualdad, Idoneidad del contratante, mutabilidad del contrato, preeminencia de la administración y Control. (Márquez, 2021)

De manera simultánea, en 1999 se crea el programa de ChileCompra, dependiente del Ministerio de Hacienda y siendo la DAE el servicio responsable de su funcionamiento (DIPRES, 2002). Además, mediante el Decreto 1312 de 1999, se crea un sistema de información para compras y contrataciones públicas, el cual se tradujo en la creación de la página web llamada chilecompra, la cual fue inaugurado en el año 2000 y servía como pizarra electrónica donde algunas instituciones del gobierno central llevaban a cabo sus procesos de compra (Hussmann, 2004).

El proyecto de ley para regular las compras públicas tuvo que esperar un par de años para ser aprobado, promulgado y publicado. En ese sentido, es importante destacar un caso de corrupción que hizo que la agenda pública y de gobierno se volviera a avocar en la tramitación de esta ley y en la importancia de regular los procesos de compras y contrataciones del Estado.

El MOP-GATE fue una investigación de 2003 dirigida a desentrañar prácticas de triangulación de dineros entre empresas privadas, el Ministerio de Obras Públicas (MOP) y una empresa de consultoría (GATE) cuyo fin supuesto era el financiamiento de campañas políticas y la suplementación salarial a funcionarios públicos (Durán, 2018) .

Finalmente, tras todo lo antes mencionado, el 11 de Julio de 2003 se promulga la Ley 19886 de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, la cual fue publicada en el diario oficial el día 30 de Julio del mismo año, naciendo oficialmente la Dirección de Compras y Contratación Pública, o mejor conocida como ChileCompra.

1.4.- La experiencia usuaria

1.4.1.- Concepto de experiencia usuaria

La experiencia usuaria (UX por sus siglas en inglés) no posee una definición inequívoca, si no que los autores han optado por diseñar sus propios conceptos de UX. Para los fines de esta investigación, se han recogido definiciones apropiadas para el contexto del sistema de compras públicas en Chile.

La norma ISO 9241-210 define la experiencia usuaria como “El resultado de las percepciones y respuestas de una persona por el uso y y/o uso anticipado de un producto, sistema o servicio”

Asimismo, la experiencia usuaria también puede ser vista como la suma de tres niveles: Acción, qué hace el usuario; Resultado, qué obtiene el usuario; y Emoción, qué siente el usuario (Dillon, A. 2001)

Por su parte, según la Secretaría de Modernización de Chile la experiencia usuaria corresponde a “las percepciones y reacciones de una persona como resultado de la interacción con un servicio. Incluye todas las emociones, creencias, preferencias, percepciones, respuestas físicas y fisiológicas, comportamientos y logros de las personas usuarias que ocurren antes, durante y después de la interacción” (2024)

Es importante definir, además, quién es el usuario del servicio. Para ello, esta Secretaría define como usuarios a aquellas personas que reciben los productos o servicios que entrega una institución, es decir los usuarios finales. Pueden ser personas naturales o jurídicas.

Por tanto, en palabras más simples, la experiencia usuaria es cómo una persona se siente al interactuar con un producto, servicio o plataforma digital. Si bien es cierto

que la Experiencia Usuaría es utilizada por el sector privado por motivos de negocios y marketing, eso no implica que el sector público no pueda hacer uso de esta herramienta. Como fue mencionado anteriormente, los Estados modernos han dirigido sus miradas en la entrega de servicios enfocados en los ciudadanos y hacia la persecución de resultados, por lo que medir la experiencia usuaria sirve como insumo para comprobar la calidad del servicio y la satisfacción que este otorga.

La experiencia usuaria (UX por sus siglas en inglés) es, en definitiva, una nueva herramienta de la cual disponen hoy las organizaciones la cual les permite conocer diversos aspectos sobre la entrega final del bien o servicio, la percepción del usuario final, los puntos críticos que perjudican la experiencia de la persona usuaria y otros aspectos medibles con el uso de herramientas de recolección de información.

1.4.2.- Factores que influyen en la experiencia del usuario

Existen diversos factores que inciden en la experiencia de los usuarios cuando interactúan con un bien, servicio o plataforma. Morville (2004) describe 7 de estos factores:

- Útil: El servicio debe poder satisfacer la necesidad del usuario.
- Usable: Permitir que los usuarios puedan hacer lo que desean de manera eficaz y eficiente.
- Deseable: Debe ser atractivo para los usuarios, mediante la creación de una imagen o identidad.
- Encontrable: El servicio debe permitir que el usuario encuentre lo que está buscando fácilmente.
- Accesible: La capacidad de que cualquier usuario pueda utilizar el producto.
- Creíble: El servicio debe crear confianza con el usuario, ofreciendo información real y precisa.
- Valioso: El servicio debe crear valor para el usuario. Es la sumatoria de todos los otros factores.

Por otro lado, para Aaron Walter (2011), la experiencia usuaria posee 2 grandes facetas: la pragmática (funcionalidad del sistema) y la hedónica (Evocar emociones

al usuario) Para ello Walter diseñó el siguiente orden de prioridades: Funcional, Confiable, Usable y Placentero. Es importante destacar que la faceta pragmática busca conocer factores asociados a la eficacia y eficiencia del sistema, mientras que la faceta hedónica pretende conocer la satisfacción que otorga el sistema.

1.4.3.- Cómo se mide la experiencia usuaria

La experiencia usuaria puede ser medida empleando diversos medios. La Experience Research Society propone diversos métodos para conocer la experiencia usuaria, dentro de los cuales podemos destacar:

- Estudios de campo: Pueden ser a corto o largo plazo.
- Estudios de laboratorio: En un lugar fijo, como laboratorios de usabilidad, simuladores, etc.
- Estudios en línea: Realizados por internet y pueden participar personas anónimas de todo el mundo o bien un grupo definido de personas mediante invitación
- Cuestionarios y encuestas: Cuestionarios y escalas que sirven para estudiar la experiencia usuaria

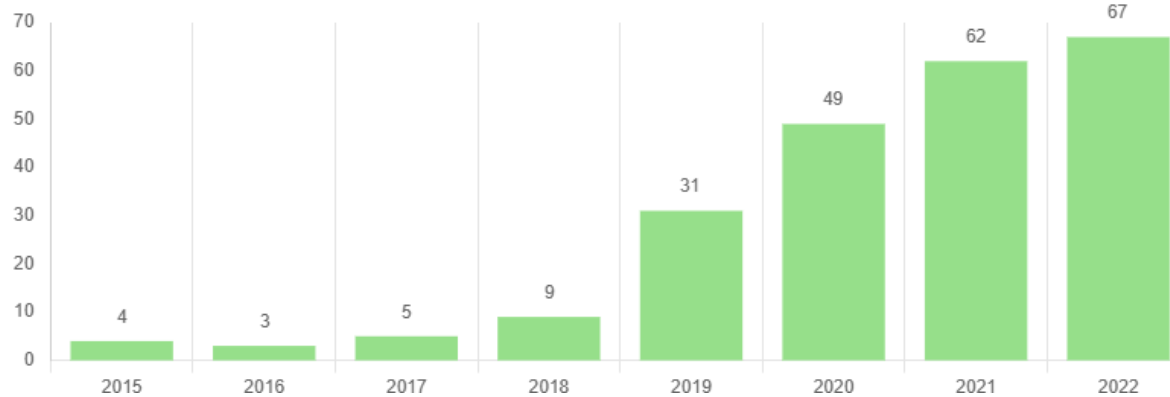
1.4.4.- Medición de la experiencia usuaria del sector público en Chile

El Estado de Chile ha presentado interés por la medición de la experiencia usuaria de los diversos servicios que ofrecen sus instituciones principalmente desde el año 2015, que es cuando se implementan estudios sobre la satisfacción de usuarios de diversas instituciones públicas en virtud de los programas de modernización del Sector Público impulsados por el Ministerio de Hacienda.

Durante ese año se aplicaron estudios sobre la satisfacción de usuarios en 4 instituciones públicas (ChileCompra, ChileAtiende, INE y SERNAC). Desde entonces se han ido incorporando progresivamente cada vez más instituciones y servicios públicos que quieren evaluar la experiencia y satisfacción de sus usuarios. Lo anterior se puede ver ilustrado en el gráfico 1.2.

Gráfico 1.2. Cantidad de instituciones participantes del MESU 2015-2022

Cantidad de instituciones participantes por año



Fuente: modernizacion.gob.cl, recuperado el 3 de diciembre de 2024

Este aumento de instituciones está estrechamente vinculado a las Agendas de Modernización del Estado implementadas en los periodos de 2018-2022 y 2022-2026.

- En el documento del primer periodo mencionado se plantea como un eje principal el buscar una mejor satisfacción de los usuarios de los servicios públicos mediante la evaluación de esos sobre los tramites que realizan.
- Por su parte, en la segunda agenda mencionada se establece como iniciativa transversal de la Agenda la Experiencia Usuaría, argumentando que “La entrega de servicios a la ciudadanía debe ser; eficiente, de calidad, accesible, oportuno y con foco en las personas y la experiencia usuaria”. Además se plantea como iniciativa el “Diseño e implementación de un sistema de calidad de servicio y experiencia usuaria del Estado.”

Lo anterior se tradujo en que durante el año 2023, se incorporan nuevos temas dentro de los Programas de Mejoramiento de la Gestión (PMG), entre los cuales destacamos la calidad de servicio y la experiencia usuaria. Para dar cumplimiento a aquello, se crea un nuevo sistema de calidad de servicio y experiencia usuaria que busca crear iniciativas destinadas a mejorar la experiencia de las personas que reciban servicios del Estado, incorporando nuevos indicadores para evaluar calidad

de servicio y la recolección de información para la incorporación de planes de mejora.

Para conocer la experiencia usuaria se utiliza un cuestionario denominado MESU (Medición de Satisfacción Usuaría) el cual durante el año 2023 fue aplicado en 74 instituciones, incluyendo la Dirección de ChileCompra. Según el sitio web institucional de la Secretaría de Modernización, la MESU “busca identificar oportunidades para la mejora de la entrega de servicios, tomando como base las necesidades de las personas, y entender los factores que influyen en la satisfacción de los distintos servicios. Se utiliza un cuestionario base estandarizado y cada año se hacen públicos sus resultados”

En definitiva, el Estado de Chile posee un fuerte compromiso hacia la entrega de servicios de calidad, eficientes y eficaces, considerando dentro de sus métricas la experiencia usuaria como insumo para generar cambios en la institución que le permitan entregar mejores servicios de acuerdo a las expectativas de los usuarios.

CAPITULO 2: MARCO INSTITUCIONAL

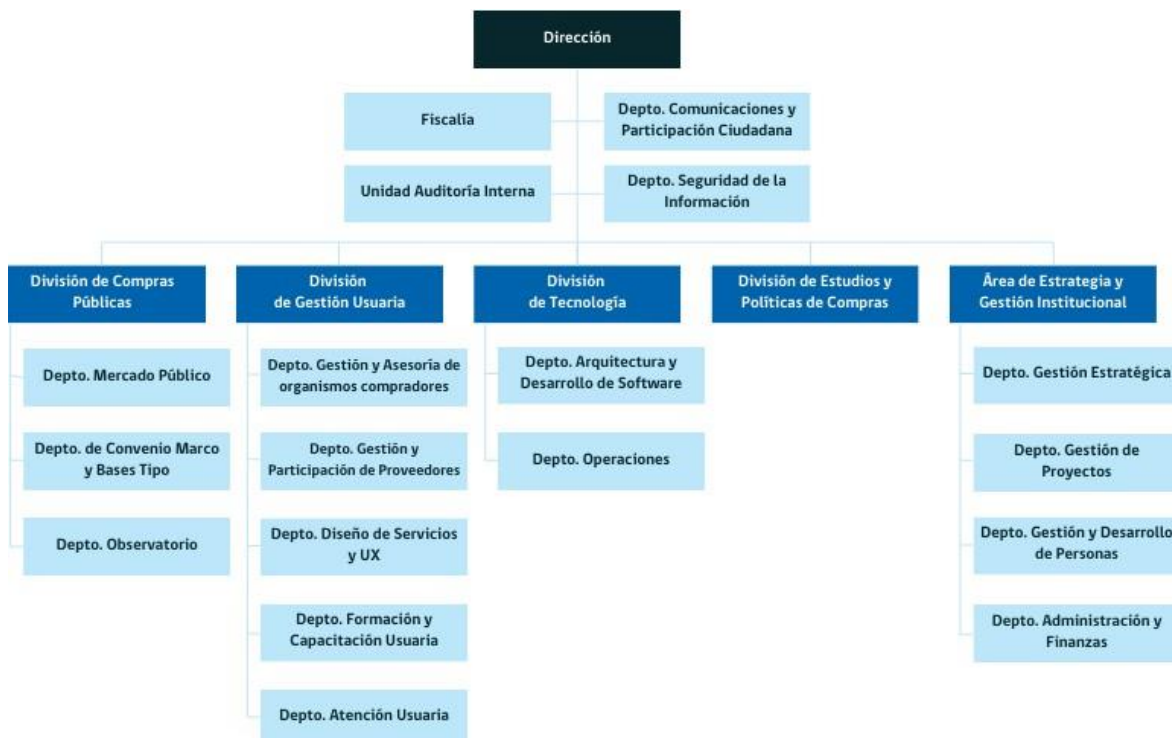
2.1.- La Dirección de ChileCompra

2.1.1.- Qué es ChileCompra

La Dirección de ChileCompra fue creada en el año 2003 en virtud de la ley 19.886, la cual señala que este es un organismo público descentralizado sometido a la supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio de Hacienda. La dirección superior del servicio es designada por el Presidente bajo la figura de exclusiva confianza (Ley 19.886). La actual directora es Verónica Valle Saráh, quien cumple con este rol desde el año 2022.

En la figura 2.1 se exhibe el organigrama de la Dirección de ChileCompra.

Figura 2.1 Organigrama de ChileCompra.



Fuente: Sitio web institucional de la Dirección de ChileCompra.

Las funciones del servicio establecidas en la ley 19.886 son las siguientes:

- a) Asesorar a los organismos públicos en la planificación y gestión de sus procesos de compras y contrataciones
- b) Licitación de la operación del sistema de información y de otros medios para la compra y contratación electrónica de los organismos públicos, velar por su correcto funcionamiento y actuar como contraparte del operador de estos sistemas
- c) Suscribir convenios con las entidades públicas y privadas que correspondan para los efectos de recabar información para complementar antecedentes del registro de contratistas y proveedores
- d) Licitación de bienes y servicios a través de la suscripción de convenios marco, los cuales serán de carácter obligatorio para los organismos públicos (no obstante, existen excepciones), salvo que, por su propia cuenta obtengan directamente condiciones más ventajosas
- e) Representar o actuar como mandatario de uno o más organismos públicos a que se refiere esta ley, en la licitación de bienes o servicios
- f) Administrar, mantener actualizado y licitar la operación del Registro de Contratistas y Proveedores
- g) Promover la máxima competencia posible en los actos de contratación de la Administración, desarrollando iniciativas para incorporar la mayor cantidad de oferentes
- h) Establecer las políticas y condiciones de uso de los sistemas de información y contratación electrónicos o digitales que se mantengan disponibles

2.1.2.- Misión y Visión institucionales.

La Misión declarada por ChileCompra en su sitio web institucional es “Liderar un sistema de compras públicas eficiente, con altos estándares de probidad y transparencia, promoviendo la participación y sustentabilidad, para el buen uso de los recursos en beneficio de las personas”

Por otra parte, la Visión establecida es “Ser reconocidos como un sistema de compras públicas confiable y de excelencia, poniendo a las personas en el centro de nuestra gestión”

2.1.3.- Plan Estratégico 2020 – 2024.

El actual plan estratégico de la Dirección de ChileCompra fue publicado en el año 2020, y este contiene todas las definiciones estratégicas institucionales, incluyendo la misión, la visión y los valores. De igual manera, se describen los productos y los objetivos estratégicos de la institución. Asimismo, también contienen los fundamentos que justifican la planificación estratégica propuesta.

Sin embargo, antes de exponer los aspectos más importantes de esta Planificación Estratégica, es importante conocer qué es y por qué es importante contar con ella. Para ello, primero se despejará el concepto de evaluación en la gestión pública.

La Planificación Estratégica (PE) es un instrumento de gestión por resultados que le permite a las instituciones y organizaciones definir sus metas y el camino que seguirán para alcanzar lo propuesto, en busca de mejorar los estándares de los bienes y servicios entregados. Metodológicamente, la planificación estratégica consiste en formular y establecer objetivos, estableciendo cursos de acción para cumplir con los objetivos planteados. (Armijo, 2011) Esto conlleva que las instituciones públicas se encuentren en un constante proceso de mejoras, buscando acortar la brecha entre lo logrado con lo planificado.

En otras palabras, la planificación estratégica viene a ofrecer a las instituciones las herramientas necesarias para diseñar un modelo de gestión coherente, organizado y medible (mediante la utilización de indicadores) aportando valor no solo hacia la institución que lo implementa, sino que también hacia los usuarios o beneficiarios del servicio.

En virtud de la presente investigación, resulta viable realizar un análisis sobre los contenidos de dicho documento, puesto que conforman los lineamientos principales que van a orientar las labores de ChileCompra.

2.1.4.- Productos y Objetivos estratégicos.

Los **productos estratégicos** establecidos en la Planificación Estratégica son

- a) Plataforma Chilecompra: Consiste en una plataforma web donde el Estado compra y los Proveedores venden sus bienes y servicios. Se asocia directamente con la plataforma web de mercado público.
- b) Compras Colaborativas: Método de contratación que genera eficiencia y ahorro mediante la agregación de demanda. Sus subproductos son el Convenio Marco, las Compras Coordinadas y la Asesoría Estratégica hacia organismos públicos.
- c) Servicios a usuarios: Entrega de orientación, información y competencias a los usuarios de la Institución. Se vincula a este producto las capacitaciones y certificaciones que entrega Chilecompra y los canales habilitados para realizar consultas y reclamos.
- d) Observatorio Chilecompra: Sistema integrado de alertas y monitoreos hacia el comportamiento de los compradores y proveedores del Estado, velando por la eficiencia y probidad de los procesos de compra

Mientras que, por otra parte, los **objetivos estratégicos** planteados son:

- a) Transparencia y Probidad, fomentando el buen comportamiento de todos los actores que intervienen en los procesos de compras y contrataciones de Chilecompra
- b) Eficiencia, generando ahorro en el costo total y en el costo transaccional.
- c) Buen servicio, simple y confiable, enfocado en el usuario.
- d) Inteligencia de Negocios, mejorando el proceso de toma de decisiones estratégicas y operativas.
- e) Excelencia Organizacional, logrando armonizar la relación entre los procesos y las personas mediante la cultura del cumplimiento.

2.2.- Mercado Público

2.2.1.- Qué es Mercado Público

En términos generales, Mercado Público es un sistema electrónico de compras públicas en el que diversas instituciones del Estado deben realizar sus procesos de adquisición y contratación de bienes y servicios según lo dispuesto en la ley de compras y su respectivo reglamento.

Nace producto de la ley N°19886, la cual establece en su artículo 18 que: “Los organismos públicos regidos por esta ley deberán cotizar, licitar, contratar, adjudicar, solicitar el despacho y, en general, desarrollar todos sus procesos de adquisición y contratación de bienes, servicios y obras a que alude la presente ley, utilizando solamente los sistemas electrónicos o digitales que establezca al efecto la Dirección de Compras y Contratación Pública”

Los organismos públicos que deben utilizar obligatoriamente el sistema de Mercado Público son los ministerios, las gobernaciones regionales, las municipalidades, los servicios públicos, las universidades estatales y las fuerzas armadas y de orden, entre otras instituciones.

Además, el artículo 19 agrega lo siguiente: “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”.

En virtud de lo anterior, fue implementada en 2008 la plataforma web de Mercado Público, la cual es administrada por la Dirección de ChileCompra y en la cual las diversas instituciones públicas, regidas por la ley 19.886 y su reglamento, realizan sus compras y contrataciones. Es un sistema transparente y de libre acceso para los ciudadanos. (Dirección de ChileCompra)

2.2.2.- Cifras de Mercado Público en 2023

Según la plataforma de Datos Abiertos de la Dirección ChileCompra, durante el año 2023 un total de 1048 organismos compradores realizaron compras a través de Mercado Público. (Datos abiertos de la Dirección de ChileCompra) Por otro lado, la Cuenta Pública Participativa de ChileCompra del año 2024 destaca que durante el año 2023 se emitieron un total de 1.982.154 de órdenes de compra y que la plataforma contó con la participación de 119.126 (Cuenta Pública Participativa 2024 de la Dirección de ChileCompra). En el cuadro 2.2 se resumen las cifras globales de la plataforma de mercado público durante el año 2023.

Cuadro 2.2: Cifras globales mercado público 2023

Resumen de cifras globales de Mercado Publico durante el año 2023	
Cantidad de organismos compradores que realizaron compras.	1048
Cantidad de proveedores que participaron en la plataforma	119.126
Cantidad de órdenes de compra emitidas	1.982.154
Monto total transado en plataforma de mercado público	\$16.288 USD

Fuente: Elaboración Propia a partir de Datos Abiertos de ChileCompra y Cuenta Pública Participativa del año 2024.

2.2.3.- Principales usuarios de Mercado Público

En el sistema electrónico de compras y contrataciones públicas coexisten diversos usuarios que utilizan la plataforma a diario. Según la cuenta pública mencionada anteriormente, la Dirección de ChileCompra posee 3 tipos de usuarios, donde cada uno cumple un rol distinto. Los grupos son:

- a) Compradores: Corresponde a las Instituciones que utilizan la plataforma para poder comprar y contratar los bienes y servicios que necesitan. Cuentan con un perfil especial que les permite publicar licitaciones, subir procesos de compra ágil, emitir órdenes de compra, realizar consultas al mercado, revisar los perfiles de los proveedores en detalle, entre otras funcionalidades que ofrece la plataforma.
- b) Proveedores: Aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que ofrecen sus bienes y servicios a las Entidades, participando en las diversas modalidades de compra disponibles en la plataforma de Mercado Publico. Necesitan crearse una cuenta en el sistema informático para poder participar de los procesos de compra y estar inscritos en el Registro de Proveedores para poder ser adjudicados.
- c) Personas e Instituciones interesadas: Son aquellos usuarios que ingresan a la plataforma para conocer que procesos se encuentran publicados, a que proveedor se le han adjudicado órdenes de compra y, en general, conocer cómo se están utilizando los recursos públicos y si se están respetando las normas que rigen el sistema de compras.

2.2.4.- Modalidad de compra: La Compra Ágil

Existen distintas modalidades de compras públicas las cuales permiten que los usuarios compradores cuenten con un íntegro abanico de posibilidades para escoger qué mecanismo se adapta mejor a sus requerimientos particulares. Para los efectos de esta investigación nos centraremos en la Compra Ágil.

Según lo señalado en la Directiva n°35 emitida por la Dirección de ChileCompra en el año 2020, la compra ágil es una modalidad de compra mediante la cual las Entidades podrán adquirir bienes y/o servicios por un monto igual o inferior a 30 UTM, de una manera dinámica y expedita, sin la necesidad de una resolución fundada que justifique su procedencia.(Dirección de ChileCompra)

Fue creada mediante el Decreto 821 del Ministerio de Hacienda el cual modifica el Reglamento de Compras Públicas para incorporar, entre otras novedades, este

nuevo mecanismo de compra. Fue implementada oficialmente en la plataforma de mercado público en abril del 2020.

Se desprende de la Directiva antes mencionada que el procedimiento formal de la compra ágil en la plataforma de mercado público es el siguiente:

- 1) Se crea solicitud de cotización: La Entidad debe crear proceso de compra ágil mediante el módulo habilitado en la página web.
- 2) Se completan los datos específicos de los productos o servicios a cotizar: Es una etapa de dos pasos. En el primero se definen aspectos generales tales como el nombre de la cotización, la descripción de la solicitud, el presupuesto estimado disponible (el cual debe ser menor a 30 UTM), el plazo del que dispondrán los proveedores para participar (No puede ser inferior a 24 horas) y la información de contacto de la persona encargada. En el segundo paso se debe seleccionar el producto o servicio que se requiere, la cantidad y sus especificaciones técnicas. Además, se pueden adjuntar archivos para que puedan ser revisados por los proveedores.
- 3) Se publica proceso de compra ágil: El usuario comprador publica el proceso de compra ágil, recibiendo un código de identificación único. Luego tiene que esperar a que termine el plazo que estableció previamente para poder revisar las cotizaciones (Se puede extender el plazo hasta antes que finalice el periodo)
- 4) Se revisan y evalúan las ofertas recibidas en el proceso: Una vez finalizado el plazo para ofertar, el comprador podrá visualizar todas las ofertas enviadas por los proveedores, las cuales indican el valor, los productos que ofrecen, un breve mensaje y archivos adjuntos (en caso de que lo hayan hecho)
- 5) Se emite orden de compra con el proveedor más económico o que cumple mejor con las especificaciones técnicas requeridas: El usuario comprador adjudica al proveedor más económico o al que mejor cumple con lo solicitado. Luego de adjudicar se crea el ID de orden de compra donde el comprador rellena la información de la compra.

- 6) Envío de orden de compra: La orden de compra es enviada a proveedor el cual, al momento de aceptarla, debe dar cumplimiento con lo acordado.
- 7) Pago: El pago para los procesos de compra ágil es habitualmente de 30 días posteriores a la recepción conforme de la factura.

Si bien inicialmente se requerían al menos 3 cotizaciones para emitir órdenes de compra, la Contraloría General de la República emitió el 27 de mayo de 2021 un dictamen indicando que no hay inconvenientes en contratar si se reciben menos de tres cotizaciones

2.3.- Registro de Proveedores

2.3.1.- Qué es el Registro de Proveedores

Otro aspecto relevante del sistema de compras públicas en Chile es el Registro de Proveedores. Creado en virtud del Artículo 16 de la ley N°19886, éste es un registro electrónico oficial de los contratistas de la Administración, a cargo de la Dirección de Compras y Contratación Pública. En este registro se inscribirán todas las personas naturales y jurídicas, chilenas y extranjeras que no tengan causal de inhabilidad para contratar con los organismos del Estado y que se encuentran acreditadas para ser proveedores de este.

El objetivo de este registro es registrar y acreditar diversos antecedentes de los proveedores del Estado, los cuales son:

- Situación legal: Documentación que acredite la existencia legal y el estado actual de la empresa o persona natural.
- Situación financiera: Información que respalda la solvencia y capacidad económica para asumir contratos.
- Idoneidad técnica: Certificación de competencias y capacidad técnica para realizar servicios contratados
- Causales de inhabilidad: Verificación de motivos que podrían impedir a la empresa o persona natural contraer contratos con el Estado.

Es importante mencionar que no todos los proveedores pueden formar parte de este registro. De acuerdo con el Artículo 92 del Decreto N°250 del Ministerio de Hacienda, las causales de inhabilidad son:

- Condena por delitos de cohecho
- Deudas tributarias por 500 UTM o más por más de un año o superior a 200 UTM e inferior a 500 UTM en los últimos 2 años.
- Deudas previsionales o de salud por más de 12 meses con sus trabajadores
- Presentación de documentos falsos ante el Registro Nacional de Proveedores
- Insolvencia, al haber sido declarado en quiebra por resolución judicial ejecutoriada.
- Suspensión del Registro de Proveedores
- Haber sido condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador.

Se detalla en el artículo N°94 del Decreto N°250 que cada proveedor inscrito en este registro contará con una ficha de proveedor la cual contiene información básica de la empresa o persona natural. Esta ficha también indica si el proveedor se encuentra hábil o no, verificando si incumple con las causales de inhabilidad. Adicionalmente también incluye información exclusiva para los organismos compradores la cual sirve como insumo para apoyar los procesos de toma de decisión. Un ejemplo de esta información son los antecedentes relativos al desempeño y cumplimiento contractual de los Proveedores.

2.3.2.- Suspensión y Eliminación de Proveedores

El reglamento también detalla las causales que pueden producir la suspensión o eliminación del proveedor del Registro Nacional de Proveedores. Según el Artículo 95, las causales de suspensión son:

- El proveedor no ha declarado oportunamente la modificación de algún antecedente solicitado para la inscripción o actualización de su información.

- El proveedor ha sido condenado por incumplimiento contractual respecto de un contrato de un Servicio o Suministro derivado de culpa o falta de diligencia en el cumplimiento de sus obligaciones y siempre que la Entidad afectada solicite a la Dirección su suspensión.

Por otra parte, Según el Artículo 96 del Reglamento, las causales de eliminación son:

- Los antecedentes que presenta el proveedor son maliciosamente falsos, editados o tergiversados, o bien se presentan de manera que induce al error de lectura.
- El proveedor ha sido condenado por incumplimiento contractual reiteradamente, siempre y cuando la Entidad solicite la eliminación del proveedor.
- Concurrir en alguna causal del Artículo 92 de manera sobreviniente.

2.4.- Observatorio de compras públicas

2.4.1.- Funciones del Observatorio de compras públicas

El Observatorio de ChileCompra fue creado en el año 2013. Es un departamento perteneciente a la División de Compras Públicas de la Dirección de ChileCompra. De acuerdo con la Resolución exenta 35B de 2024, este departamento tiene por objetivo promover la transparencia, eficiencia y probidad de los procesos de compra a través de la detección de posibles irregularidades que pudiesen estar perturbando el sistema de compras públicas, aplicando acciones preventivas y correctivas según corresponda. Además, oficia a las distintas Entidades para que promuevan cambios positivos en el comportamiento de los usuarios.

Podemos desprender de la Resolución exenta 35B de 2024 que las principales funciones del Observatorio de Compras Públicas son:

- a) Analizar el comportamiento de los usuarios a través de un monitoreo constante de la plataforma.

- b) Identificar e informar a los organismos públicos hallazgos sobre potenciales irregularidades, sin perjuicio de que dependiendo de la gravedad de la irregularidad se realice la denuncia a los organismos correspondientes.
- c) Desarrollar y mantener un registro de hallazgos, así como de las acciones realizadas.
- d) Generar, en conjunto con Fiscalía, informes de comportamiento de los organismos monitoreados para recomendar acciones correctivas a sus respectivos jefes de servicios o informar a organismos fiscalizadores.
- e) Identificar y relevar las necesidades de mejora en la gestión de compras de los organismos del Estado o de sus proveedores a partir de los hallazgos identificados
- f) Coordinar con la unidad de Análisis Financiero la entrega de reportes sobre operaciones sospechosas
- g) Colaborar en las acciones comunicacionales y de capacitación, suministrando casos prácticos, para contribuir de forma preventiva la gestión de compra de los organismos públicos.
- h) Administrar y gestionar el canal de denuncias.
- i) Generar y gestionar redes en materia de prevención, corrección y sanción a la corrupción en compras públicas.

Los medios utilizados por el Observatorio para recopilar información e identificar potenciales irregularidades son los monitoreos diarios con herramientas automatizadas y la gestión de denuncias ingresadas mediante el Canal de Denuncias Reservadas que dispone la Dirección de ChileCompra.

2.4.2.- Canal de denuncias reservadas

El Canal de Denuncias Reservadas es una herramienta a disposición de personas naturales, empresas, funcionarios e instituciones para que puedan denunciar situaciones que atenten contra la probidad, transparencia o integridad de los procesos de compra. Las denuncias apuntan hacia casos de faltas administrativas, posibles delitos funcionarios, corrupción, conflictos de interés, entre otros motivos.

Estas denuncias deben estar dirigidas hacia Instituciones, Proveedores o bien personas naturales que representan a una empresa.

Una vez enviada la denuncia, el Observatorio se encarga de examinar el caso, revisando los antecedentes que adjunta el denunciante y cruzando estos datos con la información que dispone la Institución. Eventualmente el Observatorio podría requerir de consultas y solicitud de aclaraciones a las Entidades para recoger más antecedentes. Finalizada la investigación, el Observatorio realizará diversas acciones en base a la existencia de la falta y de la gravedad de esta.

Para los fines de esta investigación, es necesario remitirnos a un caso investigado por el Observatorio durante el año 2023 acerca de la problemática participación de un proveedor en la plataforma de Mercado Público.

2.4.3.- Bloqueo del Proveedor PublicTrail Investment Ltda.

Según lo expuesto en el informe n°1358 del 22 de junio de 2023, el Observatorio de ChileCompra detectó, mediante sus monitoreos constantes y denuncias anónimas, un comportamiento inusual por parte del proveedor PublicTrail Investment Ltda., el cual participaba en miles de procesos de licitación y de compra ágil en los que era rechazado por no presentar su oferta de manera completa y, en caso de resultar adjudicado, incumplía con lo ofertado o rechazaba la orden de compra. En el cuadro 2.3 se sintetiza la participación de este proveedor en la plataforma de mercado público,

Cuadro 2.3 Resumen Publictrail Investment Ltda en 2024 – licitaciones.

Participación de proveedor en procesos de licitación	
Periodo observación: 01 de enero del 2022 al 21 de junio del 2023	
Cantidad de licitaciones a las que postula	19.643
Ofertas rechazadas en acto de apertura	9.532
Órdenes de compra emitidas	512
Órdenes de compra en estado “Cancelada”, “Solicitud de Cancelación” o “No aceptada”	438

Fuente: Informe N°1358 de Observatorio de ChileCompra, 2023

Es importante mencionar que los motivos por los que sus ofertas son rechazadas en el acto de apertura o durante el periodo de evaluación se debe principalmente a que no ingresaba garantías, no asistía a visitas a terreno o no adjuntaba documentos solicitados en las bases de licitación.

Además, las órdenes de compra en estado “Cancelada”, “Solicitud de Cancelación” o “No aceptada” representan el 85,5% del total de órdenes de compra emitidas a este proveedor mediante licitaciones. Las razones que expone son la falta de stock o no puede cumplir con plazos de entrega, entre otras.

En el ámbito de las compras ágiles, el panorama es similar. En el cuadro 2.4 se resume el comportamiento del proveedor en este mecanismo de compra.

Cuadro 2.4 Resumen Publictrail Investment Ltda en 2024 – compra ágil

Participación de proveedor en procesos de compra ágil	
Periodo observación: 01 de enero del 2022 al 21 de junio del 2023	
Cantidad de compras ágiles a las que postula	17.213
Órdenes de compra emitidas a proveedor en virtud de procesos de compra ágil	875
Órdenes de compra en estado “Cancelada”, “Solicitud de Cancelación” o “No aceptada”	700

Fuente: Informe N°1358 de Observatorio de ChileCompra, 2023

A partir de lo anterior, podemos señalar que el escenario en compras ágiles es muy similar al anterior, puesto que el 80% de las órdenes de compra que recibió PublicTrail Investment Ltda entran en la categoría de canceladas o no aceptadas. Es importante rescatar que según el informe este proveedor también se caracterizaba por ignorar los llamados y los correos que realizaban las Entidades para solicitar la cancelación de la orden de compra, quedando muchas órdenes de compra en el aire.

La forma en la que este proveedor ofertaba en los distintos procesos de compras era particularmente peculiar. Según describe el informe, el documento “contiene 13 páginas en las cuales se presenta a la empresa y se acompañan los siguientes

antecedentes: una declaración de aceptación de las bases, un anexo técnico describiendo los servicios de la empresa, un listado de procesos en los cuales se ha adjudicado, un anexo económico con el valor total de su oferta, carnet de identidad de representante legal, Rol de SII, y diferentes certificados de vigencia, anotaciones y antecedentes laborales”, modificando solamente el nombre de la entidad compradora, los datos del proceso y el valor económico de la oferta. A partir de aquello, el Observatorio de ChileCompra llegó a la conclusión que dicho comportamiento era anómalo y que el ingreso masivo de ofertas podía ser automatizado.

Cabe destacar que la información contenida en el documento de 13 hojas poseía datos falsos (transgrediendo lo exigido por el reglamento de la ley de compras públicas) puesto que en los anexos que adjuntó durante el año 2022 señalaba que no poseía sanciones, lo cual no era verdadero puesto que el proveedor recibió 4 sanciones durante ese año (entre los meses de mayo y diciembre). El caso más grave fue el acontecido con la orden de compra 2665-611-SE22, puesto que debido a que el proveedor PublicTrail Investment Ltda no cumplió con la entrega de los productos durante el plazo establecido, rechazando luego de un mes la orden de compra en la plataforma de mercado público justificando con un único mensaje que decía “NO DISPONIBLE”, la Municipalidad de Tomé tuvo que hacer devolución de los recursos asignados por el Estado ya que no contaban con tiempo suficiente para ejecutar el presupuesto.

El Observatorio de ChileCompra también detectó que los socios de la empresa PublicTrail Investment Ltda tenían participación en otras empresas, las cuales poseían un comportamiento similar a la de PublicTrail Investment Ltda. Estas empresas son:

- INGENIERÍA Y SERVICIOS LOGÍSTICOS SP CHILE LIMITADA
- INGENIERÍA Y GESTIÓN DE COMPRAS GESCOM LIMITADA
- INGENIERÍA , SERVICIOS Y ABASTECIMIENTO ISEVEN LIMITADA
- CAPACITACIÓN EASYLIT LIMITADA
- ASESORIAS Y GESTION EASYLIT LIMITADA

- ESTUDIO JURÍDICO LURIS LIMITADA
- INGENIERÍA Y SERVICIOS EASYSERVICE LIMITADA

De estas empresas, solo las primeras 4 presentan actividad regular en la plataforma de mercado público, participando principalmente en procesos de compra ágil. En el cuadro 2.5 se sintetiza la participación en Mercado Público de dichas empresas

Cuadro 2.5 Resumen participación de empresas asociadas a Publictrail Investment Ltda.

Empresa	N° compra ágil en las que participa	OC recibidas	OC Canceladas o no Aceptadas.
Ingeniería y servicios logísticos sp chile limitada	10.422	435	357
Ingeniería y gestión de compras Gescom limitada	9.603	320	259
Ingeniería, servicios y abastecimiento Iseven limitada	5.719	228	156
Capacitación easylit limitada	3.379	199	54

Fuente: Informe N°1358 de Observatorio de ChileCompra, 2023

A partir de lo anterior, se puede evidenciar que no solo el proveedor PublicTrail Investment Ltda posee un historial importante de malas prácticas en la plataforma de mercado público, sino que también las empresas relacionadas a este proveedor replican su mal comportamiento. El promedio de órdenes de compra canceladas o no aceptadas de estas 4 empresas es de 70%, es decir que hay una tendencia hacia el no cumplimiento de las órdenes de compra adjudicadas y poca seriedad en sus participaciones de los diversos procesos.

El informe N°1358 del Observatorio de ChileCompra concluye que:

- Las ofertas ingresadas por el proveedor PublicTrail Investment Ltda no son serias, puesto que ingresan información genérica a todos los procesos en los que participan. Además de que en una gran parte de los procesos donde

resulta adjudicado incumple con la entrega de los productos o no acepta la orden de compra.

- Los efectos que producen estas cancelaciones y rechazos sobre los organismos compradores son perjudiciales para sus procesos de compras.
- El proveedor estaría infringiendo las Políticas y Condiciones de Uso del Sistema de Información, dictadas en virtud del artículo 30, letra h), de la ley N°19.886 donde se indica que una causal de suspensión o eliminación del usuario de mercado público es el ingreso de información falsa a la plataforma.
- Se estima importante que la información del informe sea revisada por el área jurídica para que evalúen la situación y tomen las medidas correspondientes.

La situación expuesta en el informe n°1358 del Observatorio de ChileCompra culminó en que el 7 de Noviembre de 2023 la Dirección de ChileCompra emitiera la Resolución Exenta N° 0520 B, la cual dispone el bloqueo del proveedor Publictrail Investment Ltda por vulnerar las normas establecidas en las Políticas y Condiciones de Uso del Sistema de Información, en las cuales se señala “ChileCompra procederá el bloqueo de los usuarios de Mercado Público en los siguientes casos: (...) Si el usuario proveedor ingresa información falsa o en casos de suplantación de identidad”

2.5.- La Universidad de Valparaíso

La universidad de Valparaíso fue fundada en 1981 y es de carácter estatal. De acuerdo con la Ley 21.094, las Universidades del Estado son instituciones de Educación Superior de carácter estatal, creadas para el cumplimiento de las funciones de docencia, investigación, creación artística, innovación, extensión, vinculación con el medio y el territorio.

En cuanto a su naturaleza jurídica, son organismos autónomos, dotados de personalidad jurídica de derecho público y patrimonio propio, que forman parte de la Administración del Estado y se relacionan con el Presidente de la República mediante el Ministerio de Educación. Además, gozan de autonomía académica, administrativa y económica.

De acuerdo con el artículo 4 de dicha ley, las universidades estatales tienen como misión “cultivar, generar, desarrollar y transmitir el saber superior en las diversas áreas del conocimiento y dominios de la cultura, por medio de la investigación, la creación, la innovación y de las demás funciones de estas instituciones”

El artículo 35 añade que los principios rectores de la gestión administrativa y financiero de las universidades son la responsabilidad, eficiencia, transparencia y rendición de cuentas. Sumado a aquello, el Artículo 36 indica que las universidades poseen autonomía para definir su quehacer institucional, propendiendo a una gestión expedita y eficiente.

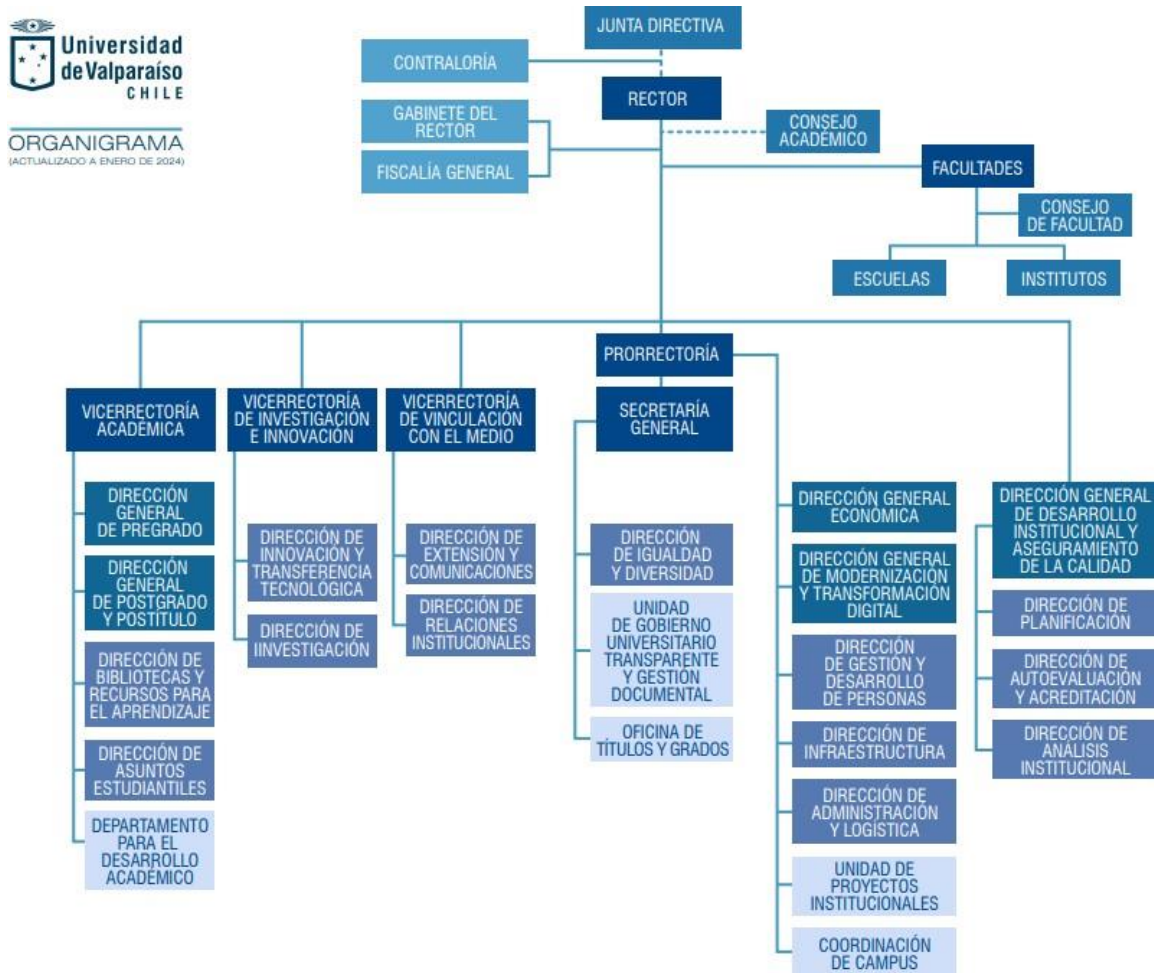
2.5.1.- Misión y visión institucionales.

La misión institucional declarada en su página web oficial es “Formar personas capaces de responder a los desafíos del mundo contemporáneo, a nivel local y global, conservar y expandir progresivamente los saberes en las disciplinas y profesiones que cultiva con una perspectiva interdisciplinar, a través del desarrollo de docencia de pregrado, docencia de posgrado, investigación, innovación, transferencia y vinculación con el medio, contribuyendo al desarrollo material y cultural de la región y el país, en un marco de calidad, con perspectiva de género, con equidad, inclusividad y sostenibilidad”

Por su parte, la visión constitucional es “ser reconocida como una institución estatal regional, compleja, con proyección internacional, inclusiva, con perspectiva de género, formadora de personas de excelencia, con sentido social, que promueve la equidad, que cultiva y transfiere conocimiento innovador, con perspectiva interdisciplinar, que aprende y contribuye al desarrollo sostenible de la región y del país.”

La figura 2.6, recogido del sitio web de transparencia activa, ilustra el organigrama de la Universidad de Valparaíso.

Figura 2.6 Organigrama UV



Fuente: Transparencia activa de la Universidad de Valparaíso, recuperado el 3 de diciembre de 2024

2.5.2.- Dirección de Administración y Logística

Para la presente investigación nos abocaremos a las compras públicas que realiza la Dirección de Administración y Logística de la Universidad de Valparaíso.

Esta Dirección depende de la Prorrectoría y, según el reglamento orgánico de la Universidad de Valparaíso publicado en 2017, está a cargo de proponer y ejecutar las políticas específicas, objetivos y metas en los ámbitos de arrendamiento de inmuebles y gestión de contratos; adquisición de bienes y servicios generales; y

registro, inventarios y control periódico de activos y de existencias, así como realizar la coordinación y el seguimiento de su ejecución.

2.5.3.- Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos

La Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos es el área responsable de coordinar, gestionar y supervisar los diversos proyectos que desarrollan tanto los estudiantes como los académicos dentro de la universidad. Estos proyectos son de naturaleza variada, lo que implica que los requerimientos asociados a cada uno de ellos pueden ser muy distintos entre sí. Así, esta unidad debe manejar una amplia gama de necesidades, que van desde insumos especializados para laboratorios científicos hasta la provisión de colaciones y alimentos destinados a niños, niñas y adolescentes en actividades de extensión o servicios sociales, o incluso el desarrollo de proyectos de gran envergadura.

Una de las funciones principales de esta unidad es encargarse de la ejecución de las compras necesarias para concretar cada proyecto. Esto incluye la adquisición de materiales, equipos o servicios, y la gestión de los gastos que se adjudican a los estudiantes y académicos que lideran los proyectos. El proceso de compra se realiza de acuerdo con las necesidades específicas de cada iniciativa, con el objetivo de garantizar la disponibilidad de los recursos en tiempo y forma.

Además, la unidad tiene una responsabilidad fundamental en cuanto a la transparencia y la eficiencia de todos los procesos asociados a los proyectos. Esto implica que, al momento de seleccionar proveedores, siempre debe priorizarse la opción más económica que cumpla con las especificaciones técnicas previamente establecidas. De esta manera, se asegura que los recursos se utilicen de manera óptima y que los procedimientos se ajusten a los principios de probidad y legalidad, manteniendo altos estándares de gestión en todos los proyectos impulsados por la universidad.

CAPITULO 3: Metodología de la Investigación

3.1. Planteamiento del problema

En el contexto del constante proceso de mejoramiento del sistema de compras públicas en Chile desde la creación de la Dirección de ChileCompra y los servicios que ésta entrega a las instituciones públicas y a los proveedores (como lo es la plataforma de mercado público), así como de la creciente preocupación del Estado de Chile por conocer y analizar la experiencia usuaria de los ciudadanos que acceden a sus servicios con el fin de optimizar la entrega de este, acontece una situación problemática en los últimos años que podría amenazar el buen funcionamiento del sistema de compras públicas. El problema en cuestión es la participación de proveedores fantasma (llamados así coloquialmente) en la plataforma de mercado público los cuales podrían estar afectando los procesos de compra y la experiencia usuaria de los funcionarios que realizan compras.

Este problema, reciente dentro de todo, cobró mayor importancia durante el año 2023 cuando el Observatorio de ChileCompra detectó a través de sus monitoreos constantes y gracias, principalmente, a las denuncias reservadas que recibieron, que un proveedor estaba presentando un comportamiento atípico que perturbaba el funcionamiento de mercado público.

En junio de 2023 es emitido un informe del Observatorio de ChileCompra en el cual se expone el caso de este proveedor, llamado Publictrail Investment Ltda., el cual entre el primero de enero de 2022 y el 21 de junio de 2023 participó ofertando en 19.643 procesos de licitación y 17.213 procesos de compra ágil, una cantidad fuera de lo usual según el Observatorio. Sumado a ello, se expone que, de las 36.856 ofertas, solo en 1.387 procesos fueron adjudicados (el 3,7% del total), y que, de estas adjudicaciones, en 1.138 la orden de compra se encuentra en estado "Cancelada", "Solicitud de Cancelación" o "No aceptada" (lo que corresponde al 82% de órdenes de compra recibidas en total).

Lo anterior ocasionó problemas para los usuarios compradores de la plataforma electrónica, los cuales, al emitir órdenes de compra a este proveedor en

desconocimiento de sus malas prácticas, se encontraban ante una empresa que se caracterizaba por evadir llamadas telefónicas, ignorar correos electrónicos e incumplir con las solicitudes de los organismos compradores, demostrando una falta de seriedad en sus ofertas. Lo anterior ocasionó graves problemas en algunas instituciones, como es el caso de la I. Municipalidad de Tomé, la cual debió regresar fondos públicos destinados a la compra de material artístico tras la negativa de la empresa a dar cumplimiento en la entrega de los productos solicitados.

Esta situación culminó en el bloqueo del proveedor en noviembre de 2023 y una futura investigación de las empresas asociadas a Publictrail Investment Ltda., las cuales ofertaban de manera casi idéntica en los procesos de compras.

Esta situación irrumpió con el correcto funcionamiento de la plataforma de mercado público y pasó a llevar los esfuerzos del Estado de Chile por modernizar sus servicios públicos, los cuales buscan ser eficientes, transparentes y, el aspecto más relevante para la presente investigación, garantizar una experiencia usuaria satisfactoria.

La experiencia usuaria, a propósito, dice relación con cómo se sienten las personas al interactuar con un bien, servicio o plataforma, midiendo parámetros tales como la facilidad de navegación, la usabilidad del sistema, la eficiencia que aporta, y la seguridad que proporciona. Es el conjunto de sentimientos, actitudes y emociones que un usuario experimenta al utilizar, en este caso, la plataforma de mercado público. La experiencia usuaria ha demostrado ser una valiosa variable a considerar para los estudios enfocados en el mejoramiento de los servicios públicos, incorporando voces y opiniones que tradicionalmente no se habían incluido de manera tan transversal. De hecho, durante la última década se han realizado estudios anuales sobre satisfacción usuaria en diversos servicios públicos, lo cual se transformó en lo que hoy conocemos como la encuesta de Medición de Satisfacción Usuaria (MESU)

Dicho lo anterior, creemos que, en el contexto de esta creciente preocupación por la satisfacción de usuarios de los servicios públicos, y que el servicio de Mercado Público a cargo de la Dirección de ChileCompra ha sido víctima de malas prácticas

que manchan las relaciones entre compradores y proveedores del Estado, es importante conocer de qué manera estos proveedores han afectado la experiencia usuaria de los funcionarios compradores que utilizan la plataforma de Mercado Público para realizar sus procesos de compra.

En esta investigación nos ubicaremos en el contexto de la Universidad de Valparaíso, y más específicamente de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos, que es la unidad donde realizo labores de apoyo en los procesos de compras y contrataciones.

3.2. Pregunta de investigación

Tras haber revisado los problemas que provocó el proveedor fantasma PublicTrail Investment Ltda a diferentes organismos de la administración pública chilena, es dable preguntarnos si acaso estos proveedores también han perturbado los procesos de compra de la Universidad de Valparaíso y más precisamente en la experiencia usuaria de los usuarios compradores de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos. Por ende, la pregunta que motiva la presente investigación es: ¿Ha provocado efectos la participación de proveedores fantasma en los procesos de compra ágil de mercado público sobre la experiencia usuaria de funcionarios compradores de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso?

3.3. Objetivo general y objetivos específicos

El objetivo general planteado es: Diagnosticar los efectos que produce la participación de proveedores fantasma en mercado público sobre la experiencia usuaria de funcionarios compradores de la unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024

Por su parte, los objetivos específicos establecidos son:

- Presentar el funcionamiento general del sistema de compras públicas en Chile y su relevancia para la gestión pública.

- Conceptuar qué es la experiencia usuaria aplicada en el área de los servicios públicos.
- Diseñar un perfil de proveedor fantasma utilizando criterios establecidos por el Observatorio de ChileCompra.
- Calcular el grado de participación, aparición y variedad de proveedores fantasma en procesos de compra ágil de la unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024.
- Conocer la experiencia usuaria en mercado público de los funcionarios compradores de la unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024.

3.4. Hipótesis de la investigación

La participación de los proveedores fantasma en la plataforma de mercado público ha repercutido de manera negativa sobre la experiencia usuaria de los funcionarios compradores de la unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024.

3.5. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico que se empleará para la investigación es el mixto, el cual consiste de una combinación de las metodologías cualitativas y cuantitativas. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014) los métodos mixtos “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos” y se caracterizan por poseer “una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más “ricos” y variados”. Resulta apropiado para esta investigación utilizar esta metodología puesto que contamos con una variable que es principalmente cuantitativa y otra cualitativa, por lo que este enfoque nos permitirá una aproximación más completa a la pregunta que motiva esta investigación.

El lado cualitativo proviene del estudio sobre la experiencia usuaria de los funcionarios de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la UV que

realizan procesos de compra ágil. Hay que destacar que la experiencia usuaria es una percepción subjetiva que varía según la persona, sus necesidades y sus preferencias, entre otros aspectos. El estudio pretende conocer estas subjetividades mediante dimensiones comunes aplicables a todos los funcionarios que componen la muestra.

Por su parte, el eje cuantitativo proviene de la necesidad de que, para conocer la participación de los proveedores fantasma en los procesos de compra ágil, es necesario emplear un análisis matemático y estadístico que nos permita establecer hechos cuantificables y comprobables, como la frecuencia de participación, el promedio de ofertas recibidas por mes, tendencias y patrones, etc.

3.6. Características de la investigación

Según los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014), es conveniente para el diseño de las investigaciones mixtas responder a algunas preguntas sobre el diseño. En resumen, este proyecto posee las siguientes características:

- **Prioridad o peso:** La investigación posee un enfoque mixto con un peso mayor del aspecto cuantitativo sobre el cualitativo.
- **Secuencia:** Los métodos de recolección de datos y análisis se realizarán de manera independiente entre sí y luego de recolectados e interpretados los datos, se realizarán metainferencias sobre la relación de ambos resultados.
- **Propósito de la integración:** Los datos cualitativos serán cuantificados para el cruce de la información y la elaboración de reflexiones.
- **Etapa de la integración:** La integración de los enfoques se realizará al final de la investigación mediante reflexiones, conclusiones y metainferencias.
- De igual manera, es importante mencionar que esta investigación es de tipo transversal, es decir, busca tomar una “fotografía” del fenómeno al momento de la investigación.

3.7. Universo, población y muestra

Para la presente investigación se ha definido como universo a los usuarios compradores que utilizan la plataforma transaccional de mercado público, mientras que la población son aquellos funcionarios de la unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso que participan directamente en los procesos de compra ágil realizados en la plataforma de Mercado Público, incluyendo también a aquellos funcionarios que siendo de otras unidades participan directamente de sus procesos, viendo y evaluando las ofertas de los proveedores. Debido a que la cantidad de personas que componen la población es reducida, se optó por escoger a la totalidad de la población para el muestreo.

3.8. Variables de la investigación y su operacionalización

Las variables que se utilizarán son las siguientes:

- Participación de proveedores fantasma en procesos de compra ágil de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso durante el año 2024.

Entendiéndose por proveedor fantasma: Aquellos proveedores que se ubican dentro del perfil "Fantasma", el cual será construido a partir de las características, patrones y conductas mencionadas en el informe n°1358 del Observatorio de ChileCompra.

- Experiencia usuaria de funcionarios compradores pertenecientes a la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso.

Entendiéndose por experiencia usuaria: Conjunto de sensaciones y percepciones que experimentan los usuarios de la unidad de compras a estudiar cuando acceden a la plataforma de mercado público e interactúan con los proveedores fantasmas en los procesos de compras, medidos a través de las dimensiones de eficiencia, seguridad, capacidad de búsqueda y satisfacción.

La variable participación de proveedores será operacionalizada de la siguiente manera:

Cuadro 3.1 Variable 1

Variable	Dimensión	Indicador
Participación de proveedores fantasma en procesos de compra ágil de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso durante el 2024.	Participación en procesos de compra ágil	<p>Cantidad de ofertas presentadas por proveedores fantasma en los procesos de compra ágil durante el año 2024 en los procesos revisados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor o igual a 15%: Mucha participación ➤ Menor a 15% y mayor a 10%: Mediana participación ➤ Igual o menor al 10%: Baja participación
	Aparición en procesos de compra ágil	<p>Cantidad de procesos de compra ágil que cuentan con la presencia de al menos un proveedor fantasma durante el año 2024 en los procesos revisados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor o igual al 50%: alta aparición. ➤ Menor a 50% y mayor a 30%: mediana aparición ➤ Igual o menor a 30%: baja aparición.
	Variedad de proveedores identificados	<p>Cantidad de RUT diferentes asociados empresas tipificadas como fantasma durante el año 2024 en los procesos revisados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Igual o mayor a 50 RUT distintos: Mucha variedad. ➤ Menor a 50 y mayor a 25 RUT distintos: Mediana variedad ➤ Igual o menor a 30 RUT distintos: Poca variedad

Por su parte, la variable de satisfacción usuaria de usuarios compradores será operacionalizada de la siguiente manera:

Cuadro 3.2: Variable 2

Variable	Dimensión	Indicador
Experiencia usuaria de funcionarios compradores pertenecientes a la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso	Eficiencia	Preguntas N° 4, 5 y 6 de la encuesta sobre los efectos de la participación de proveedores en términos de la velocidad de los procesos y la facilidad de evaluar y adjudicar ofertas.
	Seguridad	Preguntas N° 7 y 8 de la encuesta sobre vulnerabilidad de la plataforma ante la participación de proveedores fantasma.
	Capacidad de búsqueda	Preguntas N° 9 de la encuesta sobre la facilidad para encontrar el canal de denuncias reservadas.
	Satisfacción	Preguntas n° 10 y 11 de la encuesta sobre si la participación de proveedores fantasma afecta en general la satisfacción que genera el sistema electrónico de compras y en qué aspectos influyen.

3.9. Instrumentos de recolección de datos

La metodología de investigación mixta ofrece diversas herramientas para la recolección de datos. Para la presente investigación, se ha optado por utilizar 2 instrumentos de recolección de datos.

- Revisión y análisis de procesos de compra ágil registrados por la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos en sistemas internos: Se recogerán datos sobre procesos de compra ágil desde base de datos interna de la institución, comprendiendo los meses entre enero y noviembre de 2024. Como único requisito para que la compra ágil pueda ser escogida como

muestra es que el proceso haya recibido por lo menos una cotización por parte de algún proveedor.

- Encuesta semiabierta: Se realizará una encuesta semiabierta a los funcionarios de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos, integrando igualmente a aquellos funcionarios de la Unidad de Adquisiciones que participan directamente en los procesos de compra ágil de la unidad a estudiar. Esta encuesta contará con 11 preguntas compuestas de alternativas y de calificaciones del 1 al 5, además de agregar la opción para que los funcionarios puedan insertar observaciones o comentarios sobre algunas preguntas. Las respuestas son de carácter anónimas.

3.9.1 Formato de la encuesta

Sección 1 – Conocimientos previos

Pregunta 1: ¿Está usted familiarizado con el concepto de proveedor fantasma?

- Si
- No

Pregunta 2: ¿Qué considera usted que caracteriza a un proveedor fantasma? Puede seleccionar más de una opción.

- Descripciones de oferta genéricas. Por ejemplo "Se incluyen todos los productos solicitados"
- Archivos adjuntos con estructura y diseño gráfico similar
- Nombre de empresa genérico sin un rubro claro.
- Precio de la oferta
- Participación masiva en procesos de cotización
- Prefiero no responder/ No manejo la información suficiente para responder
- Otra

Pregunta 3: Si seleccionó la respuesta "Otra" en la pregunta anterior, puede agregar sus comentarios en el siguiente espacio. [Se despliega cuadro para insertar texto]

Sección 2 - Efectos de proveedores fantasma sobre la eficiencia de los procesos de compra ágil realizados en mercado público.

Pregunta 4: ¿Cree usted que la participación de proveedores fantasma en procesos de compra ágil repercute en la velocidad en que se desarrollan las etapas de evaluación y adjudicación de ofertas?

Se evalúa desde el 1 (Muy en desacuerdo) al 5 (Muy de acuerdo)

Pregunta 5: ¿En qué medida cree que el proceso de identificación de proveedores fantasma dificulta la selección de la mejor oferta en los procesos de compra ágil?

Se evalúa desde el 1 (No dificultan) al 5 (Dificultan escoger la mejor opción)

Pregunta 6: Esta pregunta es opcional. Puede agregar comentarios sobre cómo cree usted que los proveedores fantasma influyen en la eficiencia de sus procesos de compra ágil. [Se despliega cuadro para insertar texto]

Sección 3 - Seguridad de Mercado Público ante la participación de proveedores fantasma.

Pregunta 7: ¿Considera usted que las medidas de seguridad actuales de la plataforma son suficientes para prevenir la aparición de nuevos proveedores fantasma?

- Si, Son, suficientes.
- No son suficientes.
- Prefiero no responder/ No estoy en conocimiento para responder

Pregunta 8: ¿Cree usted que sería beneficioso para los usuarios compradores de mercado público fortalecer la seguridad de la plataforma para que detecte comportamientos inusuales de proveedores de manera más eficaz?

- Si
- No
- Prefiero no responder/ No estoy en conocimiento para responder

Sección 4: Buscar herramientas en la plataforma: El canal de denuncias reservadas.

Pregunta 9: Si quisiera denunciar el comportamiento sospechoso de un proveedor que podría ser fantasma, ¿Sabría usted ubicar el canal de denuncias reservadas?

- Si
- No
- Tal vez

Sección 5: Satisfacción general que le produce la plataforma de mercado público

Pregunta 10: ¿Considera usted que la participación de proveedores fantasma ha afectado la satisfacción general que le produce interactuar con la plataforma de mercado público?

Se evalúa desde el 1 (No ha afectado mi satisfacción) al 5 (Si, ha afectado negativamente mi satisfacción)

Pregunta 11: Pregunta opcional si considera que su satisfacción general si se ha visto afectada. Puede agregar comentarios sobre cómo percibe que su satisfacción se ha visto afectada por la participación de proveedores fantasma. [Se despliega cuadro para insertar texto]

3.10. Análisis de los Datos

Los datos cuantitativos serán procesados y analizados mediante la utilización de Microsoft Excel, empleando fórmulas matemáticas y estadísticas que permitan establecer hechos cuantificables y comprobables acerca de los datos extraídos.

Por su parte, los datos cualitativos serán recopilados mediante la aplicación de la encuesta semiabierta, la cual medirá aspectos subjetivos sobre la percepción de funcionarios al utilizar la plataforma de mercado público.

3.11. Diseño de la investigación.

La presente investigación está dividida en 4 etapas:

- a) Construcción de perfil de proveedor fantasma a partir de criterios recogidos del informe N° 1358 del Observatorio de ChileCompra.
- b) Determinar grado participación del perfil de proveedores fantasma construido previamente, buscando conocer su tasa de aparición y variedad de RUT distintos observados en los procesos de compra ágil publicados por la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso durante el año 2024.
- c) Aplicación de “Encuesta sobre relación entre la participación de empresas fantasma y la experiencia usuaria en mercado público” a funcionarios de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos que realizan compras ágiles, integrando también a funcionarios de la Unidad de Adquisiciones que participen directamente en los procesos de compra ágil de la unidad a estudiar.
- d) Análisis de los resultados de las encuestas, midiendo las dimensiones de eficiencia, seguridad, capacidad de búsqueda y satisfacción pertenecientes a la variable de experiencia usuaria.
- e) Realización de reflexiones y metainferencias entre las dos variables.

CAPITULO 4: ANALISIS DE LOS DATOS

4.1.- Construcción de perfil de Proveedor Fantasma

Es fundamental precisar primero quienes son proveedores normales y quienes son proveedores fantasmas. Para ello, nos remitiremos en primer lugar a la información contenida en el informe N°1358 emitido por el Observatorio de ChileCompra, el cual nos permitirá construir un perfil aproximado sobre cómo ofertan los proveedores fantasma en la plataforma de mercado público. Es importante mencionar que, para los objetivos de esta investigación, se contemplaran sólo los procesos de compra ágil debido a que es el principal medio que utilizan estos usuarios para enviar sus ofertas.

Para la construcción de este perfil se analizarán las ofertas de algunos de los proveedores mencionados en el documento. En primer lugar, se escogió a la empresa bloqueada por la Dirección de ChileCompra y luego sumamos 3 empresas más los cuales, según el informe, están directamente relacionadas con el proveedor Publictrail investment ltda. Lo anterior se resume en el cuadro 4.1.

Cuadro 4.1. Proveedores a examinar

RUT	Nombre proveedor	Procesos en que participa	OC recibidas	OC canceladas/rechazadas
77.500.124-0	Publictrail investment ltda	17.213	875	700
77.664.156-1	Ingeniería y servicios logísticos SP chile limitada	10.422	435	357
77.694.342-8	Ingeniería y gestión de compras Gescom limitada	9.603	320	259
77.660.833-5	Ingeniería, servicios y abastecimiento Iseven limitada	5.719	228	156

Fuente: Elaboración propia a partir del informe N° 1358 del Observatorio de ChileCompra

Una vez escogidos los proveedores que utilizaremos para crear el perfil de proveedor fantasma, toca definir los criterios que usaremos para establecer si

comparten o no similitudes. De esta manera, podremos conocer que características tienen en común este tipo de proveedores, identificando sus patrones de conducta. Los criterios que utilizaremos para ello se encuentran en el cuadro 4.2

Cuadro 4.2 : Criterios de análisis

Criterio	Descripción
Información adicional de la oferta	Es la descripción que los proveedores pueden agregar a la oferta en la plataforma de mercado público. Se suele utilizar para ingresar datos de contacto o días de entrega.
Nombre archivo adjunto	Corresponde al nombre de el o los documentos que los proveedores pueden adjuntar a su oferta. Suele incluir una cotización formal, fotografías del producto o registro de los servicios entregados.
Contenido archivo adjunto.	Entendemos por contenido a la cotización formal que suelen ingresar los proveedores para especificar lo que ofrecen

Fuente: Elaboración propia

Ahora que decidimos a los proveedores que revisaremos sus ofertas y los criterios de análisis para la formulación de un perfil, seleccionaremos 3 procesos de compra ágil del año 2023 en que hayan cotizado, repitiendo el mismo procedimiento para cada uno. A continuación, se presentan los cuadros resumen con los descubrimientos para cada proveedor.

Cuadro 4.3 (síntesis Publictrail investment ltda)

Proveedor	Publictrail investment ltda
ID procesos	859378-483-COT23 y 859378-603-COT23 y 859378-707-COT23
Información adicional	En los 3 procesos indican “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a central telefónica +56 2 2583 xxxx”
Nombre archivo adjunto	En los 3 procesos el archivo se llama de forma idéntica que el ID del proceso de compra
Contenido archivo adjunto.	<p>Documentos con extensión de 10 páginas app. Los 3 archivos contienen los siguientes puntos: antecedentes administrativos, declaración jurada de aceptación de bases y fiel cumplimiento, anexo técnico, certificado de experiencia, cotización y certificado de vigencia. Lo más llamativo son es el punto de anexo técnico.</p> <p>Este no especifica en ningún momento el bien o servicio que se ofrece.</p> <p>Por ejemplo, en el proceso 859378-483-COT23 sobre adquisición de material de aseo para museo no indican en ningún momento de manera específica los materiales de aseo solicitados, además de presentar errores de redacción irracionales, como llamar al museo de San Felipe “UVA 2193”, el cual es el código del proyecto y no el nombre del museo, además de mencionar que el museo es de la Universidad de Valparaíso. Por otro lado, en el proceso 859378-603-COT23 sobre adquisición de notebooks, llama al producto ofrecido “Notebooks UVA 2095” reiteradamente, siendo nuevamente el código UVA un identificador del proyecto y no un modelo de notebook.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.4 (síntesis Ingeniería y servicios logísticos sp chile limitada)

Proveedor	Ingeniería y servicios logísticos sp chile limitada
ID procesos	859378-381-COT23, 859378-520-COT23 y 859378-658-COT23
Información adicional	<p>Para el proceso 859378-381-COT23 señalan: “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a Claudia Garay +569 6821 xxxx”</p> <p>Para los otros dos procesos señalan: “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a central telefónica +56 2 2583 xxxx” siendo la misma descripción que usa el proveedor Publictrail investment ltda</p>
Nombre archivo adjunto	En los 3 procesos el archivo se llama de forma idéntica que el ID del proceso de compra
Contenido archivo adjunto.	<p>Documentos con extensión de 10 páginas cada uno, todos con los siguientes puntos: presentación empresa, antecedentes administrativos, declaración jurada de aceptación de bases y fiel cumplimiento, anexo técnico, certificado de experiencia, cotización y certificado de vigencia. De aquí llama la atención especialmente que los antecedentes administrativos utilizan exactamente el mismo formato que el proveedor Publictrail investment ltda, y a pesar de tener distinto representante legal, la empresa posee el mismo domicilio.</p> <p>En cuanto a el anexo técnico, no describen específicamente que es lo que ofrecen y la redacción no es lógica. En el proceso 859378-381-COT23 ofrecen un kit de reemplazo de cabezal de impresión marca Geropolis, este último siendo el lugar que requiere el material. Por otra parte, en el proceso 859378-520-COT23 no detallan en absoluto los productos que se requieren.</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.5 (síntesis Ingeniería y gestión de compras Gescom limitada)

Proveedor	Ingeniería y gestión de compras Gescom limitada
ID procesos	859378-451-COT23, 859378-616-COT23 y 859378-767-COT23
Información adicional	Los 3 procesos señalan “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a central telefónica +56 2 2583 xxxx” al igual que en los casos anteriores.
Nombre archivo adjunto	En los procesos el archivo se llama de forma idéntica que el ID del proceso de compra o posee el nombre de la empresa y el ID.
Contenido archivo adjunto.	<p>El primer proceso posee un documento de 3 hojas, con el mismo formato de antecedentes administrativos. En cuanto al anexo técnico se solicitan cables HDMI y el proveedor ofrece “cables HDMI BPI UVA 21991”, confundiendo el producto solicitado con el nombre del proceso.</p> <p>Los otros dos procesos poseen documentos de 9 hojas con los mismos apartados mencionados para los otros proveedores y en el mismo orden. Acerca del anexo técnico, en el proceso 859378-616-COT23 se solicita un servicio de traslado para realizar una actividad de puertas abiertas en la facultad de ingeniería y el proveedor ofrece “servicio de traslado, ofrecido por Puertas Abiertas Ingeniería”. Lo más grave ocurre con el proceso 859378-767-COT23 donde directamente el proveedor ofrece su producto, el “UVA 2295”.</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.6 (síntesis Ingeniería, servicios y abastecimiento Iseven limitada)

Proveedor	Ingeniería, servicios y abastecimiento Iseven limitada
ID procesos	859378-342-COT23, 859378-517-COT23 y 859378-772-COT23
Información adicional	En el primer proceso ingresan “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a Claudia Garay +56 2 2583 xxxx” En los otros dos procesos indican “Se incluye todo lo requerido en compra ágil, para consultas llamar a central telefónica +56 2 2583 xxxx” repitiéndose el mensaje que utilizan los otros proveedores revisados
Nombre archivo adjunto	En los 3 procesos el archivo se llama de forma idéntica que el ID del proceso de compra
Contenido archivo adjunto.	Adjuntan archivos con contenido y formato muy similar a los ya revisados. Nuevamente ingresan en la sección de anexo técnico información con redacción errónea o sospechosa. Por ejemplo en el proceso 859378-616-COT23 se solicitan tintas para impresoras y el proveedor ofrece “tintas Geropolis UVA 2193”, confundiendo el producto y el código del proyecto. Lo mismo sucede en el proceso 859378-767-COT23, donde se requiere material de oficina y el proveedor ofrece “material de oficina VR11 - UVA 20993 14 Convenio Desempeño - Proyectos”

Fuente: Elaboración propia

En resumen, tras comparar las ofertas del proveedor bloqueado por la Dirección de ChileCompra por malas prácticas con aquellas ofertas ingresadas por las empresas asociadas a este proveedor, podemos concluir que el perfil de un proveedor fantasma posee las siguientes características.

- La **información adicional** que ingresan solo dice que se incluye todo lo requerido en la compra ágil o que han considerado la totalidad del requerimiento.
- El **nombre de los archivos** solo indica el ID del proceso o el nombre de la empresa junto al ID del proceso.
- El **contenido del archivo** adjunto posee la misma estructura: Portada, antecedentes administrativos, declaración jurada de aceptación de bases y fiel cumplimiento, anexo técnico, certificado de experiencia, cotización y certificado de vigencia (O bien una versión más abreviada de los mismos).

Además, utilizan el mismo formato y diseño en sus archivos, cambiando solo el logo y colores. Por otra parte, la descripción de los productos o servicios que ofrecen es ambigua, no especifica en ningún momento lo que ofrecen, las marcas, las cantidades, ni ningún aspecto en concreto, remitiéndose a decir que son de excelente calidad y cumplen con lo requerido en proceso de compra ágil. Por último y más importante, presentan en casi la totalidad de casos una redacción sospechosa e irracional, ofreciendo productos que no existen, confundiendo el nombre del producto con el código del proyecto y mezclando información, dando la impresión que pudiese estar escrita por inteligencia artificial.

4.2- Análisis de ofertas recibidas por compra ágil en 2024.

Para esta etapa utilizaremos el perfil construido en la fase anterior sobre todas aquellas ofertas recibidas en los procesos de compra ágil que conforman la muestra en la muestra unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos durante el año 2024, con el fin de identificar si los proveedores con perfil fantasma concurren a sus procesos, con qué frecuencia, en qué cantidad y con cuantos RUT distintos operan.

La población escogida para esta etapa comprende todos los procesos de compra ágil publicados entre los meses de enero y noviembre de 2024, los cuales suman en total 755. Sin embargo, se excluirá de la población los procesos de febrero debido a que fueron solamente 4 (un 0,5% del total) por motivo de que la Universidad de Valparaíso detiene casi en su totalidad sus procesos de compra durante dicho mes por debido a vacaciones. Por tanto, la nueva población sería de 751 procesos de compras ágiles.

Sobre esta población, decidimos utilizar como **muestra 15 procesos de compra ágil de cada mes**, seleccionados de manera aleatoria, con el único requisito de que el proceso debe contar con la participación de al menos un proveedor cotizando para ser analizado. En definitiva esta etapa abarcará los procesos de 10 meses, de los cuales se examinarán 15 compras ágiles de cada uno sumando un total de 150 procesos de compra, los cuales representan un 20% del total de los procesos de compra ágil publicados en el año 2024.

Una vez definido lo anterior, se procedió con el análisis de las ofertas enviadas por los proveedores entre los meses de enero y noviembre. Lo anterior resultó en que tras aplicar el perfil de proveedor fantasma construido sobre las ofertas recibidas el periodo de estudio se descubriera que diversos proveedores **repetían los mismos patrones de comportamiento, cumpliendo con los 3 criterios** de identificación establecidos anteriormente. A continuación se resumen los descubrimientos:

- La **información adicional** que añaden a su oferta solo indica “Hemos asegurado la inclusión de todo lo necesario. Para consultas, estamos disponibles/comunicarse con <contacto>”, “La propuesta abarca todas las especificaciones. Para más detalles, escríbenos a <contacto>” o bien “Se incluye todo lo requerido. Para consultas escribir a <contacto>”, repitiéndose el mismo patrón de conducta en todos los proveedores catalogados como fantasma
- El **nombre de los archivos** que estos proveedores adjuntan posee la misma fórmula, la cual es “Nombre corto de la empresa en mayúsculas-ID del proceso de compra ágil”, repitiéndose en cada uno de los proveedores fantasma identificados. A continuación se detallan ejemplos.
 - *Proveedor LOGOS KARY Spa adjunta “LOGOSKARY-859378-724-COT24.pdf”
 - *Proveedor KORBUX ingeniería, instalaciones, suministros e insumos limitada adjunta “KORBUX-859378-725-COT24.pdf”
 - *Proveedor Comercializadora e importadora Alto Pirque limitada adjunta “ALTOPIRQUE-859378-561-COT24.pdf”.
- Los **archivos que adjuntan** poseen los siguientes componentes en común:
 - Una portada con una imagen y los datos de contacto.
 - Una presentación de la empresa utilizando de manera reiterativa las palabras “integral”, “accesible”, “innovadora”, “satisfacer”, “soluciones” y “eficiente”, entre otras. Esta presentación posee la estructura de ¿Quiénes somos?, Misión y Visión de la empresa, utilizando casi siempre la misma estructura, tipo de letra, y presentación visual.

- Antecedentes administrativos, utilizando casi siempre el mismo tipo de letra, glosas, estructura y presentación visual.
- Una declaración jurada de aceptación de bases y fiel cumplimiento la cual posee el mismo tipo de letra, glosas, diseño visual y mensaje el cual solamente varía modificando el ID y el nombre del proceso y los datos del representante legal.
- Una hoja titulada “Cotización” que no especifica los bienes o servicios ofrecidos, indicando solamente el valor total (sin desagregar por ítem) y un mensaje genérico para todos los archivos que dice “Se deja constancia que en la presente cotización se incluye todo lo requerido para la correcta ejecución del servicio solicitado.”, y “No se incluye ningún elemento que no haya sido solicitado expresamente en la compra ágil <ID del proceso>”

Tras la examinación de las ofertas de los proveedores calificados como fantasma se confirma que no presentan ofertas completas ya que omiten información mínima requerida para poder evaluar las ofertas, como el detalle de los productos, su valor, características, etc. Además, pudiese dar la impresión de que las ofertas son enviadas de manera automatizada ya que no contienen ningún elemento que las diferencie unas de otras en cuanto a su contenido.

Dicho lo anterior, procederemos a medir el grado de participación de proveedores fantasma, su tasa de aparición y la variedad de RUT del año 2024.

A) Resumen general de participación de proveedores fantasma

Cuadro 4.7: Síntesis de información de los procesos de compra ágil de 2024 revisados.

Mes	Ofertas recibidas	Ofertas recibidas de P. fantasma	Procesos con presencia de P. Fantasma	Cantidad de P. fantasma con RUT nuevo y diferente a P. Fantasma ya identificados
Enero	121	3	3	2
Marzo	80	12	12	0
Abril	116	21	15	2
Mayo	79	18	10	5
Junio	109	31	13	2
Julio	110	21	10	8
Agosto	83	29	14	3
Septiembre	96	28	13	3
Octubre	95	21	9	3
Noviembre	102	27	11	7
TOTAL	991	211	110	35

Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada.

A partir del cuadro 4.7, podemos desprender que en total se recibieron 991 ofertas por parte de proveedores, de las cuales 211 pertenecían a proveedores fantasma, lo cual representa un 21,3% del total. Es decir, que 1 de cada 5 ofertas recibidas pertenecía a un proveedor que cumplía con el perfil de fantasma.

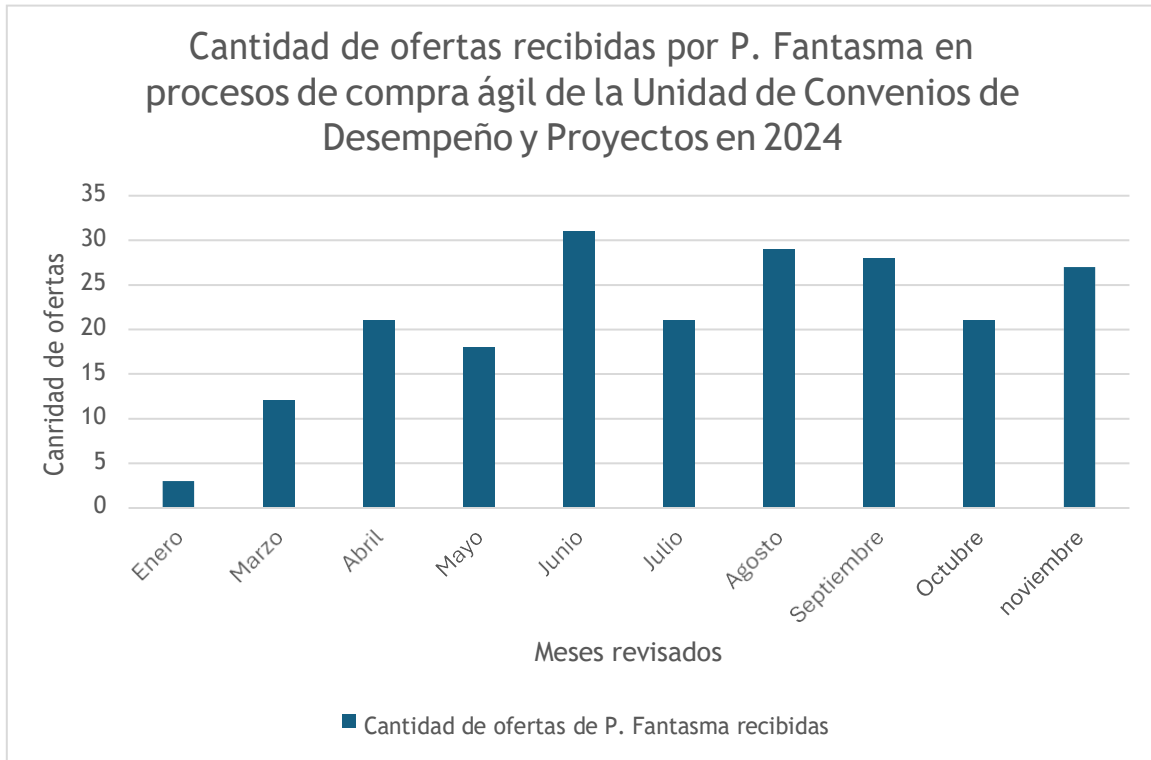
Por otro lado, podemos ver que, de la muestra de 150 procesos recogidos para el análisis, 110 contaron con la presencia de al menos un proveedor fantasma, lo cual se traduce en un 73,3% del total de procesos. Básicamente, 3 de cada 4 procesos contaban con la participación de una de estas empresas.

Por último, es importante mencionar que del total de procesos de compra ágil revisados se constató que 35 proveedores cumplían con el perfil de proveedor fantasma.

B) Análisis de la dimensión “Participación en procesos de compra ágil”

Para analizar esta dimensión, se definió como indicador la cantidad de ofertas presentadas por proveedores fantasma en los procesos de compra ágil durante el año 2024. A continuación se grafica el indicador de manera mensualizada.

Gráfico 4.8 Resumen dimensión “Participación” mensual 2024.

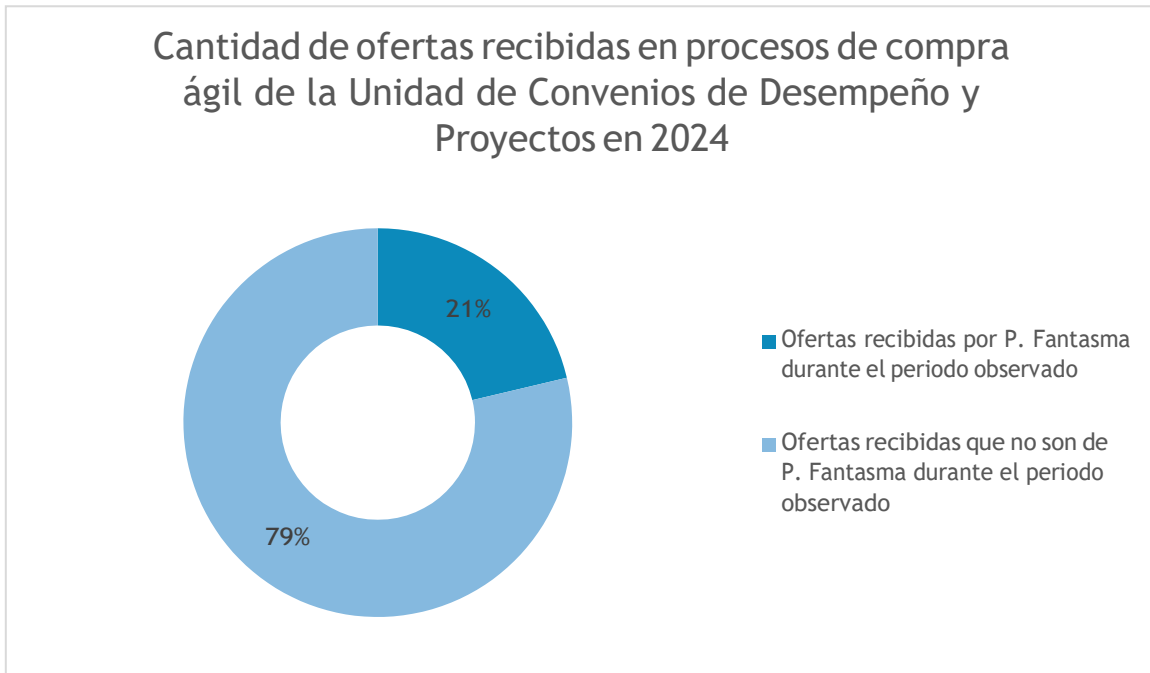


Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada.

A partir del gráfico 4.8, es posible concluir que la cantidad de ofertas de Proveedores Fantasma que recibió la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos en sus procesos de compra ágil aumento considerablemente después del mes de enero. El promedio de ofertas recibidas por P. Fantasma es de 21 cada mes, mientras que la mediana es de 21 igualmente, por lo que podríamos estar frente a una distribución equitativa de los datos.

Acerca del total de las ofertas recibidas, 211 de las 991 ofertas correspondían a este tipo de proveedores, lo cual representa un 21,3% de las ofertas en total. Esto se ilustra en el gráfico 4.9.

Gráfico 4.9: Resumen dimensión “Participación” anual 2024.



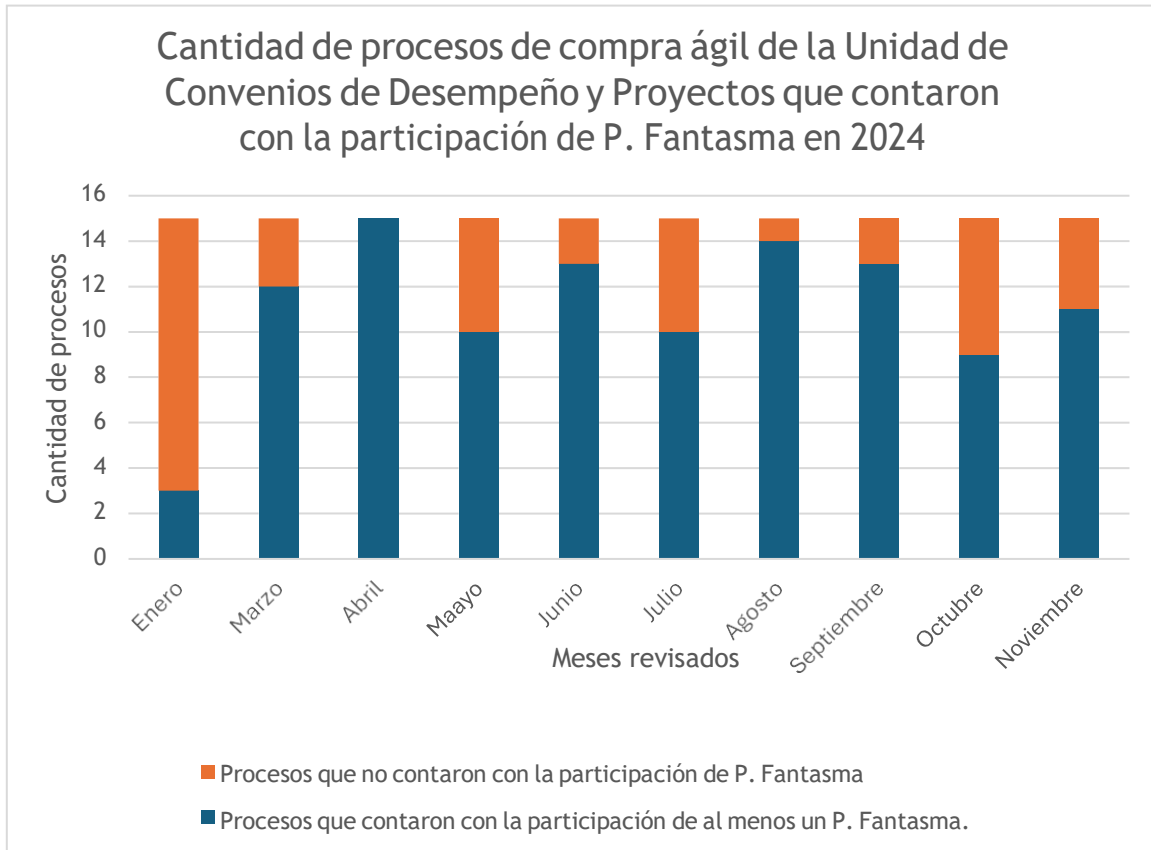
Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada.

En definitiva, podemos concluir que en relación a la dimensión de “Participación”, **hubo mucha participación de P. Fantasma** en los procesos de compra ágil de 2024 examinados.

C) Análisis de la dimensión “Aparición en procesos de compra ágil”

Para analizar esta dimensión, se definió como indicador la cantidad de procesos de compra ágil que cuentan con la participación de al menos un proveedor fantasma en el año 2024. Esto se ilustra de manera mensualizada, en el gráfico 4.10

Gráfico 4.10. Resumen dimensión “Aparición” mensual 2024.

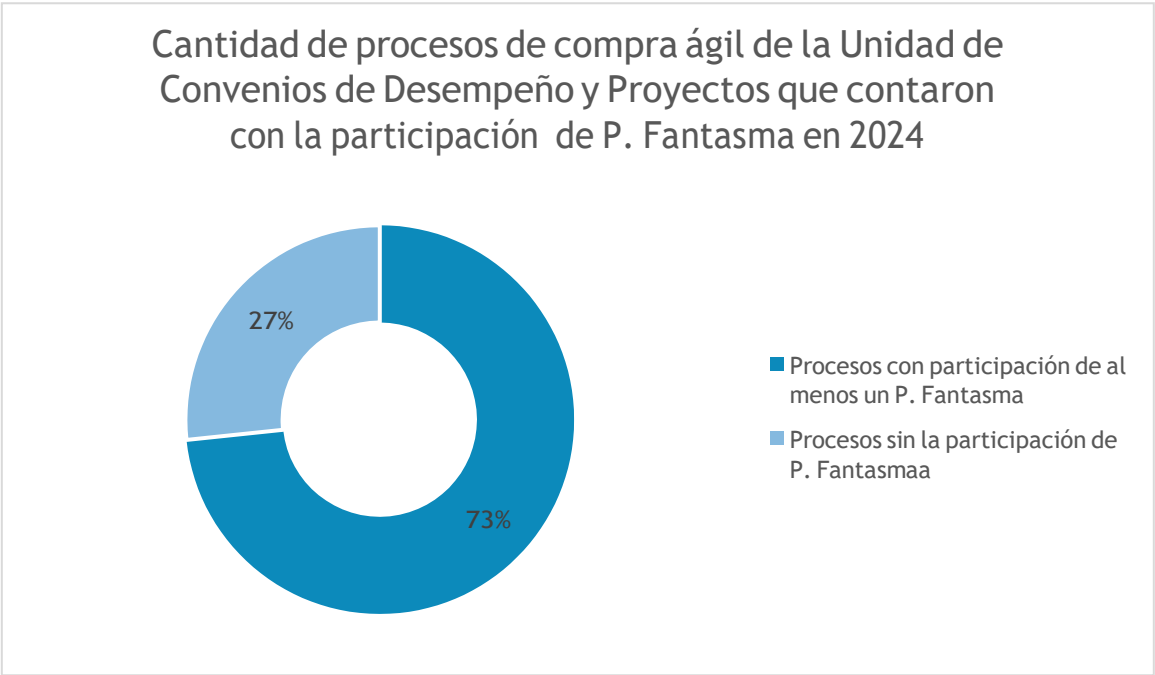


Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada

De acuerdo con el gráfico 4.10, nos damos cuenta de que después del mes de enero, la presencia de estas empresas en los procesos de compra ágil fue muy prominente, llegando a aparecer en al menos un 60% de los procesos publicados en cada uno de los otros meses. De hecho, todos los procesos examinados en abril presentaron al menos uno de estos proveedores, mientras que en agosto solo faltó un proceso para completar los 15. En promedio, 11 de los procesos de cada mes contó con la participación de un proveedor fantasma.

Por otro lado, de la muestra de 150 procesos de compra ágil escogidos de manera aleatoriamente, 110 contaron con la participación de al menos una de estas empresas, representando un 73.3% del total. El gráfico 4.11 ilustra de mejor manera estos resultados.

Gráfico 4.11: Resumen dimensión “Aparición” anual 2024.



Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada

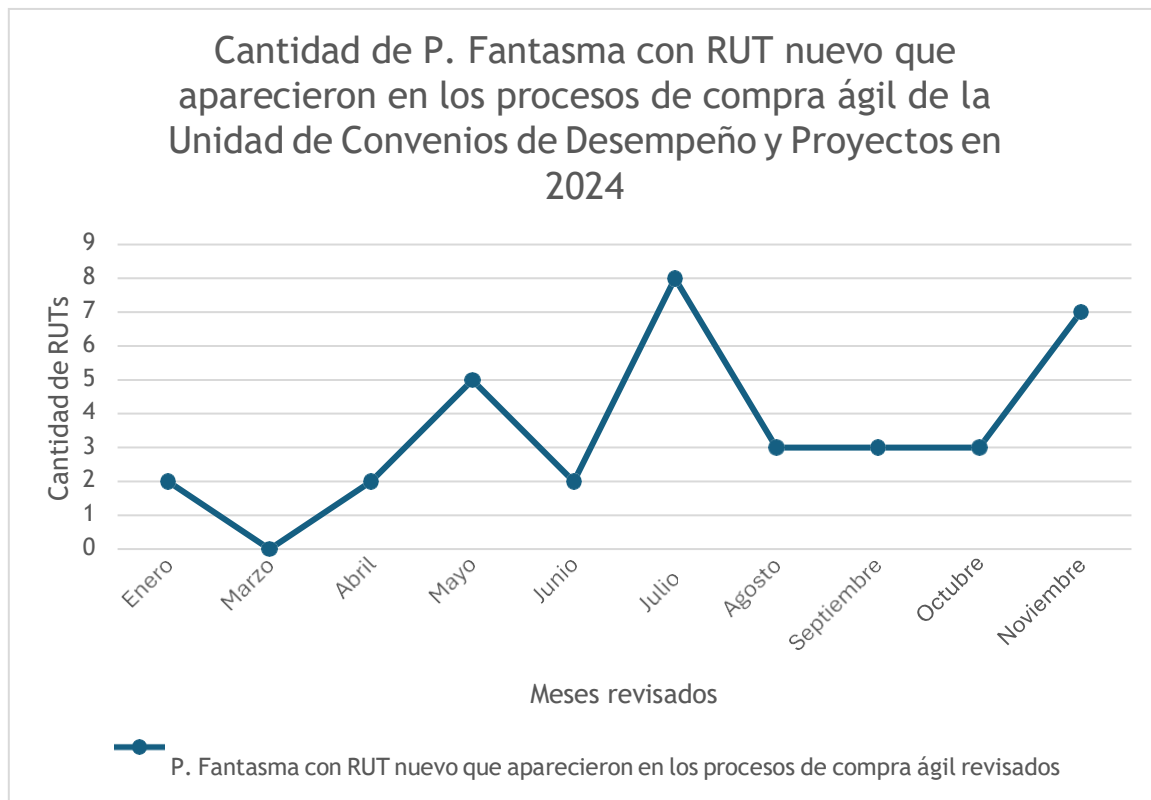
En conclusión, podemos decir que en cuanto a la dimensión “Aparición” encontramos que **hubo una aparición alta** de estos proveedores en los procesos de compra ágil de 2024 examinados.

D) Análisis de la dimensión “Variedad de proveedores identificados”

Para analizar esta dimensión, se definió como indicador la cantidad de RUT diferentes asociados empresas clasificadas como fantasma que participaron en los procesos de compra ágil del año 2024 revisados. Para ello, se elaboró una tabla de frecuencia identificando en que mes participó cada proveedor y cuantas veces lo hizo.

Luego de analizar la tabla de frecuencia, se contabilizaron cuantos RUT nuevos de empresas fantasma aparecían mes a mes. El gráfico 4.12 resume los resultados obtenidos asociados a esta dimensión

Gráfico 4.12: Resumen dimensión “Variedad” mensual 2024.



Fuente: Elaboración propia a partir de muestra analizada

Se desprende del gráfico 4.12 que en total se registraron 35 RUT distintos, de proveedores que caben dentro del perfil de proveedor fantasma, que participaron en uno o más de los 150 procesos de compra ágil de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos revisados.

Es importante mencionar que los meses que menos RUT distintos registraron fueron los de enero, marzo y abril, mientras que los meses con mayor variedad de proveedor fantasma nuevos fueron julio con 8 y noviembre con 7.

Por último, se destaca que solo 7 de estos RUT estuvieron presentes en 4 meses o más, mientras que por otro lado 13 RUT ofertaron solo en un mes (esto sin contar aquellos que aparecieron solo en el mes de noviembre, lo que nos llevaría a la suma de 20)

4.3.- Aplicación de “Encuesta sobre relación entre la participación de empresas fantasma y la experiencia usuaria en mercado público” a los usuarios compradores de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso.

Para esta etapa se construyó una encuesta enfocada en descubrir cómo se relaciona la participación de P. Fantasma con la experiencia usuaria de aquellas personas de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso que utilizan la plataforma de mercado público para llevar a cabo sus procesos compra ágil en la plataforma de mercado público (incluyendo también a aquellos funcionarios de otras unidades que participan directamente en sus procesos de cotización). Dicho lo anterior, nuestra población es de 9 funcionarios

Este instrumento lo que busca es generar un insumo que nos sirva para profundizar en la variable “Experiencia usuaria de usuarios compradores pertenecientes a la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso” midiendo las dimensiones de eficiencia, seguridad, capacidad de búsqueda y satisfacción.

A continuación se presenta el cuadro 4.13 que resume las principales características de esta encuesta.

Cuadro 4.13: Características de la encuesta.

Encuesta sobre relación entre la participación de empresas fantasma y la experiencia usuaria en mercado público	
Población	9 funcionarios que se les envía la encuesta
Muestra	7 funcionarios que responden la encuesta
Formato de la encuesta	Online, usando la herramienta Google Forms.
Cantidad de preguntas	11 preguntas (8 obligatorias y 3 opcionales)
¿Es anónima?	Si

Una vez clarificado lo anterior, se procede con la presentación y análisis de las respuestas entregadas por los usuarios, con el fin de medir las dimensiones de la variable mencionadas previamente.

Pregunta 1:

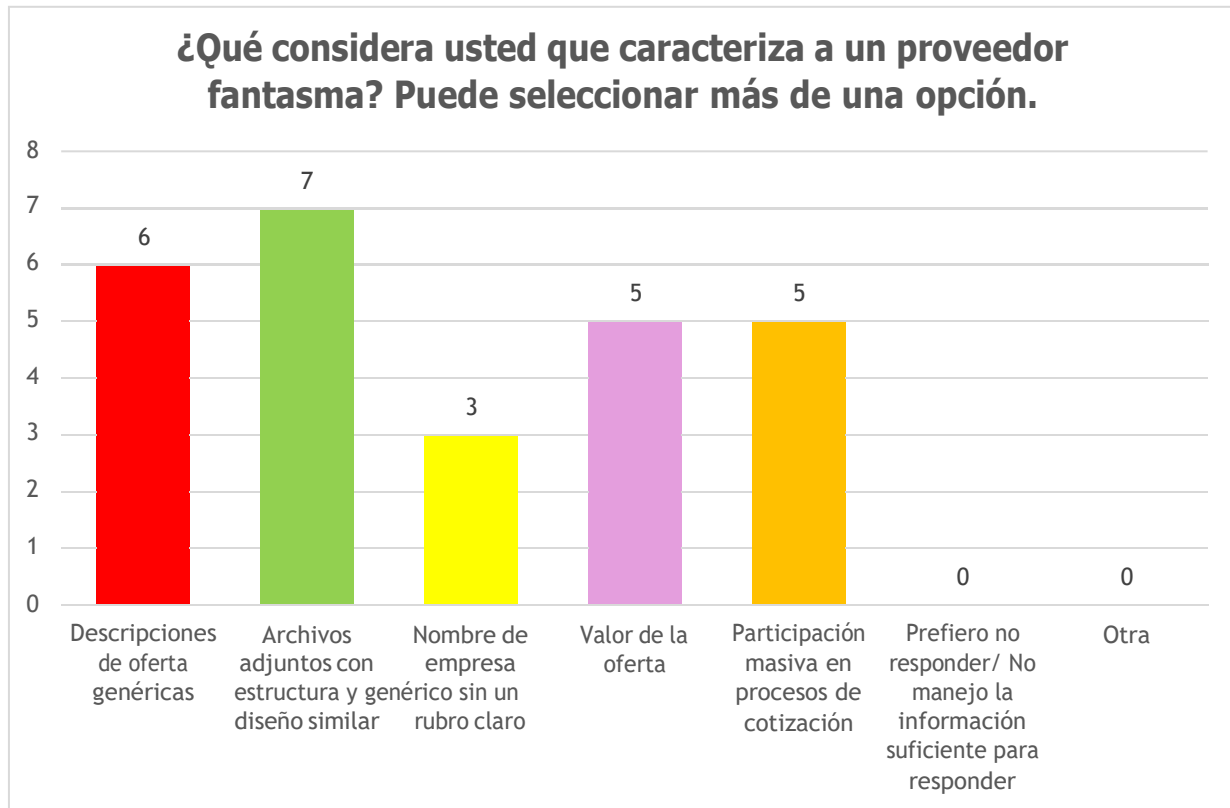
Gráfico 4.14: Resultados pregunta 1.



A partir de las respuestas de esta pregunta, podemos decir con seguridad que todos los usuarios encuestados conocen el concepto de proveedor fantasma, demostrando que este fenómeno no les es ajeno a los funcionarios encuestados.

Pregunta 2:

Gráfico 4.15: Resultados pregunta 2.



Según la figura, todas las personas encuestadas indicaron que identifican a los proveedores fantasma por el archivo que adjuntan ya que estos poseen estructuras y diseños similares. La segunda respuesta con mayor frecuencia fue la descripción de la oferta genérica (Que como vimos en la etapa dos éstas dicen “Hemos asegurado la inclusión de todo lo necesario” o “La propuesta abarca todas las especificaciones”).

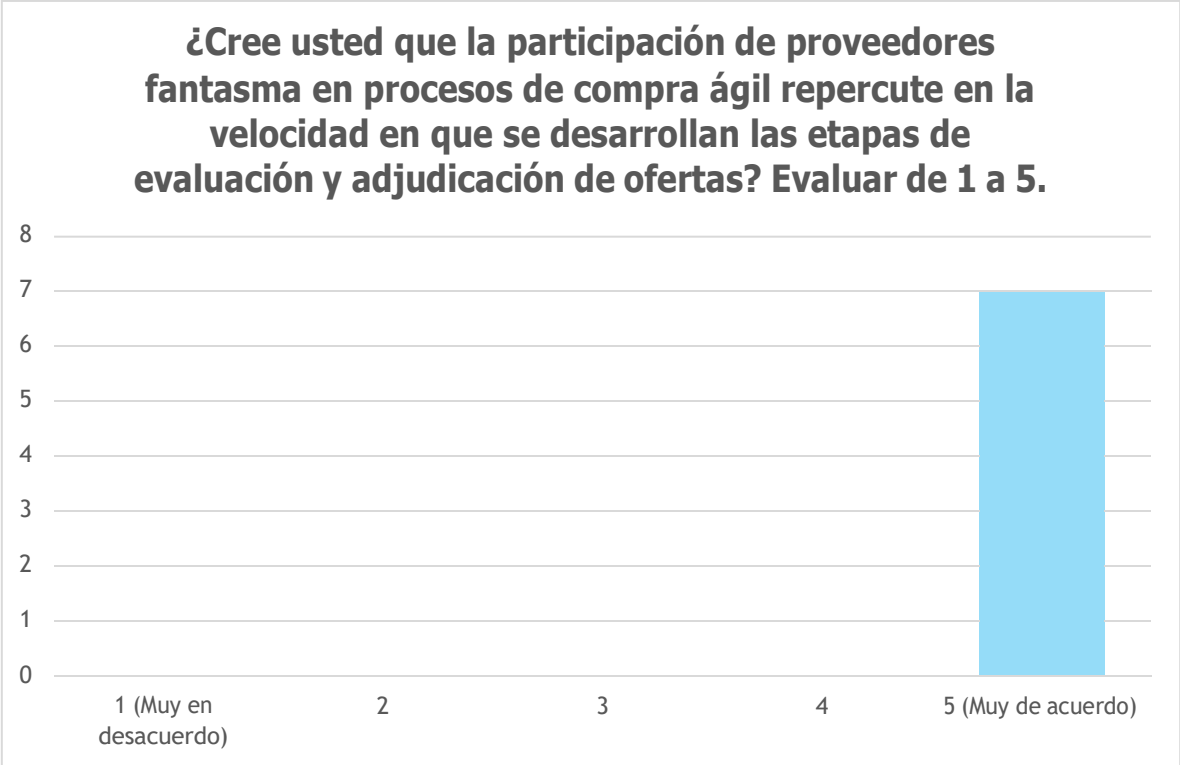
Luego siguen las características de valor de la oferta y participación masiva en procesos de cotización, con 5 respuestas cada una. Por último, la opción que menos caracteriza a un proveedor fantasma es el nombre de la empresa, con tan solo 3 respuestas.

Pregunta 3: Si seleccionó la respuesta "Otra" en la pregunta anterior, puede agregar sus comentarios en el siguiente espacio.” (Opcional)

Ningún encuestado escogió responder la pregunta opcional.

Pregunta 4:

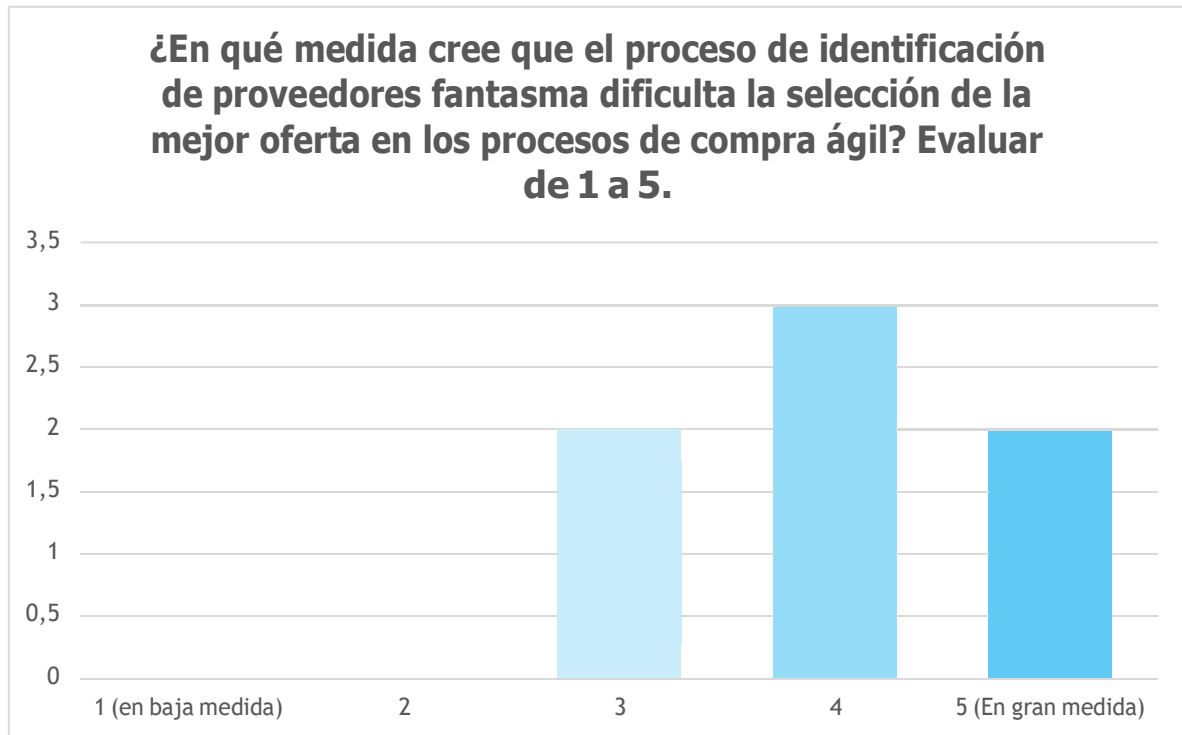
Gráfico 4.16: Resultados pregunta 4.



Según lo respondido por los encuestados, todos están muy de acuerdo con que la participación de los proveedores fantasma afecta negativamente la velocidad en que se llevan a cabo la evaluación y la adjudicación de ofertas.

Pregunta 5:

Gráfico 4.17: Resultados pregunta 5



La pregunta 5 no tiene un consenso entre los funcionarios encuestados, puesto que las respuestas están distribuidas entre las últimas tres opciones. 3 funcionarios creen que la participación de proveedores fantasma en los procesos de compra ágil dificulta el proceso de selección de la mejor oferta medianamente, 4 creen que lo dificulta un poco más que medianamente y 3 consideran que lo afectan en gran medida. Si bien las respuestas no son unánimes, podemos decir que todas se encuentran en el espectro de que si lo hacen más difícil.

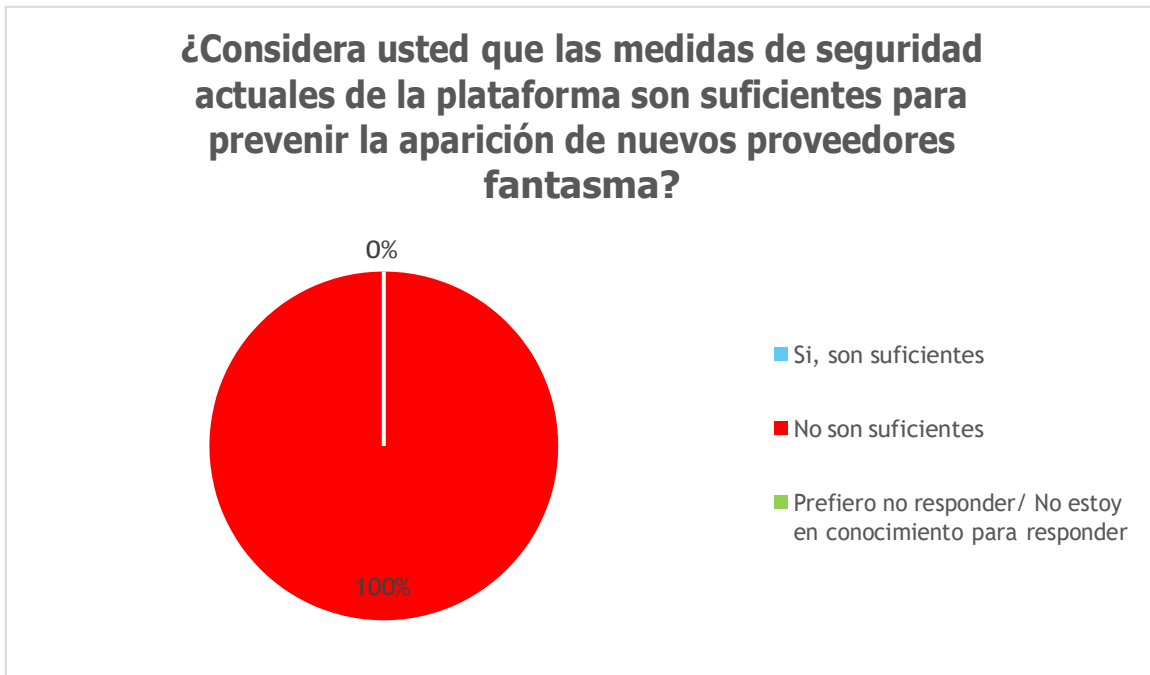
Pregunta 6: Puede agregar comentarios sobre cómo cree usted que los proveedores fantasma influyen en la eficiencia de sus procesos de compra ágil. (Opcional)

Se obtuvieron 5 respuestas para esta pregunta, de las cuales se identifican 4 temas principales:

- Si el proveedor fantasma es el único que oferta o es el más económico, puede llegar a ser difícil convencer al usuario requirente de que la “mejor opción” es en realidad un proveedor poco serio los cuales es bien sabido que incumplen con los bienes y servicios que ofertan.
- El desconocimiento por parte de personas ajenas al sistema de compras públicas y en especial a las dinámicas dentro de mercado público dificultan avanzar expeditamente en los procesos de evaluación y adjudicación.
- El tiempo que se pierde tratando de contactar a los proveedores por llamadas o correos ralentiza la velocidad y, por consiguiente, el uso eficiente de los tiempos.
- Si un usuario no logra descifrar que la oferta de un proveedor es en realidad de una empresa fantasma y la adjudica, provoca una pérdida de tiempo

Pregunta 7:

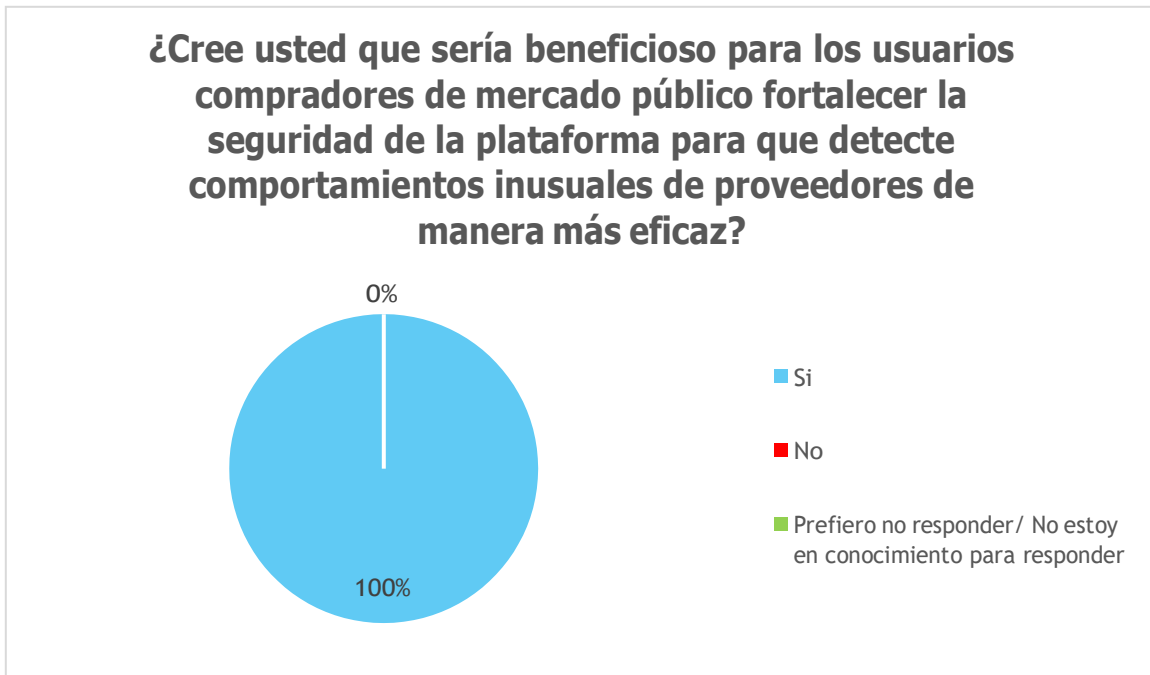
Gráfico 4.18: Resultados pregunta 7.



En consideración de las respuestas obtenidas, podemos concluir que todos los usuarios encuestados consideran que la plataforma de mercado público no cuenta con medidas de seguridad suficientes para prevenir que sigan apareciendo nuevas empresas fantasma.

Pregunta 8:

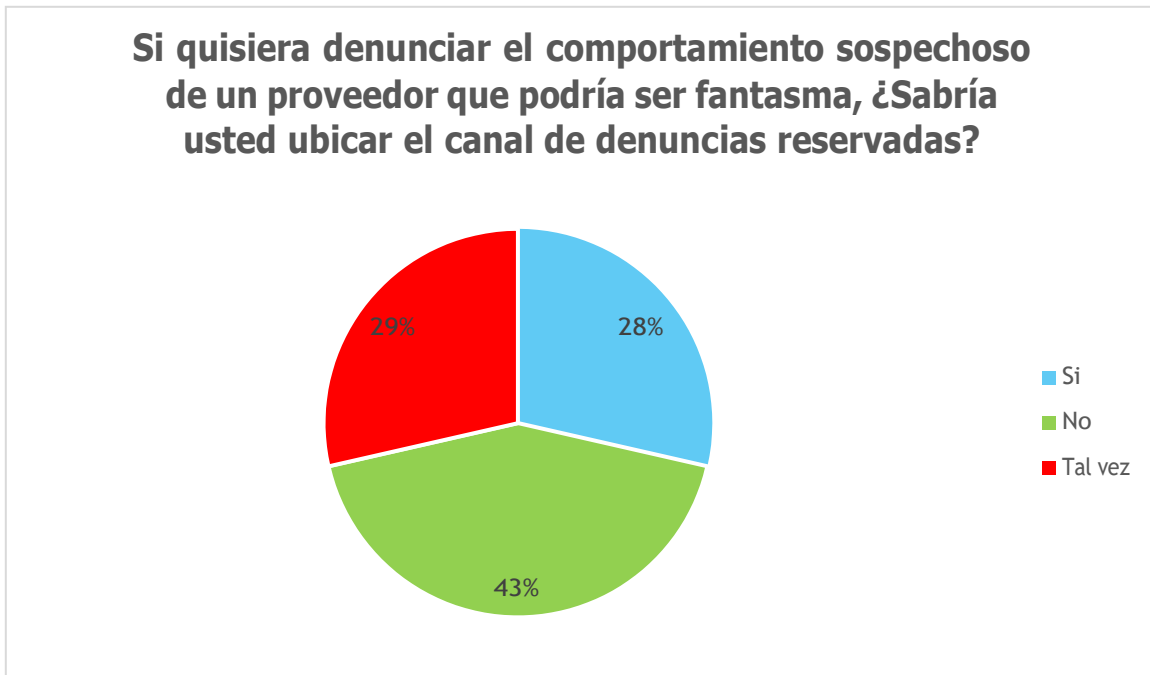
Gráfico 4.19: Resultados pregunta 8.



Todas las personas que participaron de la encuesta opinan que la plataforma de mercado público debería fortalecer sus medidas de seguridad para detectar comportamientos inusuales de proveedores de manera más eficaz

Pregunta 9:

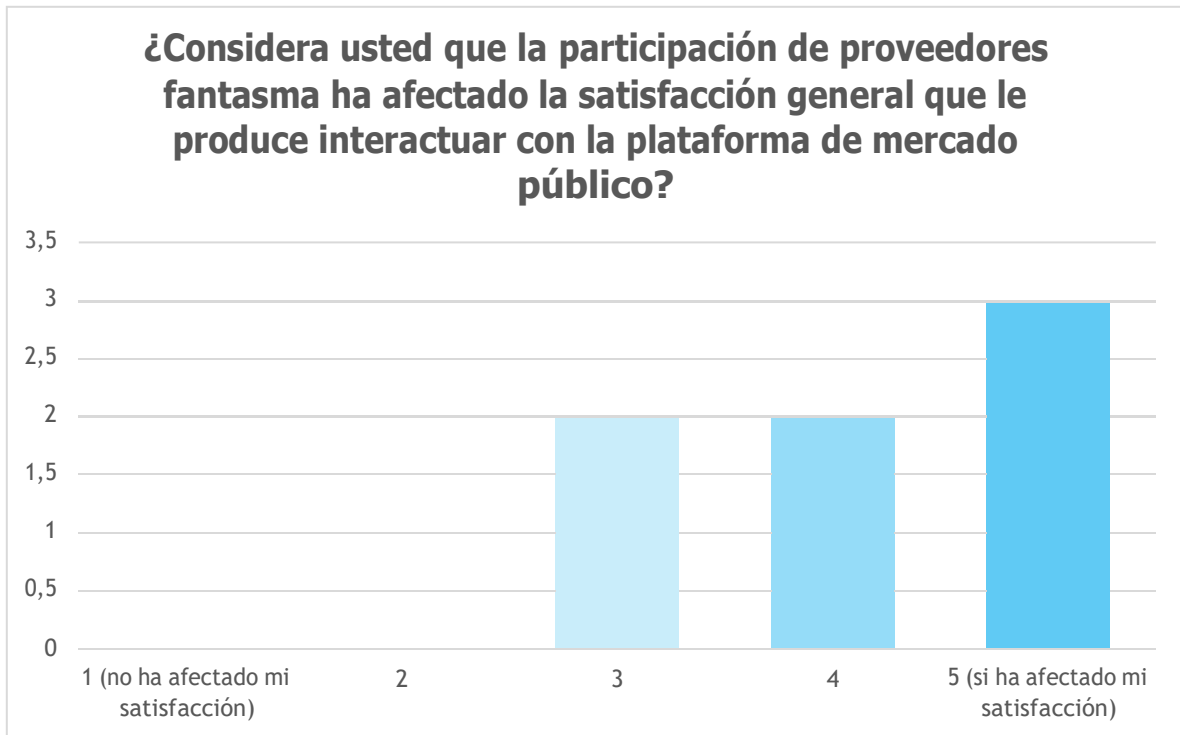
Gráfico 4.20: Resultados pregunta 9.



En virtud de lo anterior, podemos decir que no todos los funcionarios encuestados sabrían ubicar el canal de denuncias reservadas en la interfaz de mercado público. Solo 2 saben cómo encontrar este recurso, mientras que 3 de ellos creen que tal vez podrían encontrarlo. Por último, 2 funcionarios no sabrían ubicar este canal en mercado público.

Pregunta 10:

Gráfico 4.21: Resultados pregunta 10.



En base a las respuestas, es posible concluir que a todos encuestados les afecta la participación de proveedores fantasma en la satisfacción general que les produce realizar sus procesos de compras en la plataforma de mercado público, aunque no a todos con la misma intensidad.

Pregunta 11: Si considera que su satisfacción general si se ha visto afectada, puede agregar comentarios sobre cómo percibe que su satisfacción se ha visto afectada por la participación de proveedores fantasma. (Opcional)

Se recibieron 2 respuestas en esta pregunta. A continuación se sintetizan las ideas principales:

- La satisfacción general de un funcionario no se ve afectada por la participación de proveedores fantasma, sino que le produce insatisfacción en procesos específicos donde participan los proveedores fantasma.
- Debería vetarse de participar en los procesos de compras a estas empresas tipo debido a los problemas que estos pueden ocasionar en los procesos de compras.

4.4.- Análisis de resultados obtenidos en encuesta y medición de dimensiones de Eficiencia, Seguridad, Capacidad de búsqueda Satisfacción de la variable experiencia usuaria

En esta etapa se analizarán las respuestas según las dimensiones e indicadores establecidas en el punto 3.8 de la presente investigación

A- Dimensión de Eficiencia

Esta dimensión busca conocer los efectos de la participación de proveedores fantasma en términos de la velocidad de los procesos y la facilidad de evaluar y adjudicar ofertas. Se utilizaron las preguntas 4, 5 y 6 para medir esta dimensión.

En la pregunta 4 sobre velocidad de procesos todos los usuarios compradores respondieron que la participación de proveedores fantasma si ralentizan sus procesos de compra ágil.

En la pregunta 5 sobre dificultad en los procesos de evaluación y adjudicación todos los funcionarios consideran que estos proveedores afectan estos procesos, aunque el impacto no fue unánime. Se concluye que, cómo todas las respuestas están entre la opción 3 y 5, los proveedores si afectan estas etapas de las compras.

En la pregunta 6 se recibieron diversos comentarios y experiencias personales. Se concluye a partir de estos que los dos principales motivos por los cuales estos proveedores retrasan los procesos es debido a que, como no todas las personas involucradas en la decisión de adjudicar están en pleno conocimiento de la existencia de estas empresas, se dedica una cantidad significativa de tiempo a explicar al usuario requirente por qué debe escoger a otro proveedor. El otro motivo radica en que para conocer si un proveedor es fantasma, se mandan correos y realizan llamadas que estos no contestan.

En definitiva, podemos decir que en la dimensión de Eficiencia, **los proveedores fantasma si provocan efectos negativos directamente en la velocidad de los procesos.**

B- Dimensión de Seguridad

Esta dimensión busca conocer si los usuarios creen que la plataforma de mercado público dispone de las medidas de seguridad necesarias para afrontar esta problemática. Para ello se realizaron las preguntas 7 y 8 de la encuesta.

En la pregunta 5 sobre si las medidas de seguridad son suficientes para evitar que aparezcan cada vez más proveedores fantasma, todos los encuestados respondieron que las medidas no son suficientes para prevenir que sigan apareciendo.

En la pregunta 6 sobre la necesidad de fortalecer las medidas de seguridad para detectar de manera eficaz a los proveedores fantasma, todos los encuestados creen que sería beneficioso para su experiencia como compradores que se implementaran medidas más eficaces

En conclusión, los encuestados creen que el **sistema electrónico de compras públicas no posee medidas de seguridad suficientes y puede ser perfeccionado.**

C- Dimensión de Capacidad de búsqueda

Esta dimensión busca conocer si la página de mercado público presenta una interfaz intuitiva para ubicar los canales de denuncia reservada. Se asocia a la pregunta 9 de la encuesta.

En la pregunta 9 sobre si saben ubicar el canal de denuncias reservadas disponible en la página de mercado público las respuestas fueron mixtas. 3 funcionarios no sabrían ubicar el canal, 2 tal vez podrían y los otros 2 si saben ubicarlo. Considerando que la interfaz de usuario debe poder responder a las necesidades del usuario permitiéndole encontrar fácilmente lo que busca, y que en este caso solo un 28% de los encuestados sabe con certeza cómo encontrar este canal, se concluye que la **plataforma de mercado público no facilita debidamente la búsqueda de la opción de denuncias reservadas.**

D- Dimensión de Satisfacción

Esta dimensión busca conocer si la satisfacción general que experimentan los usuarios al utilizar mercado público se ve afectada por la participación de proveedores fantasma en sus procesos de compra ágil. Para este fin se realizaron las preguntas 10 y 11 de la encuesta.

En la pregunta 10 sobre satisfacción general las respuestas se encuentran dispersas en las calificaciones 3 y 5. Si bien no existe un consenso sobre que tan perjudicada se ve la satisfacción, si hay una coincidencia en que esta se ve afectada por las empresas fantasma.

En la pregunta 11 sobre comentarios de la pregunta 10 se recibieron 2 respuestas de las cuales se resume que la satisfacción general no se ve impactada directamente, sino que son los procesos particulares en donde participan que producen insatisfacción con el sistema electrónico.

Por tanto, y en consideración de las respuestas recibidas, **la dimensión de satisfacción se ve perjudicada, en diferentes escalas, a causa de los proveedores fantasma**

4.5.- Reflexiones sobre los resultados.

Antes de presentar las conclusiones obtenidas tras el análisis de los datos y la medición de las variables, es necesario sintetizar los resultados que conseguimos en las etapas anteriores.

Cuadro 4.22: Variables, dimensiones y resultados.

Variable	Dimensión y resultado
Participación de proveedores fantasma en procesos de compra ágil de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso durante el 2024	Participación: Mucha
	Aparición: Alta
	Variedad: Mediana
Experiencia usuaria de funcionarios compradores pertenecientes a la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso	Eficiencia: P. fantasma si provocan efectos negativos directamente en la velocidad de los procesos de compra ágil.
	Seguridad: Sistema electrónico de compras públicas no posee medidas de seguridad suficientes y puede ser perfeccionado
	Capacidad de búsqueda: plataforma de mercado público no facilita debidamente la búsqueda de la opción de denuncias reservadas
	Satisfacción general: En general perjudica la experiencia

Fuente: Elaboración propia.

A partir de ello se pueden realizar las siguientes reflexiones y metainferencias:

- La variable de participación de proveedores demostró que efectivamente en la plataforma de mercado público se reciben muchas ofertas poco serias por parte de empresas fantasma, las cuales aparecen en más del 70% de los procesos de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos y, además, se han adaptado para operar bajo distintos RUT.
- Los proveedores fantasma ya forman parte innegable del ecosistema de compras públicas de la plataforma mercado público, contando con una importante presencia de los procesos de compra ágil que llevan a cabo las instituciones y, en este caso, en la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos.
- En consideración de los resultados obtenidos en las 3 dimensiones de la primera variable, se puede inferir que es relativamente sencillo crear empresas fantasma y participar de la plataforma de mercado público, por lo que los monitoreos del Observatorio están al debe en su labor de detectar comportamientos extraños de proveedores.
- En cuanto a la variable de experiencia usuaria de los funcionarios de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos, se descubre que éstos ven afectados distintos aspectos de su experiencia funcionaria de forma negativa a causa de la participación de proveedores fantasma.
- La eficiencia de los procesos de compra ágil de esta Unidad se ha visto comprometida a causa de los proveedores fantasma, lo que pasa a llevar el principio mismo que origino la creación de esta modalidad de compra, la cual es ofrecer una vía expedita, rápida y eficiente para que los compradores y proveedores puedan llevar a cabo sus trámites menores a 30 UTM.
- Según lo que respondieron los usuarios en la sección de “seguridad” de la encuesta, se descubre que todos creen que este servicio posee un amplio margen de mejora en lo que respecta a sus medidas de detección y suspensión de proveedores fantasma. Lo anterior demuestra que los funcionarios consideran un aspecto importante del proceso de compras la seguridad de la página.

- Puesto que no todos los usuarios compradores sabrían ubicar el canal de denuncias reservadas habilitado por la Dirección de ChileCompra, es posible inferir que la plataforma no es intuitiva ni amigable con los usuarios en cuanto a la facilidad de uso de la página, lo que implica que la experiencia usuaria de ellos se ve afectada de forma negativa.
- Por último, considerando que la satisfacción general es un elemento clave para determinar la experiencia usuaria final de quienes utilizan la plataforma de mercado público para hacer sus compras y que si bien no hubo consenso en las respuestas debido a que cada usuario posee ideas, percepciones y prioridades distintas, es posible suponer que para algunos usuarios la participación de proveedores fantasma es un determinante en la satisfacción que entrega la plataforma y por tanto la Dirección de ChileCompra debiese velar por cumplir con sus necesidades y expectativas.

En definitiva, cuando conjugamos las 2 variables estudiadas en la presente investigación, podemos decir que actualmente el sistema de compras públicas posee una fuerte presencia de proveedores fantasma los cuales, sorteando las actuales medidas de seguridad mercado público, logran influir en la experiencia usuaria de las personas compradores que utilizan la plataforma, entorpeciendo sus procesos de compra ágil. Lo anterior se acentúa más en la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso ya que ellos al trabajar con usuarios requirentes que no conocen el actual ecosistema de la plataforma y no comprenden el concepto de proveedor fantasma, causan que los procesos de evaluación y adjudicación de las ofertas sea más lento. Esto podría ser solucionado si la plataforma ofreciera un servicio más enfocado en la experiencia usuaria y en los efectos de la participación de proveedores fantasma sobre esta.

CAPITULO 5: CONCLUSIONES

El objetivo principal de esta investigación fue diagnosticar los efectos que produce la participación de proveedores fantasma en mercado público sobre la experiencia usuaria de funcionarios compradores de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024, con la finalidad de conocer si existe acaso una relación entre estas dos variables y en qué medida. Para alcanzar dicho objetivo, se siguieron diversas etapas de investigación que constataron la siguiente información:

- Existió una alta participación de proveedores fantasma en los procesos de compra de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en el año 2024.
- La experiencia usuaria de los compradores de esta Unidad se ha visto afectada negativamente por este fenómeno.

Si bien por separado estos problemas ya son importantes, creemos que como la participación de empresas fantasma en los procesos de compra ágil de esta Unidad se ha mantenido constante durante el año 2024 pero que los nombres y RUT que utilizan se han diversificado enormemente desde el segundo semestre, la experiencia usuaria de estos compradores no va a mejorar significativamente si la Dirección de ChileCompra no optimiza sus sistemas de monitoreos y detección de empresas fantasma.

Ahora bien, viendo de forma práctica los efectos de la participación de estos proveedores sobre la experiencia usuaria, descubrimos que los funcionarios no están viendo cumplidas sus expectativas con respecto a lo que esperan de la plataforma de mercado público, puesto que cuando estas empresas ofertan, sus percepciones de la eficiencia que ofrece esta plataforma, la seguridad que posee el sistema y la satisfacción general que les produce se ven negativamente afectadas.

En consideración de lo mencionado anteriormente, creemos que este fenómeno si representa una problemática real y que está perturbando el actual sistema de

compras públicas del Estado. Si bien en esta oportunidad nos enfocamos sólo en una Unidad de la Universidad de Valparaíso, los antecedentes revisados a lo largo de la investigación sugieren que esta experiencia podría repetirse en otras instituciones, lo cual ciertamente es preocupante y podría ser motivo de análisis para futuras investigaciones.

Por último, consideramos que la labor de descifrar códigos y conductas para poder reconocer a proveedores fantasma se le ha delegado a los usuarios compradores de la Unidad, cuando en realidad es la Dirección de ChileCompra la encargada de garantizar que su servicio de mercado público sea eficiente, seguro y garantice una satisfacción a los usuarios que interactúen con esta plataforma.

En consideración de lo anterior, concluimos la presente tesis reafirmando que la participación de proveedores fantasma si es fenómeno dañino para el sistema de compras y que ha afectado la experiencia usuaria de Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos de la Universidad de Valparaíso en este año 2024.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Archivo Nacional de Chile (2020) Historia del edificio del Archivo Nacional de la Administración, recuperado el 23 de octubre desde <https://www.archivonacional.gob.cl/noticias/historia-del-edificio-del-archivo-nacional-de-la-administracion>

Armijo, M (2011) Planificación estratégica e indicadores de Desempeño en el sector público. *Serie Manuales – CEPAL. pp 15-24* <https://hdl.handle.net/11362/5509>

Decreto 250 (Chile): Aprueba reglamento de la ley nº19.886 de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=230608>

Dillon, A. (2001). Beyond Usability: Process, Outcome and Affect in human computer interactions. *Canadian Journal of Information Science. 26.* https://www.researchgate.net/publication/242176375_Beyond_Usability_Process_Outcome_and_Affect_in_human_computer_interactions

Dirección de ChileCompra. - Cuenta pública participativa año 2024 <https://www.chilecompra.cl/wp-content/uploads/2024/05/Documento-CuentaPublicaChileCompra-2023-2024.pdf> recuperado el 10 de noviembre de 2024

Dirección de ChileCompra. - Datos abiertos de compras públicas. <https://datos-abiertos.chilecompra.cl/> recuperado el 10 de noviembre de 2024

Dirección de ChileCompra. - Directiva de contratación pública n°35 <https://www.chilecompra.cl/wp-content/uploads/2020/04/256BResApruebaDirectivadeContratacionPublica35recomendacionesparaelusodela-modalidadcompraagil..pdf> recuperado el 10 de noviembre de 2024

Dirección de ChileCompra - Estatuto interno dirección de compras y contratación pública de 2024. <https://transparenciachc.blob.core.windows.net/0-transparencia/MARCO/35B2024.pdf>

Dirección de ChileCompra - Informe n°1358 observatorio chilecompra
<https://www.chilecompra.cl/wp-content/uploads/2023/12/Informe-Observatorio-PublicTrail.pdf>

Dirección de ChileCompra - Organigrama <https://www.chilecompra.cl/organigrama/>
recuperado el 3 de diciembre de 2024

Dirección de ChileCompra - Observatorio de compras públicas
<https://www.chilecompra.cl/observatorio-de-compras-publicas/> Recuperado el 12 de noviembre de 2024

Dirección de ChileCompra. - Qué es el Registro de Proveedores
<https://ayuda.mercadopublico.cl/preguntasfrecuentes/article/KA-01859/es-es>
recuperado el 11 de noviembre de 2024

Dirección de ChileCompra - Resolución exenta n° 0520 B: Dispone medida de bloqueo de mercado público a proveedor que indica. <https://www.chilecompra.cl/wp-content/uploads/2023/12/Bloqueo-PublicTrail.pdf>

DIPRES (2002) Informe final de evaluación: Programa ChileCompra.
https://www.dipres.gob.cl/597/articles-139485_informe_final.pdf

DIPRES (1998) Programa de reforma al sistema de compras y contrataciones del sector público. https://www.dipres.gob.cl/598/articles-22448_doc_pdf.pdf

Duran, C (2008) Campo político-institucional y procesamiento del malestar social en Chile, 1999-2009. *Izquierdas*, (40), 1-32. Epub 01 de junio de 2018. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50492018000300001>

Escudero, C & Gómez, A. (2017) Propuesta metodológica de evaluación de experiencia de usuario en agencias virtuales de viajes. (*Proyecto para optar al título profesional, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*)
http://opac.pucv.cl/pucv_txt/txt-0500/UCC0958_01.pdf

Experience Research Society <https://experienceresearchsociety.org/ux/> recuperado el 3 de diciembre de 2024

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta Edición. McGraw Hill España. Pp 532-577.

[https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia de la investigacion - roberto hernandez sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia%20de%20la%20investigacion%20-%20roberto%20hernandez%20sampieri.pdf)

Huntington, S. (1968) "Political Order in Changing Societies" *New Haven and London, Yale University Press*

Hussman, K (2004) La promesa de las compras públicas electrónicas: el caso de chilecompra 2000-2003 (Tesis de Magister, Universidad de Chile)
<https://www.mgpp.cl/wp-content/uploads/2017/04/CASO77.pdf>

Ley 19886 (Chile): Ley de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=213004>

Ley 21094 (Chile): sobre universidades estatales ministerio de educación.
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1119253&idVersion=2024-04-26&idParte=>

Navarrete, B. (2008) La modernización del Estado en la transición chilena. El gobierno de Patricio Aylwin (1990-1994) *Revista Enfoques: Ciencia Política Y Administración Pública*, 6(9), 79-101. <https://doi.org/10.60728/fenzza26>

Márquez, B (2021) Estudio del sistema de compras públicas en Chile (ChileCompra): evolución y perspectiva de compradores (Tesis de Magister, Universidad de Chile)
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/184259/Estudio-del-sistema-de-compras-publicas-en-Chile-ChileCompra.pdf?sequence=1>

Morales, I. (2017) El desarrollo de las compras públicas en Chile para garantizar el derecho a la buena gobernanza. *XXII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Recuperado el 25 de octubre desde
[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/0E175A560249EDED0525828E007A87E4/\\$FILE/moraligo.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/0E175A560249EDED0525828E007A87E4/$FILE/moraligo.pdf)

OECD (2006), La modernización del estado: El camino a seguir, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264030305-es>.

Pefaur, D & Moreno, D (2016) Transparencia y modernización del Estado en Chile: brechas entre la teoría y la práctica. *Revista Enfoques: Ciencia Política Y Administración Pública*, 14(24), 41-66. <https://doi.org/10.60728/ctkxpa96>

Portal de Transparencia Activa. Universidad de Valparaíso <https://www.portaltransparencia.cl/PortalPdT/directorio-de-organismos-regulados/?org=UN007> recuperado el 3 de diciembre de 2024.

Ramírez, A. (2001) Reforma del Estado, modernización de la gestión pública y construcción de capital social. El caso chileno (1994-2001) *Universidad de Chile*. <https://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges32.pdf>

Ramírez, J. (2021) Estudio de la experiencia de usuario en los sistemas de gestión del aprendizaje. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, vol. 12, e1358, 2021 https://doi.org/ie_rie_rediech.v12i0.1358

Real Academia Española, recuperado de <https://dle.rae.es/modernizaci%C3%B3n> el día 20 de octubre de 2024

Subsecretaría de Modernización (2024) Sistema de Calidad de Servicio y Experiencia Usuaria <https://www.integridadytransparencia.gob.cl/wp-content/uploads/2024/06/Guia-metodologica-2024-Sistema-CSyEU-etapa-1-Instituciones-en-etapa-2.pdf> consultado el

Saboya, F. (2006) La modernización del Estado: Concepto, contenido y aplicaciones posibles. *Revista Dialogo de Saberes, Revista No. 25, pp 357-376* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2693580>

Universidad de Valparaíso <https://uv.cl/> recuperado el 3 de diciembre de 2024.

Valdés, S. (2002) Reforma del Estado volumen II: Dirección pública y compras públicas. *Centro de estudios públicos, pp 549-553*. https://static.cepchile.cl/uploads/cepchile/2022/09/reforma_del_estado_vol2_completito.pdf

Velasco, B (2020) Informe de la Comisión Nacional de Ética Pública sobre la probidad pública y la prevención de la corrupción. *Revista De Ciencia Política*, 18(1-2), 202–247. <https://ojs.uc.cl/index.php/rcp/article/view/11286>

ANEXOS

1. Registro de la muestra de 150 procesos de compra ágil del año 2024 de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos. Registrados, organizados y consolidados.

Enero (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
1	10	1	si
2	26	0	no
3	8	0	no
16	5	1	si
5	2	1	si
6	7	0	no
7	15	0	no
8	2	0	no
9	11	0	no
10	8	0	no
11	3	0	no
12	8	0	no
13	5	0	no
14	1	0	no
15	10	0	no
TOTAL	121	3	3

Marzo (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
26	4	1	si
28	5	1	si
99	18	1	si
30	3	1	si
31	9	0	no
109	3	1	si
53	5	1	si
55	2	0	no
56	2	0	no
61	2	1	si
62	5	1	si
65	1	1	si
74	1	1	si
82	4	1	si
90	16	1	si
TOTAL	80	12	12

Abril (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
115	5	1	si
120	6	1	si
125	5	1	si
130	4	2	si
135	12	2	si
141	17	3	si
146	9	1	si
155	14	1	si
160	10	1	si
167	3	1	si
174	3	1	si
179	7	1	si
184	7	2	si
216	4	1	si
218	10	2	si
TOTAL	116	21	15

Mayo (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
229	9	0	no
234	8	0	no
244	4	1	si
252	3	2	si
258	3	1	si
263	10	1	si
269	6	1	si
282	3	1	si
291	6	1	si
299	7	1	si
309	1	0	no
318	5	3	si
323	5	0	no
333	6	5	si
343	3	1	no
TOTAL	79	18	10

Junio (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
365	5	3	si
370	20	3	si
373	5	2	si
378	10	1	si
384	9	3	si
386	6	3	si
391	3	3	si
395	2	0	no
399	7	0	no
405	6	1	si
406	8	1	si
410	9	2	si
412	11	3	si
421	4	3	si
424	4	3	si
TOTAL	109	31	13

Julio (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
433	15	3	si
437	10	3	si
440	5	2	si
444	7	1	si
449	7	2	si
457	5	1	si
461	9	1	si
466	7	0	no
468	6	0	no
471	3	1	si
475	6	0	no
481	5	0	no
488	8	0	no
492	10	5	si
498	7	2	si
TOTAL	110	21	10

Agosto (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
499	3	1	si
503	4	3	si
506	10	4	si
510	11	1	si
517	3	2	si
521	5	2	si
526	4	2	si
530	5	3	si
536	10	3	si
540	10	1	si
542	9	3	si
547	3	2	si
549	2	2	si
556	1	0	no
560	3	0	si
TOTAL	83	29	14

Septiembre (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
565	3	2	si
568	8	2	si
569	5	2	si
574	3	0	no
578	3	2	si
582	14	4	si
586	4	1	si
588	4	1	si
590	8	3	si
596	8	1	si
597	8	2	si
599	10	2	si
607	8	3	si
609	6	3	si
611	4	0	no
TOTAL	96	28	13

Octubre (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
613	6	0	no
617	12	3	si
621	5	1	no
626	6	2	si
630	2	0	no
633	3	1	si
637	9	3	si
641	5	3	si
642	13	3	si
647	8	0	no
652	4	2	si
657	4	1	si
664	5	0	no
671	7	2	si
678	6	0	no
TOTAL	95	21	9

Noviembre (ID proceso)	Total Ofertas	Ofertas de P. Fantasma	Hay Fantasma?
684	9	3	si
689	7	0	no
694	5	2	si
701	9	2	si
707	5	2	si
711	9	3	si
716	5	3	si
719	5	1	si
724	8	4	si
729	6	0	no
733	12	0	no
739	9	0	no
743	1	1	si
749	9	3	si
753	3	3	si
TOTAL	102	27	11

ofertas totales anual	991		
ofertas totales fantasma anual	211	o	21,30%
procesos totales anual	150		
procesos totales con fantasma anual	110	o	73,33%

2. Proveedores fantasma identificados y su participación mensual en la muestra de procesos de compra ágil de la Unidad de Convenios de Desempeño y Proyectos en 2024.

Proveedores fantasma y su frecuencia	Mes									
	Enero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
INGENIERÍA Y SERVICIOS LOGÍSTICOS SP CHILE LIMITADA	1	12	15	11	6	7	6	4		
INGENIERÍA Y GESTIÓN DE COMPRAS GESCOM LIMITADA	2									
SOCIEDAD EDUCATIVA ONSET REDUCE LIMITADA			2							
INGENIERÍA INFORMÁTICA NEURON TECH LIMITADA			4	1		2		2		2
INVERSIONES TORITO SPA				2	10					
SOCIEDAD M & J LIMITADA				1						
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA NITOP SPA				1						
INGENIERÍA Y GESTIÓN ZAMORANO & AVALOS LIMITADA				1	6	2	5	1		
INGENIERIA Y GESTION DARMAT SPA				1						
LOGOS KARY SPA					8	2	4	1	2	5
COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA ALTOPIRQUE LIMITADA					1		4	4	2	
COMERCIALIZADORA SAAL SPA						1				
COMERCIALIZADORA E IMPORTADORA BRUMAI SPA						1				
COMERCIAL E INVERSIONES C&L SPA						1				
INGENIERÍA, SERVICIOS Y ABASTECIMIENTO ISEVEN LIMITADA						1				
KORBUX INGENIERÍA, INSTALACIONES, SUMINISTROS E INSUMOS LIMITADA						1	2	6	4	1
CONSULTORA FYF ARQ SPA						1				
COMERCIAL ROAL HNOS LIMITADA						1	1			
JA INGENIERÍA Y GESTIÓN LIMITADA						1	3	1		
CYR SERVICIOS SPA							2			
INGENIERIA Y GESTION LOBOS SPA							1	1		
COMERCIALIZADORA IMPORTADORA MARIPOSA LIMITADA							1			
QUANTUM SOLUCIONES LIMITADA								2		
COMERCIALIZADORA VOLYA LIMITADA								4	1	4
SP CHILE INGENIERÍA Y LOGÍSTICA LIMITADA								2	5	3
SERVICIOS GENERALES ARACELI SALDES EIRL									1	
AKUSOLUCIONES SPA									3	2
COMERCIALIZADORA Y SERVICIOS GENERALES CASAL LIMITADA									3	
GRUPO GARRIDO SPA										1
INGENIERÍA Y GESTIÓN DE SERVICIOS SALVERS LIMITADA										2
COMERCIALIZADORA C & S SPA										3
COMERCIALIZADORA IMPORTADORA MARIPOSA LIMITADA										1
INSTALACIONES ELÉCTRICAS FOTTON SPA										1
PEDRO CHADID S A C I										1
COMERCIAL I TECH SPA										1
RUT DISTINTOS EN EL MES	2	1	3	7	5	12	10	11	8	13
RUT DISTINTOS ACUMULADOS	2	2	4	9	11	19	22	25	28	35
CANTIDAD OFERTAS DE P. FANTASMA	3	12	21	18	31	21	29	28	21	27
CANTIDAD OFERTAS DE P. FANTASMA ACUMULADO	3	15	36	54	85	106	135	163	184	211