



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA
PLATAFORMA DE MERCADO PÚBLICO. CASO DE LOS
PROVEEDORES DE LAS COMUNAS DE VALPARAÍSO Y VIÑA DEL
MAR.**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
ADMINISTRADOR PÚBLICO Y AL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

Alumna

ESTER MARÍA GALLO BARRAZA.

Profesor guía

HILDA ARÉVALO VILLALOBOS

VALPARAÍSO, MARZO 2012.

	Página
AGRADECIMIENTOS	5
RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS	
1.1 El Sistema de Compras Públicas como parte de la agenda de modernización del Estado	8
1.2 Dirección de Compras y Contrataciones Públicas	9
1.2.1 Estructura organizacional de la DCCP	10
1.2.1.1 Productos de la DCCP	10
CAPITULO II MARCO NORMATICO	
2.1 Ley 19.886 de Base Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios	13
2.1.1 Descripción del servicio	13
2.1.2 Funciones de la DCCP	13
2.1.3 Organismos mandatados de acuerdo a esta disposición legal	14
2.1.4 Contrato de suministro	15
2.1.5 Licitación Pública, Licitación Privada y Trata o Contratación Directa	16
2.1.6 Requisitos para contratar con la Administración del Estado	17
2.1.7 Causales de modificación o término de contrato	17
2.1.8 Registro electrónico de contratistas	18
2.2 Decreto Ley N° 250 que aprueba el reglamento de la Ley 19.886 de Base Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios	18
2.2.1 Casos en lo que procede cada licitación	18
2.2.2. Registro de proveedores	21
2.2.3 Inhabilidades e incompatibilidades para ser proveedores	21

2.2.4 Causales de suspensión y eliminación del registro de proveedores	22
--	----

CAPITULO III CONCEPTOS GENERALES

3.1 Calidad como concepto	23
3.2 Calidad en el servicio público	24
3.3 Cliente/Usuario	24
3.4 Satisfacción como concepto	25
3.5 Beneficios generados por la satisfacción	25
3.6 La Micro y Pequeña Empresa, definición y características	26
3.7 Distribución por tamaño de empresas	27
3.8 Distribución regional de las empresas según tamaño	28
3.9 Participación de las empresas proveedoras en el Mercado Público a nivel nacional	29
3.10 Centros de Emprendimiento ChileCompra	29

CAPITULO IV METODOLOGÍA DE TRABAJO

4.1 Planteamiento del problema	30
4.2 Objetivo general	30
4.2.1 Objetivos específicos	30
4.3 Descripción de indicadores	31
4.4 Tipo de estudio	31
4.5 Obtención de la información	32
4.6 Instrumento	34
4.7 Caracterización de la Plataforma de Mercado Público	34
4.8 ChileProveedores	43
4.9 Presentación de datos de forma porcentual para preguntas relacionadas con conocimiento	46
4.10 Presentación de datos de forma porcentual para preguntas relacionadas con satisfacción	54
4.11 Resultados a través de valores asignados	65

CAPITULO V PROPUESTAS

5.1.- Difusión	66
5.2.- Sistemas de Pago.	66
5.3.- Uso de ANALIZA	67

CAPITULO VI: CONCLUSIONES

6.1.- Nivel de Conocimiento	68
6.2.- Grado de Satisfacción	69
6.3.- Relación entre el Nivel de Conocimiento y el Grado de Satisfacción	70
6.4.- Relación entre el Nivel de Conocimiento y la utilización de la Plataforma	71
6.5.- Relación entre el Nivel de Conocimiento, el Grado de Satisfacción y la utilización de la Plataforma	72
6.6.- Relación entre el Grado de Satisfacción y la recomendación de la Plataforma	73
6.7.- Relación entre el Grado de Satisfacción y la presentación de reclamos	74

BIBLIOGRAFÍA

Anexo 1	76
Anexo 2	77
Anexo 3	81
Anexo 4	82
Anexo 5	83
Anexo 6	86
Anexo 7	87

A mis padres Enrique Gallo y Alicia Barraza, por su amor, apoyo, entrega, esfuerzo e incondicionalidad, por haber creído en mi cuando yo no lo hice. A los mejores y más lindos hermanos que puedo tener Alicia y Enrique.

Recuerdo que viajábamos, como de costumbre para las vacaciones a verte, en esta oportunidad había algo nuevo que contar, tu nieta había aprendido a leer. No recuerdo muy bien donde estaba, quizás en tu pieza, y mi mamá saco mi libro, te leí uno de esos típicos cuentos, llenos de dibujos y grandes letras, era la historia de un cangrejo. Mucho tiempo ha pasado desde ese momento y este trabajo también va dedicado a ti abuelita. Todos estos años te he sentido presente, gracias por dejarme los recuerdos más lindos de mi infancia, el amor al campo, el aroma a mate, a romero, nuestras manzanas con cuchara, las galletas de zapatillitas. Te quiero.

A mis amigos, pocos, pero buenos.

Por esas tardes en el Valle del Paraíso, por mostrarme lo lindo y simple de la vida.

RESUMEN

La Dirección de Compras y Contratación Pública -Dirección ChileCompra- es un Servicio Público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, sometido a la supervigilancia del Presidente de la República. Fue creado con la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003.

La misión de la Dirección de Compras y Contratación Pública “*es crear valor en el mercado de las compras públicas, a través de la introducción de instrumentos tecnológicos y de gestión de excelencia*”¹. Para ello desarrolla una serie de iniciativas que se enfocan en garantizar elevados niveles de transparencia, eficiencia y uso de tecnologías en el mercado de las compras públicas.

Mercado Público es la plataforma de Licitaciones de ChileCompra, un sector virtual donde la Administración de Estado transa todos los bienes, servicios y los contratos públicos se derivan de las transacciones que se efectúan en este mercado electrónico, lo cual lo hace más transparente y eficiente en el proceso de contratación con el Estado.

El presente estudio tiene como objetivo describir el nivel de conocimiento que tienen los usuarios proveedores de las micro y pequeñas empresas de Valparaíso y de Viña del Mar, así como el grado de satisfacción de esta plataforma.

¹ http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=175&lang=es
Consultada el día 13 de Enero de 2012.-

INTRODUCCIÓN

El proyecto de tesis busca identificar aquellos elementos que determinan el nivel de conocimiento y grado de satisfacción por parte de los usuarios proveedores de la micro y pequeña empresa en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

Para el desarrollo de esta investigación, en primer término se procederá al conocimiento del Sistema de Compras Públicas y disposiciones legales a las que está sujeto. Luego, se abarcarán conceptos como calidad a nivel general y calidad en los servicios públicos, ya que es fundamental al momento de establecer la determinación de la satisfacción. Un cliente o usuario satisfecho, se relaciona de forma directa con la calidad del producto.

Serán motivo de estudio los usuarios proveedores de la micro y pequeña empresa de la Plataforma de Mercado Público en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar. En concordancia con esto, se incluye el estudio de en terreno, en las dependencias de las MIPE seleccionadas.

CAPÍTULO I SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS

1.1.- El Sistema de Compras Públicas como parte de la agenda de Modernización del Estado.

Es bajo la administración del Sr. Eduardo Frei Ruiz-Tagle, que se da inicio a la agenda modernizadora de la gestión pública, creándose en Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública, que pone especial énfasis en la Gestión Estratégica, Tecnologías de Información, Transparencia y Probidad, Calidad de Servicio y Participación Ciudadana, Recursos Humanos, Institucionalidad del Estado.

En el proceso de Modernización del Estado, las tecnologías de la información y comunicación cumplen un rol fundamental, pasando a ser una herramienta que facilitaría la difusión de información y la entrega oportuna de servicios a través del sistema on-line.

Esta situación no es ajena al antiguo sistema de compras que tenía el Estado en aquellos años, conocido en ese tiempo bajo el nombre de Dirección de Aprovisionamiento del Estado. Considerando, la importancia que tenían las compras en el sector público y que éstas al ser realizadas en la función de abastecimiento y con utilización de recursos provenientes de las arcas fiscales, debía dar garantía de la utilización de forma eficaz y eficiente con la finalidad de generar transparencia, acceso, información y ahorro en los procesos de compras.

Con ayuda e implementación de las TICS se fue gestando lo que hoy conocemos como Dirección de Compras y Contrataciones Públicas (www.chilecompra.cl)

Durante la puesta en marcha de ChileCompra (correspondiente a los años 2000-2002), de acuerdo al Balance de Gestión Integral del año 2000², la Dirección de Abastecimiento del Estado, se plantea como objetivo prioritario definir la

²http://geminis.dipres.cl/virlib/fr_vistas.aspx?idOrganismo=206&idSistema=2&idVista=7&intPeriodo=2000&idMinisterio=193 Consultado el día 03 de Octubre de 2011.-

conceptualización, construcción e implementación del portal, dirigiendo todos sus esfuerzos en la aplicación de las TICS en las áreas de :

- Desarrollo de un modelo de registro de proveedores.
- Desarrollo de un modelo de portal de sistema nacional de Abastecimiento.
- Diseño software compras.
- Diseño software remuneraciones.

Las metas fijadas para el año siguiente, se relacionaban directamente con la capacitación, difusión e instrucción sobre el uso del Sistema de Compras y Contrataciones del Sector Público, ChileCompra. Por estos años, la DAE no poseía atención al público y sus dependencias estaban ubicadas exclusivamente en la Región Metropolitana.

Ya para el año 2002, la DAE presentaba una reformulación completa en su estructura, dando origen a nuevos objetivos estratégicos, considerando conceptos tales como: la transparencia en los procesos de compra, el mejoramiento en el acceso de la plataforma, la calidad de abastecimiento en los bienes y servicios.

Se definen productos estratégicos (Plataforma de Mercado Público, servicios formación en las áreas de abastecimiento de los servicios públicos que hacen uso de la plataforma desde el perfil comprador, la implementación de Convenios Marco, entre otros) y se define como clientes del servicio a todos los órganos que conforman la Administración del Estado, proveedores y público en general.

1.2. Dirección de Compras y Contrataciones Públicas.

La Dirección de Compras y Contrataciones Públicas, es la encargada de efectuar la administración del Sistema de Compras Públicas del Estado. Inicia sus funciones el 29 de agosto de año 2003, a través de de la Ley 19.886.

Es un organismo público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda y está sometido a la supervigilancia por parte del Presidente de la República.

La DCCP tiene como pilares fundamentales los conceptos de “transparencia” y “eficiencia”, resguardados por el estricto marco regulatorio, delimitado el actuar de los organismos en esta materia a través de la Ley 19.886 de compras públicas.

1.2.1.- Estructura Organizacional de la DCCP



*Fuente: Dirección de Compras y Contrataciones Públicas.

1.2.2. Productos de la DCCP

Mercado Público.

Corresponde a la Plataforma donde se genera el proceso de oferta y demanda. En este espacio, se transan la gran parte de bienes y servicios demandados por los órganos de la Administración del Estado.

Este espacio virtual es administrado por la DCCP, posee reglas y herramientas de uso comunes que propenden a la transparencia y eficiencia del portal.

ChileCompra Express.

Es otra de las plataformas de la Dirección ChileCompra, donde son transados los productos que fueron licitados a través de los llamados “Convenio Marco” que corresponden a *“acuerdos celebrados por la Dirección de Compras y Contratación Pública con un proveedor determinado, en el que se establecen precios, condiciones de compra y otras especificaciones del producto o servicio, que rigen por un período de tiempo definido”*³. Los productos más transados o de volúmenes de compra importantes son licitados a través de Convenio Marco.

Compras sustentables

El volumen de compras realizado por el Estado llega a US\$6.577 millones correspondiente al año 2010⁴.

Este nivel de transacciones, le otorga al Estado la posibilidad de incorporar criterios sustentables, aumentando los niveles de eficiencia y generando competitividad en las empresas para que incorporen políticas relacionadas con esta materia. Entre los criterios de sustentabilidad, podemos mencionar a modo de ejemplo la utilización de medidas de eficiencia energética por parte de las empresas.

Analiza

Corresponde a la plataforma de inteligencia de la Dirección ChileCompra. En dicho sitio, se puede encontrar toda la información relacionada con los procesos de compra de los organismos del Estado, permitiendo a las empresas conocer los niveles de competencia en cada uno de los segmentos del mercado y encontrar los nichos de negocios potenciales⁵.

Analiza tiene como finalidad aumentar y mejorar el encuentro entre la oferta y la demanda, entre los emprendedores y los organismos públicos compradores.

³ <http://www.chilecompra.cl/secciones/formacion/documentos/guias-practicas-html/pags/guia6.html>
Consultado el día 19 de Octubre de 2011.-

⁴ Balance de Gestión Integral año 2010, p 3

⁵ http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=250&Itemid=597&lang=es
Consultado el día 19 de Octubre 2011.-

Formación

La DCCP reconoce la importancia que tiene la gestión de los encargados en los distintos departamentos de abastecimiento de los servicios públicos y los proveedores que se han incorporado de forma reciente al sistema. La capacitación constante que deben recibir estos para mejorar la gestión en la realización de transacciones a través de la plataforma resulta imprescindible, por esto es que ha dispuesto del ítem “formación” para facilitar el acceso a las capacitaciones y acreditación de los compradores públicos.

La aplicación “Formación” posee un calendario de los cursos de ChileCompra que son impartidos a nivel nacional, para facilitar el acceso al portal a los usuarios-proveedores de todo el país.

CAPITULO II MARCO NORMATIVO

La DCCP fue creada a través de la Ley n° 19.886 de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, publicada en el diario oficial día 30 de julio de 2003.

2.1.- Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

2.1.1.- Descripción del servicio:

“Crease como servicio público descentralizado, la Dirección de Compras y Contratación Pública, sometido a supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio de Hacienda y cuyo domicilio será en la ciudad de Santiago”⁶

2.1.2.- Funciones de la Dirección de Compras y Contratación Pública

“Son funciones de la Dirección de Compras y Contratación Pública

- a) Asesorar a los organismos públicos en la planificación y gestión de los procesos de compras y contrataciones. Para ellos podrá celebrar convenios de asesoría y diseño de programas de capacitación, calificación y evaluación contractual.*
- b) Licitación de la operación de 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 efectos de recabar información para complementar antecedentes del registro de contratistas y proveedores.*
- d) De oficio o a petición de uno o más organismos públicos, licitar bienes y servicios a través de la suscripción de Convenios Marco, los que estarán regulados en el reglamento de la presente ley.*

⁶ Artículo N° 28, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.-

- 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 en la forma que establezca el reglamento.*
- f) *Administrar, mantener actualizado y licitar la operación del Registro de Contratistas y Proveedores a que se refiere el artículo 16, otorgando los certificados técnicos y financieros, según lo establezca el reglamento.*
- g) *Promover la máxima competencia posible en los actos de contratación de la Administración, desarrollando iniciativas para incorporar la mayor cantidad de oferentes. Además, deberá ejercer una labor de difusión hacia los proveedores actuales y potenciales de la Administración, de las normativas, procedimientos y tecnologías utilizadas por ésta.*
- h) *Establecer las políticas y condiciones de uso de los sistemas de información y contratación electrónicos o digitales que se mantengan disponibles”⁷.*

2.1.3.- Organismos mandatados de acuerdo a ésta disposición legal

“Los contratos que celebre la Administración del Estado, a título oneroso, para el suministro de bienes muebles, y de los servicios que se requieran para el desarrollo de sus funciones, se ajustarán a las normas y principios del presente cuerpo legal y de su reglamentación. Supletoriamente, se les aplicarán las normas de Derecho Público y, en defecto de aquéllas, las normas del Derecho Privado. Para los efectos de esta ley, se entenderán por Administración del Estado los órganos y servicios indicados en el artículo 1º de la ley N°18.575, salvo las empresas públicas creadas por ley y demás casos que señale la ley”⁸.

Artículo N° 1, párrafo 2do, Ley 18.575 de Bases Generales de la Administración del Estado.-

“La Administración del Estado estará constituida por los Ministerios, las Intendencias, las Gobernaciones y los órganos y servicios públicos creados para el

⁷ Artículo N° 30, Ley 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

⁸ Artículo N° 1, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

cumplimiento de la función administrativa, incluidos la Contraloría General de la República, el Banco Central, las Fuerzas Armadas y las Fuerzas de Orden y Seguridad Pública, los Gobiernos Regionales, las Municipalidades y las empresas públicas creadas por ley”

2.1.4. Contrato de Suministro

“Para los efectos de esta ley se entenderá por contrato de suministro el que tiene por objeto la compra o el arrendamiento, incluso con opción de compra, de productos o bienes muebles.

Se comprenderán dentro del concepto de contrato de suministro, entre otros, los siguientes contratos:

a) La adquisición y arrendamiento de equipos y sistemas para el tratamiento de la información, sus dispositivos y programas y la cesión de derecho de uso de estos últimos.

No obstante lo expresado, la adquisición de programas de computación a medida se considerará contratos de servicios;

b) Los de mantenimiento de equipos y sistemas para el tratamiento de la información, sus dispositivos y programas cuando se contrate conjuntamente con la adquisición o arrendamiento, y

c) Los de fabricación, por lo que las cosas que hayan de ser entregadas por el contratista deben ser elaboradas con arreglo a las características fijadas previamente por la Administración, aun cuando ésta se obligue a aportar, total o parcialmente, los materiales”⁹.

⁹ Artículo N° 2, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

2.1.5.- Licitación Pública, Licitación Privada y Trata Directa

“Para efectos de esta ley se entenderá por:

*a) **Licitación o propuesta pública.** El procedimiento administrativo de carácter concursal mediante el cual la Administración realiza un llamado público, convocando a los interesados para que, sujetándose a las bases fijadas, formulen propuestas, de entre las cuales seleccionará y aceptará la más conveniente.*

En las licitaciones públicas cualquier persona podrá presentar ofertas, debiendo hacerse el llamado a través de los medios o sistemas de acceso público que mantenga disponible la Dirección de Compras y Contratación Pública, en la forma que establezca el reglamento.

Además, con el objeto de aumentar la difusión del llamado, la entidad licitante podrá publicarlo por medio de uno o más avisos, en la forma que lo establezca el reglamento.

*b) **Licitación o propuesta privada.** El procedimiento administrativo de carácter concursal, previa resolución fundada que lo disponga, mediante el cual la Administración invita a determinadas personas para que, sujetándose a las bases fijadas, formulen propuestas, de entre las cuales seleccionará y aceptará la más conveniente.*

*c) **Trato o contratación directa.** El procedimiento de contratación que, por la naturaleza de la negociación que conlleva, deba efectuarse sin la concurrencia de los requisitos señalados para la licitación o propuesta pública y para la privada. Tal circunstancia deberá, en todo caso, ser acreditada según lo determine el reglamento.*

La Administración no podrá fragmentar sus contrataciones con el propósito de variar el procedimiento de contratación.”¹⁰

¹⁰ Artículo N° 7, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

2.1.6.- Requisitos para contratar con la Administración del Estado.

“Podrán contratar con la Administración las personas naturales o jurídicas, chilenas o extranjeras, que acrediten su situación financiera e idoneidad técnica conforme lo disponga el reglamento, cumpliendo con los demás requisitos que éste señale y con los que exige el derecho común, Quedarán excluidos quienes, al momento de la presentación de la oferta, de la formulación de la propuesta o de la suscripción de la convención, según se trate de licitaciones públicas, privadas o contratación directa, hayan sido condenados por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador, dentro de los anteriores dos años”¹¹.

2.1.7 Causales de Modificación o Término de Contrato.

“Los contratos administrativos regulados por esta ley podrán modificarse o terminarse anticipadamente por las siguientes causas:

- a) La resciliación o mutuo acuerdo entre los contratantes.*
- b) El incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por el contratante.*
- c) El estado de notoria insolvencia del contratante, a menos que se mejoren las cauciones entregadas o las existentes sean suficientes para garantizar el cumplimiento del contrato.*
- d) Por exigirlo el interés público o la seguridad nacional.*
- e) Las demás que se establezcan en las respectivas bases de la licitación o en el contrato. Dichas bases podrán establecer mecanismos de compensación y de indemnización a los contratantes.*

Las resoluciones o decretos que dispongan tales medidas deberán ser fundadas.”¹²

¹¹ Artículo N° 4, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

¹² Artículo N° 13, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

2.1.8.- Registro Electrónico de Contratistas

“Existirá un registro electrónico oficial de contratistas de la Administración, a cargo de la Dirección de Compras y Contratación Pública. En dicho 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. La Dirección de Compras y Contratación Pública podrá fijar las tarifas semestrales o anuales de incorporación que deberán pagar los contratistas, con el objeto de poder financiar el costo directo de la operación del registro, velando por que las mismas no impidan o limiten el libre e igualitario acceso de los contratistas al registro.

Este registro será público y se registrará por las normas de esta ley y de su reglamento. Los organismos públicos contratantes podrán exigir a los proveedores su inscripción en el registro de contratistas y proveedores a cargo de la Dirección de Compras y Contratación Pública, para poder suscribir los contratos definitivos.

La evaluación económica, financiera y legal de los contratistas podrá ser encomendada por la Dirección de Compras y Contratación Pública a profesionales y técnicos, personas naturales o jurídicas, previa licitación pública”¹³.

2.2. Decreto Ley N° 250 Reglamento de la Ley N°19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

2.2.1- Casos en los que procede cada licitación

Circunstancias en las que procede la Licitación Pública

“Cuando las contrataciones superen las 1.000 unidades tributarias mensuales (UTM), la Licitación Pública será siempre obligatoria, y se efectuará de acuerdo a los artículos 19 al 43 del presente Reglamento.

No obstante, y en casos fundados, las Entidades podrán realizar sus procesos de contratación a través de la Licitación Privada o el Trato o Contratación Directa, en

¹³ Artículo N° 16, Ley N° 19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

conformidad a lo establecido en la Ley de Compras y el Artículo 10 y siguientes del Reglamento”.¹⁴

Circunstancias en las que procede el Trato o Contratación Directa

“La Licitación Privada o el Trato o Contratación Directa proceden, con carácter de excepcional, en las siguientes circunstancias:

- a) Si se requiere contratar la prórroga de un Contrato de Suministro o Servicios, o contratar servicios conexos, respecto de un contrato suscrito con anterioridad, por considerarse indispensable para las necesidades de la Entidad y sólo por el tiempo en que se procede a un nuevo Proceso de Compras, siempre que el monto de dicha prórroga no supere las 1.000 UTM.*
- b) Cuando la contratación se financie con gastos de representación en conformidad a las instrucciones presupuestarias correspondientes.*
- c) Cuando pueda afectarse la seguridad e integridad personal de las autoridades siendo necesario contratar directamente con un proveedor probado que asegure discreción y confianza.*
- d) Si se requiere contratar consultorías cuyas materias se encomiendan en consideración especial de las facultades del Proveedor que otorgará el servicio o ellas se refieran a aspectos claves y estratégicos, fundamentales para el cumplimiento de las funciones de la entidad pública por lo cual no pueden ser sometidas a un Proceso de Compras Público.*
- e) Cuando la contratación de que se trate sólo pueda realizarse con los proveedores que sean titulares de los respectivos derechos de propiedad intelectual, industrial, licencias, patentes y otros.*
- f) Cuando por la magnitud e importancia que implica la contratación se hace indispensable recurrir a un proveedor determinado en razón de la confianza y seguridad que se derivan de su experiencia comprobada en la provisión de los bienes o servicios requeridos, y siempre que se estime fundadamente que no existen otros proveedores que otorguen esa seguridad y confianza.*

¹⁴ Artículo N° 9, Decreto Ley N° 250, Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

- g) Cuando se trate de la reposición o complementación de equipamiento o servicios accesorios, que deben necesariamente ser compatibles con los modelos, sistemas o infraestructura previamente adquirida por la respectiva Entidad.
- h) Cuando el conocimiento público que generaría el proceso licitatorio previo a la contratación pudiera poner en serio riesgo el objeto y la eficacia de la contratación de que se trata.
- i) Cuando se trate de adquisiciones de bienes muebles a oferentes extranjeros, para ser utilizados o consumidos fuera de Chile, en el cumplimiento de las funciones propias de la entidad adquirente, y en las que por razones de idioma, de sistema jurídico, de sistema económico o culturales, u otra de similar naturaleza, sea del todo indispensable acudir a este tipo de contratación.
- j) Cuando el costo de evaluación de las ofertas, desde el punto de vista financiero o de utilización de recursos humanos, resulta desproporcionado en relación al monto de la contratación y ésta no supera las 100 Unidades Tributarias Mensuales.
- k) Cuando se trate de la compra de bienes y/o contratación de servicios que se encuentren destinados a la ejecución de proyectos específicos o singulares, de docencia, investigación o extensión, en que la utilización del procedimiento de licitación pública pueda poner en riesgo el objeto y la eficacia del proyecto de que se trata. En estos casos, las entidades determinarán por medio de una resolución, disponible en el Sistema de Información, los procedimientos internos que permitan resguardar la eficiencia, transparencia, publicidad, igualdad y no discriminación arbitraria en esta clase de adquisiciones.
- l) Cuando habiendo realizado una licitación pública previa para el suministro de bienes o contratación de servicios no se recibieran ofertas o éstas resultaran inadmisibles por no ajustarse a los requisitos esenciales establecidos en las bases y la contratación es indispensable para el organismo.
- m) Cuando se trate de la contratación de servicios especializados inferiores a 1.000 UTM, de conformidad con lo establecido Ven el artículo 107 del presente reglamento”¹⁵

¹⁵ Artículo N° 10, Decreto Ley N° 250, Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

2.2.2. Registro de Proveedores

“Registro de Proveedores: Existirá un Registro electrónico oficial de contratistas de la Administración, a cargo de la Dirección de Compras y Contratación Pública. En dicho 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”¹⁶

2.2.3. Inhabilidades e incompatibilidades para ser proveedor

Causales

“Estarán inhabilitados para inscribirse en el Registro de Proveedores los que se encuentren en alguna de las siguientes circunstancias:

- 1) Haber sido condenado por cualquiera de los delitos de cohecho contemplados en el título V del Libro Segundo del Código Penal.*
- 2) Registrar una o más deudas tributarias por un monto total superior a 500 UTM por más de un año, o superior a 200 UTM e inferior a 500 UTM por un período superior a 2 años, sin que exista un convenio de pago vigente. En caso de encontrarse pendiente juicio sobre la efectividad de la deuda, esta inhabilidad regirá una vez que se encuentre firme o ejecutoriada la respectiva resolución.*
- 3) Registrar deudas previsionales o de salud por más de 12 meses por sus trabajadores dependientes, lo que se acreditará mediante certificado de la autoridad competente.*
- 4) La presentación al Registro Nacional de Proveedores de uno o más documentos falsos, declarado así por sentencia judicial ejecutoriada.*
- 5) Haber sido declarado en quiebra por resolución judicial ejecutoriada.*
- 6) Haber sido eliminado o encontrarse suspendido del Registro Nacional de Proveedores por resolución fundada de la Dirección de Compras.*
- 7) Haber sido condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos | fundamentales del trabajador”¹⁷.*-

¹⁶ Artículo N° 80, Decreto Ley N° 250, Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

¹⁷ Artículo N° 92, Decreto Ley N° 250, Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

2.2.4. Causales de Eliminación y Suspensión del Registro de Proveedores

Causales de eliminación:

“La Dirección podrá eliminar en forma permanente a los Proveedores inscritos en el Registro, en las siguientes circunstancias:

- 1. Si los antecedentes presentados por el Proveedor en su solicitud de inscripción al Registro de Proveedores son maliciosamente falsos, han sido enmendados o tergiversados o se presentan de una forma que claramente induce a error para efectos de su evaluación.*
- 2. Si el Proveedor es condenado reiteradamente por incumplimiento contractual respecto de un Contrato de Suministro y Servicio, derivado de culpa o falta de diligencia en el cumplimiento de sus obligaciones y siempre que la Entidad afectada solicite a la Dirección su eliminación.*
- 3. Cuando concurra de manera sobreviniente alguna de las causales establecidas en el artículo 92 del presente Reglamento¹⁸.*

¹⁸ Artículo N° 96, Decreto Ley N° 250, Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios

CAPITULO III: CONCEPTOS GENERALES

3.1. Calidad Como Concepto

Existen múltiples dimensiones para definir el concepto de calidad. Podemos decir que es una apreciación subjetiva, en el caso de un usuario de algún servicio determinado, la calidad, con la que sea evaluado el servicio o el producto obedecerá necesariamente a las exigencias y percepción del usuario o cliente. La calidad necesariamente implica la satisfacción de necesidades.

De acuerdo a la definición de la RAE *“Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.”*¹⁹ Podemos desprender nuevamente que va asociada a un juicio de valor, en este caso, emitido por el usuario o cliente final del servicio o producto en cuestión.-

Para José Joaquín Mira (1999), el concepto de calidad tiene una apreciación relativa a la mejora continua de procesos al interior de la organización *“El concepto actual de Calidad ha evolucionado hasta convertirse en una forma de gestión que introduce el concepto de mejora continua en cualquier organización y a todos los niveles de la misma, y que afecta a todas las personas y a todos los procesos.*

Todo parece indicar que no se trata de una moda pasajera. Existen diversas razones objetivas que justifican este interés por la calidad y que hacen pensar que las empresas competitivas son aquéllas que comparten, fundamentalmente, estos tres objetivos:

- *Buscar de forma activa la satisfacción del cliente, priorizando en sus objetivos la satisfacción de sus necesidades y expectativas (haciéndose eco de nuevas especificaciones para satisfacerlos).*
- *Orientar la cultura de la organización dirigiendo los esfuerzos hacia la mejora continua e introduciendo métodos de trabajo que lo faciliten.*
- *Motivar a sus empleados para que sean capaces de producir productos o servicios de alta calidad.”*²⁰

¹⁹ <http://buscon.rae.es/drae/> Consultada el día 20 de Febrero de 2012.-

²⁰ Conceptos y Modelos de Calidad. Hacia una definición de Calidad asistencial. José Joaquín Mira

3.2. Calidad en el Sector Público

Cuando hablamos de calidad en el sector público, nos encontramos con un tema del que no se encuentran precedentes a diferencia de lo que ocurre en el sector privado, donde la calidad pasa a ser un concepto base de su funcionamiento, ya que la calidad en sí misma, genera percepciones por parte de los clientes que pueden ser beneficiosas o perjudiciales para la organización.-

La Administración del Estado, ha pasado a desempeñar un rol activo de proveedor en ciertos servicios, por lo que se ha visto en la obligación de ir modernizando procesos. En la actualidad, el ciudadano es informado, demandante de servicios de calidad, lo que puesto el término “Calidad” en boga.

3.3. Cliente / usuario.

Existe una gran diferencia entre la relación que se genera en otros servicios (entre los usuarios y los servicios mismos) a la que se gesta en Mercado Público (entre el proveedor y el Estado). Esta última está más ligada a una relación independiente y voluntaria por parte del proveedor de ofertar sus productos a través de la plataforma.

De acuerdo a José Barquero Cabrero, en su libro “Marketing de clientes, ¿Quién se ha llevado mi cliente?”, propone la siguiente definición para el término “cliente”
“La palabra cliente proviene del griego antiguo, haciendo referencia a *“aquella persona que depende de, es decir, mis clientes son aquellas personas, que tiene cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer”*²¹

En estricto rigor, esta definición no es aplicable al proveedor de Mercado Público, porque en su vínculo con los órganos de la Administración del Estado, no se genera una dependencia del mismo, sino por el contrario, tiene la posibilidad de comercializar sus productos “al mejor postor”. Lo contrario sucede con el Estado que de acuerdo a la Ley 19.886, de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios, debe realizar sus compras y contrataciones a través del Sistema de Compras Públicas.

²¹ Marketing de clientes, ¿Quién se ha llevado mi cliente?, editorial McGraw-Hill, 2007

La Real Academia Española define el concepto de usuario con simpleza y precisión: “*un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín usuarius, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público*”²².

En ambos conceptos es reiterativa la utilización de un producto determinado, pero sólo en la concepción de cliente, se tiene incorporado el concepto de satisfacción, de la necesidad que necesariamente debería satisfacer el producto o servicio determinado y como señala anteriormente la satisfacción necesariamente implica calidad o viceversa.-

3.4.- Satisfacción como concepto.

La satisfacción ha sido un término acuñado en el sector privado. Desde ese punto de vista juega un rol fundamental al momento de establecerse en la mente del consumidor, teniendo siempre presente que ésta relación está dada por un bien o servicio que es adquirido de forma voluntaria por el cliente.

Julio Lobos (1997), define satisfacción de la siguiente forma “*Como todo lo que alguien hace a lo largo de un proceso para garantizar que un cliente (consumidor) fuera o dentro de la organización, obtenga exactamente aquello que desea*”²³, incorporando la palabra “proceso” dejando el claro que lograr la satisfacción del cliente o consumidor se realiza a través de etapas por parte de la organización.-

3.5.- Beneficios generados por la satisfacción²⁴

- **Primer Beneficio:** *El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.*
- **Segundo Beneficio:** *El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio*

²² Diccionario de la Real Académica de la Lengua Española, 2010.

²³ Julio Lobos “Calidad a través de las personas”, Pearson Educación S.A 1997.

²⁴ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm> Consultada el día 23 de Enero de 2012.-

una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

- **Tercer Beneficio:** *El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.*

La Micro y Pequeña Empresa (MIPE), definición y características.

3.6.- Microempresa:

“Según la definición utilizada por el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), las microempresas son entidades que tienen como máximo nueve empleados en total, tanto remunerados como no remunerados, incluyendo al propio microempresario y a sus familiares que trabajen con él. En promedio tienen ventas mensuales menores a UF 200, y tienen activos fijos menores a UF 500. Las ventas anuales son menores a 2.400 UF. En cuanto a la actividad empresarial, las microempresas poseen escasa disponibilidad de capital, lo cual les impide adquirir la maquinaria necesaria para ejecutar sus operaciones, haciendo uso intensivo de mano de obra.

Al no contar con suficientes recursos para contratar empleados necesarios, se caracterizan por una escasa división del trabajo, una persona efectúa diversas actividades dentro de los procesos productivos, administrativos y de comercialización. La microempresa tiene la tasa de destrucción (número de empresas que muere tributariamente durante el año) más alta en comparación a las empresas de distinto tamaño, siendo ésta de un 8%²⁵.

²⁵ <http://es.scribd.com/doc/179131/Mipes-o-mypes-en-Chile>, Consultada el día 28 de Febrero de 2012

Pequeña empresa:

“Entidades que cuentan con alrededor de 5 a 19 trabajadores, y sus ventas anuales se encuentran entre 2.401 y 25.000 UF. Tiene una administración independiente, usualmente dirigida y operada por el propio dueño. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local. A diferencia de la microempresa, existe especialización en el trabajo tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; sector en el cual el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc. Sin embargo, al igual que en la microempresa, tanto la tecnología y las herramientas como los recursos financieros son limitadas, por lo que hay predominio de mano de obra y el capital de la empresa es otorgado por el propio dueño. Por otra parte, la pequeña empresa tiene una tasa de destrucción de un 3%”²⁶

3.7.- Distribución por tamaño de empresas.

En Chile hay algo más de 1.5 millones de micro y pequeñas empresas incluidos los trabajadores por cuenta propia. Para el año 2006 el número de microempresas alcanza las 1.392.028, que equivale al 94%. En el caso de la pequeña empresa el número alcanza las 120.863 de empresas que corresponden al 7, 8% del total.-

CUADRO 13 DISTRIBUCIÓN POR TAMAÑO DE LAS EMPRESAS FORMALES Y INFORMALES, AÑO 2006		
Tamaño	Número de empresas	(%)
Microempresa ⁽¹⁾	1.392.028	90,4
Pequeña empresa ⁽²⁾	120.863	7,8
MIPE	1.512.891	98,2
Mediana ⁽²⁾	18.056	1,2
Grande ⁽²⁾	9.402	0,6
Mediana y grande	27.458	1,8
Total ⁽³⁾	1.540.349	100,0

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de SII y Casen 2006
(1) Incluye unidades formales e informales
(2) Empresas formales según SII
(3) Número total de unidades productivas equivalente a la suma de las categorías TCP y POE según Casen 2006

Fuente: Situación de la micro y pequeña empresa en Chile CORFO, OIT, SERCOTEC.

²⁶ <http://es.scribd.com/doc/179131/Mipes-o-mypes-en-Chile> Consultada el día 28 de Febrero de 2012

3.8.- Distribución regional de las empresas según tamaño.

En el caso de la Región de Valparaíso, la cantidad de microempresas existentes en la región para el año 2008 alcanzó el número de 63.070, por otra parte la pequeña empresa, respecto a la participación a nivel regional llegó a las 12.150.

La participación de la MIPE en la Región de Valparaíso, respecto al total nacional, fue del 10,44%

CUADRO 5 DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL NÚMERO DE EMPRESAS FORMALES SEGÚN SU TAMAÑO, AÑO 2008									
Región	Micro	Pequeña	MIPE	%	Mediana	Grande	Mediana y Grande	%	Total General
Arica y Parinacota	10.299	1.227	11.526	1,60	107	43	150	0,5	11.676
Tarapacá	11.068	2.223	13.291	1,84	523	319	842	2,7	14.133
Antofagasta	17.237	4.088	21.325	2,96	543	199	742	2,4	22.067
Atacama	9.340	1.993	11.333	1,57	235	79	314	1,0	11.647
Coquimbo	24.681	4.016	28.697	3,98	476	159	635	2,0	29.332
Valparaíso	63.070	12.150	75.220	10,44	1.502	543	2045	6,6	77.265
O'Higgins	33.389	6.230	39.619	5,50	685	269	954	3,1	40.573
Maule	44.529	6.885	51.414	7,13	748	266	1014	3,3	52.428
Bío Bío	65.353	12.061	77.414	10,74	1.536	583	2119	6,8	79.533
La Araucanía	31.276	5.170	36.446	5,06	553	182	735	2,4	37.181
Los Ríos	13.045	2.330	15.375	2,13	265	88	353	1,1	15.728
Los Lagos	29.945	6.521	36.466	5,06	800	362	1162	3,7	37.628
Aysén	4.747	744	5.491	0,76	84	30	114	0,4	5.605
Magallanes	7.035	1.440	8.475	1,18	179	94	273	0,9	8.748
Metropolitana	222.858	65.346	288.204	39,98	12.239	7.304	19543	63,1	307.747
Sin región ⁽¹⁾	534	*****	534	0,07	0	0	0	0,0	534
Total general	588.406	132.424	720.830	100,00	20.475	10.520	30.995	100,0	751.825

Fuente: Elaboración SERCOTEC, sobre la base de SII, año 2008
 (1) Corresponden a las empresas que en el SII no aparecen asociadas a ninguna región. Los totales generales no incluyen los montos con *****.

Fuente: Situación de la micro y pequeña empresa en Chile CORFO, OIT, SERCOTEC.

3.9.- Participación de las empresas proveedoras en el Mercado Público a nivel nacional

Un canal de comercialización importante es ChileCompra. Las MIPE como empresas proveedoras representan a nivel nacional representan alrededor del 35% de de compras del Estado.-

CUADRO 23 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO PÚBLICO SEGÚN TAMAÑO DE LAS EMPRESAS PROVEEDORES, 2007					
Tamaño	N° de empresas que realizaron negocios (mil)	%	Monto órdenes de compra (millones de dólares)	%	Valor promedio por empresa (miles de dólares)
Micro	28.820	65,6	624	14,0	22
Pequeña	10.453	23,8	936	21,0	90
MIPE	39.274	89,4	1.560	35,0	40
Mediana	2.849	6,5	758	17,0	266
Grande	1.841	4,2	2.140	48,0	1.162
Mediana/Grande	4.690	10,7	2.898	65,0	618
Total	43.964	100,0	4.458	100,0	101

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Chile Compra, 2007

Fuente: Situación de la micro y pequeña empresa en Chile CORFO, OIT, SERCOTEC.

3.10.- Centros de Emprendimiento ChileCompra

La Dirección ChileCompra cuenta con 25 Centros de Emprendimiento ChileCompra ubicados de Arica a Punta Arenas. Los Centros de Emprendimiento ChileCompra disponen de infraestructura para que los usuarios accedan gratuitamente a *“computadores conectados a internet, a capacitaciones gratuitas, a salas de reuniones con clientes o proveedores y a asesoría técnica para apoyar su participación en el mercado público y adquirir conocimientos que beneficien el desarrollo de sus negocios.”*²⁷

En la región de Valparaíso el Centro de Emprendimiento ChileCompra se encuentra ubicado en la comuna de Quillota, Av. San Martín N° 687 y su Directora es la Srta. Lilian Osorio Aguayo.-

²⁷ http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=167&Itemid=104

Consultada el día 19 de Octubre de 2011.-

CAPITULO IV: METODOLOGÍA DEL TRABAJO

4.1.- Planteamiento del problema

Siendo Mercado Público la plataforma de compras que utiliza el Estado, es fundamental identificar los elementos que determinan la satisfacción de los usuarios de micros y pequeñas empresas proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.-

Caracterización del usuario proveedor:

- **Relación Público-Privado.** Para el usuario proveedor de la Plataforma de Mercado Público es opcional ofertar sus productos a través de ésta vía, puesto que si presenta oportunidades de negocio más ventajosas de las que ofrece Mercado Público, puede optar por la opción que le parezca más beneficiosa para su empresa.-
- **Formas de pago.** Los plazos de pagos de compras realizadas a través del Mercado Público están dadas por la normativa.-
- **Retención de proveedores por parte del Estado.** En la medida en que el universo de proveedores del Estado vaya en aumento se generan posibilidades de competencia entre las empresas del sector, mejores ofertas, que da como resultado la generación de beneficios para los compradores y oportunidades de negocio para los oferentes

4.2.- Objetivo General

Identificar elementos que determinan la satisfacción de los usuarios proveedores de la micro y pequeña empresa en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, respecto de la plataforma de Mercado Público

4.2.1.- Objetivos Específicos

1. Determinar los conocimientos de los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar en la Plataforma de Mercado Público.

2. Determinación del Grado de satisfacción de los usuarios-proveedores Valparaíso-Viña del Mar.

4.3.- Descripción de indicadores

Variable	Indicador	Preguntas relacionadas
Determinar conocimientos de la plataforma de Mercado Público.	Forma en que conoció la Plataforma	1
	Tipo de buscador que utiliza	2
	Conocimiento de la normativa	3, 4, 6, 7, 8, 11
	Herramientas que el usuario proveedor conoce	5 ^a , 5b, 18
Determinación del Grado de satisfacción de los usuarios-proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.	Buscador de licitaciones	6
	Evaluación de los archivos adjuntos	9
	Foro	10
	Plazos de pago	12
	Procedimiento de ingreso de la oferta	13, 14, 15,
	Gestión de Reclamo	16, 17
Utilización y recomendación de la Plataforma	19, 20.-	

4.4.- Tipo de estudio

Muestreo no probabilístico por cuotas

“Las muestras no probabilísticas suponen un procedimiento de selección informal. Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de población y/o de los individuos más representativos o adecuados para la investigación.

*En este tipo de muestreo se fijan “cuotas” que consisten en un número de individuos que reúne determinadas condiciones”.*²⁸

4.5.- Obtención de la información

Para dar respuesta a los objetivos generales y específicos, se llevará a cabo la caracterización de la Plataforma de Mercado Público a través de la esquematización de los procedimientos.

En cuanto a la determinación de conocimientos y el grado de satisfacción de los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, la información se recopilará a través del sistema de transparencia administrativa de los organismos públicos, en la sección correspondiente a “compras públicas”. De esta sección se obtendrán los datos tanto de adjudicados como de los no adjudicados entre el año 2010 y 2011 respectivamente.-

Descripción del universo

El universo lo constituyen 350 empresas que son usuarios proveedores de la Plataforma de Mercado Público en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

Descripción de la muestra

Como objeto de estudio, la muestra está constituida por 50 empresas que son usuarios proveedores de la Plataforma de Mercado Público en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar

Características:

Tamaño de la Empresa: Será motivo de estudio la Micro y Pequeña Empresa.

Para establecer el tamaño de la empresa, se hará uso de la clasificación que entrega el Servicio de Impuestos Internos, que está dada por el nivel anual de facturación que presentan.

²⁸ http://www.angelfire.com/sc/matasc/EyD/bioesta/muest_noprob.htm Consultado el día 20 de Febrero de 2012.-

Tamaño de la Empresa	Nivel de facturación Anual
Microempresa	0,1- 2.400 UF
Pequeña Empresa	2.401- 25.000 UF
Mediana Empresa	25.001- 100.000 UF
Gran Empresa	100.001 y más de 1.000.000 UF

Fuente: SII²⁹

Frecuencia con la que utilizan la plataforma: Para el estudio, es importante que los usuarios proveedores de la Plataforma de Mercado Público la utilicen como mínimo 1 vez al mes.

Ubicación geográfica: El estudio se centra en los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

Una vez determinados los parámetros, se procedió a la realización de tres preguntas vía telefónica, para llevar a cabo la selección de la muestra por cuotas.

- 1) Tamaño de la empresa
- 2) ¿Cuánto tiempo lleva utilizando la Plataforma de Mercado Público?
- 3) ¿Con qué frecuencia utiliza la Plataforma de Mercado Público?

De un total de 100 llamados, se realizó la selección a 65 proveedores que cumplían con los parámetros y estaban dispuestos a colaborar con el trabajo de investigación. Una vez seleccionada la muestra se procedió a la aplicación del instrumento (encuesta) con visitas en terreno a cada empresa. De los 65 seleccionados, por diversas razones, sólo 50³⁰ pudieron completar el cuestionario.-

²⁹ <http://www.sii.cl/estadisticas/> Consultada el día 22 de Febrero de 2012.-

³⁰ Ver anexo 1

4.6.- Instrumento

El instrumento a través del cual se recopilarán datos será un cuestionario de preguntas cerradas dirigidas usuarios proveedores de la Plataforma de Mercado Público en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

“Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas. Es decir, se presentan a los participantes las posibilidades de respuesta, quienes deben acotarse a estas. Pueden ser dicotómicas o incluir varias opciones de respuesta.”³¹.

El cuestionario³² en sí, está constituido por 22 preguntas que pretenden determinar el nivel de conocimiento y grado de satisfacción de los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

Es de suma importancia señalar que la presentación de los datos en las tablas de vaciado se realizarán, no de acuerdo al orden que presenta el cuestionario, sino separados por las categorías de Nivel de Conocimiento y Grado de Satisfacción.-

4.7. Caracterización de la Plataforma de Mercado Público

¿Qué es ChileCompra

Es el organismo público que se encarga de de la administración del sistemas de compras públicas. Pasa a ser el proveedor de la plataforma de licitaciones (www.mercadopublico.cl), a través del cual los organismos del Estado realizan compras y contrataciones y las empresas ofrecen productos y servicios. Es el punto de encuentro entre la oferta y demanda público-privado.

³¹ Hernández, Fernández y Baptista, “Metodología de la Investigación” Mc Graw Hill 4ta edición 2006, página 310.

³² Ver anexo 2



Fuente: Apuntes capacitación proveedores³³

¿Cómo formar parte del Mercado Público?

El proceso de inscripción en Mercado Público es gratuito. Este se lleva a cabo en www.mercadopublico.cl, específicamente en el icono “Registrarse como Proveedor”, donde se debe completar un formulario

El registro en la plataforma de Mercado Público lo pueden llevar a cabo todas aquellas personas naturales o jurídicas, chilenas o extranjeras que puedan garantizar su situación financiera e idoneidad técnica.

³³ Apuntes capacitación proveedores.-

Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁴

Formulario

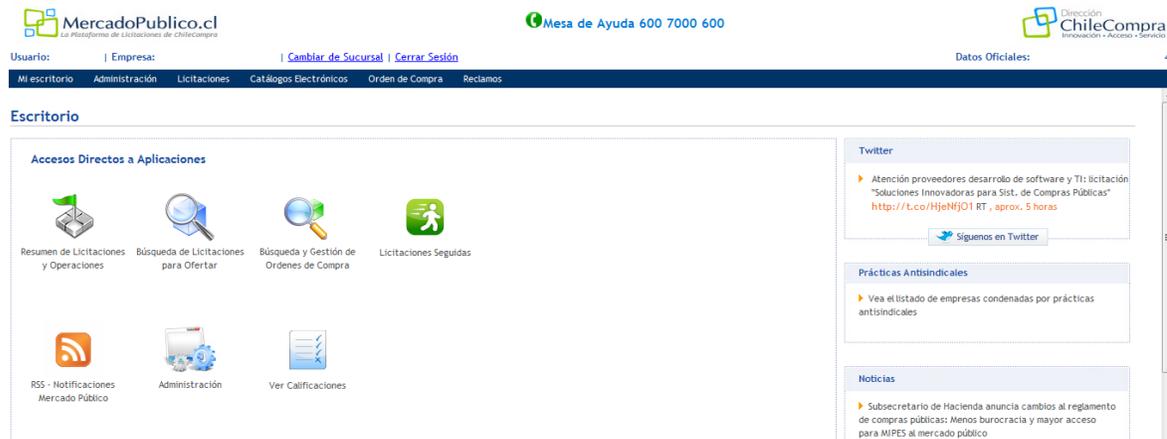
El formulario está compuesto por tres pasos donde se debe completar la información requerida de la persona, de la empresa y los rubros de la misma. Luego de este proceso se podrá tener acceso a la plataforma de forma privada, aceptando las condiciones de uso de la misma.

Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁵

³⁴ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 30 de Enero de 2012

Mi escritorio en Mercado Público

En el escritorio de Mercado Público se encuentran los datos de la empresa en un ambiente personalizado. Existen diversas aplicaciones para facilitar el uso de la plataforma. En la pestaña de “Administración” es posible realizar la modificación de sus datos de contacto, rubros, email, entre otros.



Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁶

¿Cómo y cuáles rubros seleccionar?

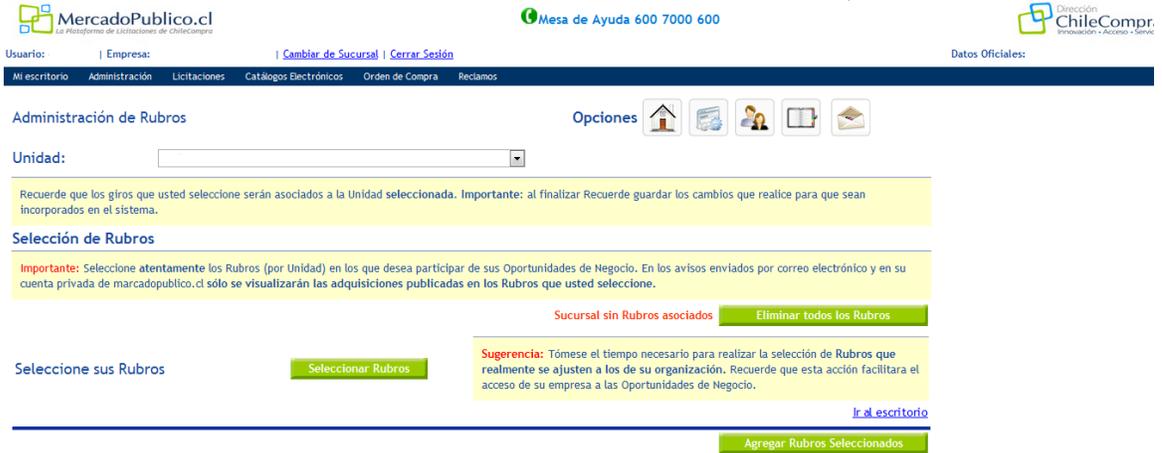
Para realizar la selección de rubros de debe hacer ingreso en la pestaña “Administración” seleccionando “Administración de Rubros”.

Previo a seleccionar los rubros, se debe hacer un análisis de qué productos o servicios serán ofrecidos al Estado a través de la plataforma de Mercado Público.

La selección de rubros nos delimitará las áreas en las cuales queremos ofertar, de manera que los resultados de búsqueda que se realice en forma posterior sean de acuerdo a estos

³⁵ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 30 de Enero de 2012.

³⁶ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 30 de Enero de 2012



Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁷

¿Cómo busco licitaciones de mi interés?

La Plataforma de Mercado Público posee distintos criterios de búsqueda para las licitaciones en las que desee ofertar. La búsqueda de licitación se puede hacer en base al conocimiento del ID de la licitación o por criterios avanzados de búsqueda, en los cuales se puede filtrar por nombre de la Adquisición, Organismo comprador, estado de la adquisición y fecha.



Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁸

³⁷ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 30 de Enero de 2012.

³⁸ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 30 de Enero de 2012.

¿Cómo ofertar mis productos y servicios al Estado?

Paso 1: Completar nombre de la oferta.

En este paso se debe ingresar el nombre con el que se presentará la oferta, además de incluir aspectos generales de la misma. Una vez que ha completado la información solicitada, debe hacer click en “siguiente”.

The screenshot shows the Mercado Público ChileCompra interface. At the top, there are logos for MercadoPublico.cl and ChileCompra, along with a 'Mesa de Ayuda 600 7000 600' contact number. The navigation bar includes 'Mi escritorio', 'Administración', 'Licitaciones', 'Catálogos Electrónicos', 'Orden de Compra', and 'Reclamos'. The main content area is titled 'Realizar Oferta para Adquisición 2731-99-L112'. A sidebar on the left lists 'Secciones a Completar' with five steps: 1. Completar Nombre de Oferta (highlighted), 2. Completar Oferta Económica, 3. Ingresar Documentación Anexa, 4. Confirmar e Ingresar Oferta, and 5. Imprimir Comprobante de Oferta. The main form area shows 'Comenzará a Ofertar una licitación de MUNICIPALIDAD DE PEÑAFLOR' and a 'Completar Nombre de la Oferta' section. This section has a red asterisk indicating it is mandatory. The 'Nombre de la Oferta' field contains the text 'Propuesta para Adquisición 2731-99-1112'. Below this is a rich text editor for the 'Descripción de la Oferta', which also contains the same text. At the bottom of the form are 'Guardar' and 'Siguiente' buttons.

Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público³⁹

Paso 2: Completar oferta económica

Al completar la oferta económica se debe dar el detalle de él o de los productos que ha decidido ofertar en “Especificaciones del proveedor” con un máximo de 400 caracteres. En caso de que el detalle de la oferta sea más extenso, debe subir archivos con información complementaria. Al completar la oferta económica es de suma importancia saber que los valores son netos (no incluyen IVA)

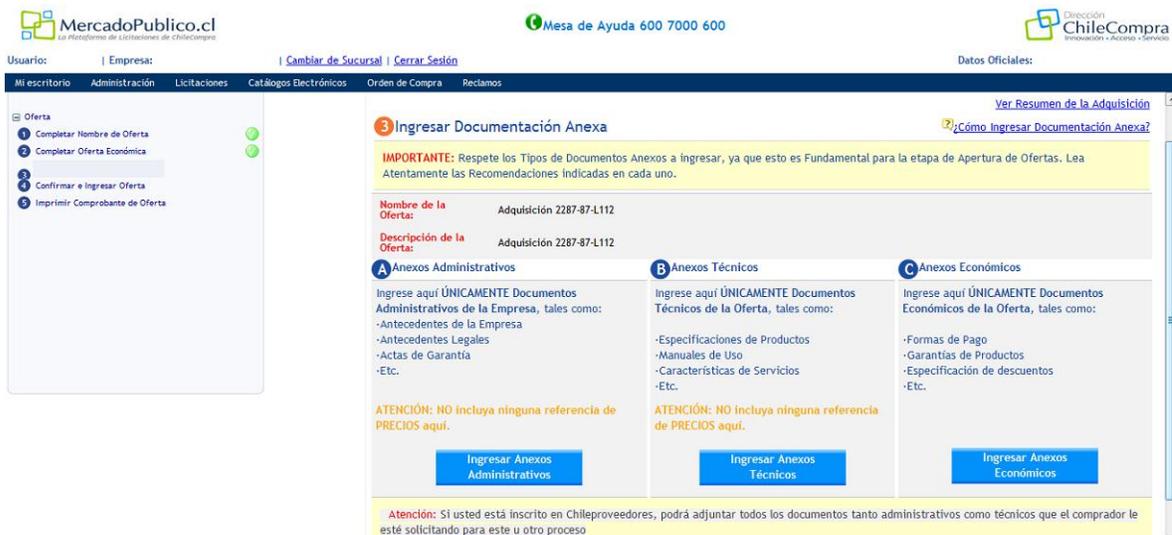
³⁹ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 02 de Febrero de 2012



Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público⁴⁰

Paso 3: Ingreso de documentación anexa.

En esta etapa se deben ingresar los archivos de carácter administrativo (antecedentes de la empresa, antecedentes legales, actas de garantía), técnico (especificación de producto, manual de uso, características de los servicios) y económico (formas de pago, garantía de productos, especificaciones de descuento)



Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público⁴¹

⁴⁰ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 02 de Febrero de 2012

⁴¹ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 02 de Febrero de 2012

Paso 4: Confirmación e ingreso de la oferta

Se hace ingreso de la oferta.

Realizar Oferta para Adquisición 2287-87-L112

Confirmar e Ingresar Oferta
 Verifique los datos de su Oferta, si son correctos ingrese su Oferta al Sistema.

Datos de la Adquisición 2287-87-L112

Nro. de Adquisición	2287-87-L112
Nombre	DESINFECTANTE DINAMIN/ESCOBILLONES ESTILO MUNICIPAL
Tipo de Adjudicación	Adjudicación Múltiple sin Entón de OC; La entidad licitante podrá adjudicar cada línea de producto o más de un proveedor y por cantidades inferiores a las ofrecidas. Ud. puede ofrecer la cantidad que desee hasta la cantidad solicitada. Recuerde que los precios ofrecidos no deben incluir ningún tipo de impuesto.
Estado	PUBLICADA
Moneda	Peso Chileno
Comprador	MUNICIPALIDAD DE ANCHIL
Observaciones del Comprador	SOL.Nº 2013/05.11.2011 DIDECO-DEPDETES
Contacto	PAUL ANTONIO RAMOS MARCHANT ofertaadquisicionesnacu@gmail.com
Teléfonos	Fono: +56-02-8739155 Fax: 56-02-8100715

Datos del Proveedor

Nombre de Usuario	Ester Maria Galo Barraza
RUT	16.267.320-3
Razón Social	Ester Maria Galo Barraza

Datos de la Oferta

Nombre de la Oferta	Adquisición 2287-87-L112
Descripción de la Oferta	Adquisición 2287-87-L112
Fecha y Hora de Ingreso	
Total de la Oferta	\$ 22.000

1 **Clasificación ONU:**
Especificaciones del Comprador: ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.
Cantidad: 2 Unidad

Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
2 Unidad	ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.	500	1000
2	Clasificación ONU: Especificaciones del Comprador: ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho. Cantidad: 2 Unidad		
Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
2 Unidad	ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.	500	1000
3	Clasificación ONU: Especificaciones del Comprador: DESINFECTANTE DINAMIN (BAYER) Cantidad: 40 Litro		
Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
40 Litro	ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.	500	20000
Total de la Oferta		\$ 22.000	

Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público⁴²

⁴² <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 02 de Febrero de 2012

Paso 5: Generación de comprobante de ingreso de la oferta



MercadoPublico.cl
La Plataforma de Licitaciones del ChileCompra

Mesa de Ayuda 600 7000 600



ChileCompra
Iniciando un proceso de compra

Usuario: Empresa
[Cambiar de Usuario](#) | [Cerrar Sesión](#)
Datos Oficiales

[Mi escritorio](#)
[Administración](#)
[Licitaciones](#)
[Catálogos Electrónicos](#)
[Órdenes de Compra](#)
[Reclamos](#)

Secciones a Completar

- Oferta
- 1 Completar Nombre de Oferta ✔
- 2 Completar Oferta Económica ✔
- 3 Ingresar Documentación Anexa ✔
- 4 Confirmar e Ingresar Oferta ✔
- 5 **Comprobante de Ingreso de Oferta**

Modificar Oferta para Adquisición 2287-87-L112

[Imprimir Comprobante de Oferta](#)

Fin del proceso, la Oferta fue ingresada con éxito

Recuerde que al finalizar este proceso, Ud. podrá calificarlo, en la opción Calificaciones a los Compradores de su escritorio.

La oferta que ingresó corresponde a una licitación de DIREC.ADM. Y FZAS-DEPTO.ADQUISICIONES por lo tanto, la responsabilidad del proceso corresponde a este organismo público.

Esta oferta NO podrá ser revisada por el comprador hasta la fecha y hora de apertura. Usted podrá modificar esta Oferta hasta la fecha de cierre



Comprobante de Ingreso de Oferta

Fecha de Emisión del Presente Comprobante
Jueves, 02 de febrero de 2012 Hora: 14:47:06
Código de su Oferta
58A7-6DEC-519A-63AA-4888-0547-3CA2-173F-7002-98A5-13754398

Datos de la Adquisición 2287-87-L112

Nro. de Adquisición	2287-87-L112
Nombre	DESINFECTANTE DINAMIN/ESCOBILLONES ESTILO MUNICIPAL
Tipo de Adjudicación	Adjudicación Múltiple sin Entend. de DC: La entidad licitante podrá adjudicar cada línea de producto o más de un proveedor y por cantidades inferiores a la s ofrecidas. Ud. puede ofrecer la cantidad que desee hasta la cantidad solicitada. Recuerde que los precios ofrecidos no deben incluir ningún tipo de Impuesto.
Estado	Publicada
Moneda	Peso Chileno
Comprador	ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE MACUL
Observaciones del Comprador	SOL.Nº 2013/20.11.2011/DI/DECO-DEPORTES
Contacto	PAUL ANTONIO RAMOS PARCHANT (osf/adquisicionesmacul@gmail.com)
Teléfonos	Fono:  56-02-8739135 - Fax: 56-02-8100715
Fecha de Publicación	1/2/2012 16:21
Fecha de Cierre	7/2/2012 13:00
Fecha de Apertura	7/2/2012 13:00

Datos del Proveedor

Nombre de Usuario	Esther Maria Galo Barraza
RUT	16.267.320-3
Razón Social	Esther Maria Galo Barraza

Datos de la Oferta

Nombre de la Oferta	Adquisición 2287-87-L112
Descripción de la Oferta	Adquisición 2287-87-L112
Fecha y Hora de Ingreso	2/2/2012 14:47
No hay Anexos Ingresados	
Total de la Oferta	\$ 22.000

Clasificación ONI:

1 Especificaciones del Comprador: ESCOBILLONES MUNICIPALES:Rango de Madera, pulida, no plastificado Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x7cms Ancho.
Cantidad: 2 Unidad

Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
2 Unidad	ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Pladera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.	500	1000
2 Clasificación ONU: Especificaciones del Comproador: ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Madera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho. Cantidad: 2 Unidad			
Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
3 Clasificación ONU: Especificaciones del Comproador: DESINFECTANTE DRYAMIN (BAYER) Cantidad: 40 Litro			
Cantidad Ofertada	Especificaciones del Proveedor	Precio Unitario	Total
40 Litro	ESCOBILLONES MUNICIPALES:Mango de Madera, pulido, no plastificado-Base Pladera de Pino seco - Mezcla de Filamento Negro y Café. Permite un buen barrido de materiales más pesados (piedras, cemento y otros)1.50x14cms Ancho.	500	20000
Total de la Oferta			\$ 22.000
Imprimir Comprobante		Finalizar	

Fuente: Imagen extraída de la Plataforma de Mercado Público⁴³

4.8.- ChileProveedores

¿Qué relación existe entre ChileProveedores y Mercado Público?

Esta plataforma se relaciona directamente con ChileCompra, en primero lugar porque es administrada por la DCCP (y operada por la Cámara de Comercio de Santiago), en ella se reúne toda la información importante de las empresas que participan en los procesos de licitación, este registro determinara la idoneidad de los proveedores del Estado

¿Qué es ChileProveedores?

Corresponde al registro electrónico oficial de los proveedores del Estado a nivel nacional, cuenta información de los productos, servicios, proyectos y certificaciones de las empresas. Además considera la información comercial, legal y financiera, que permite acreditar que la empresa cumple con los requisitos de contratación con Entidades Públicas de acuerdo a lo estipulado en la normativa.

⁴³ <http://www.mercadopublico.cl/Portal/Modules/Menu/Menu.aspx> Consultado el día 02 de Febrero de 2012

Los beneficios obtenidos del registro en ChileProveedores tanto para compradores como proveedores están dados por disminución de los tiempos, trámites y costos para proveer al Estado.

Beneficios Inscripción en Directorio Electrónico de Empresas⁴⁴

- *Ampliar las oportunidades de negocios, mediante la difusión y promoción de productos y servicios del Proveedor, tanto a nivel del sector público como del sector privado, nacional e internacional.*
- *Visibilidad en Internet, mediante la creación de su sitio Web (incluye hosting y dirección Internet), catálogo electrónico de productos y servicios, avisos de negocios, y su currículum empresarial.*
- *Sello de Confianza que genera el proveedor hacia el mercado, por integrar un Directorio -único en su categoría- de empresas validadas y certificadas.*
- *Opción de presentar ofertas (descuentos) de productos y servicios para aumentar cierres de negocios o liquidar stock disponibles.*
- *Integrar la Comunidad de Proveedores más grande del país, con más 40,000 empresas registradas.*

Beneficios de la inscripción en el registro de ChileProveedores⁴⁵

- *Reduce los costos y tiempos asociados a la presentación de antecedentes y certificados para cada proceso de compra o contratación.*
- *Facilita el acceso de las empresas, particularmente a las de menor tamaño, al universo de las compras públicas, abriéndoles nuevas oportunidades de negocios.*
- *Mayor eficiencia y productividad, para participar en múltiples procesos de compra y contratación con el Estados, manteniendo la información y documentación en un solo lugar.*
- *Libera tiempo y recursos, que pueden destinarse a mejorar la calidad técnica de la oferta.*

⁴⁴ Apuntes capacitación proveedores

⁴⁵ Apuntes capacitación proveedores

- *Constituye un "sello de confianza" que distingue a la empresa (cumple normativa vigente para contratar con el Estado).*
- *Permite el acceso a nuevas oportunidades de negocios, a través de la posibilidad de ser parte del Registro de Proveedores de Banco Estado, Banco Central y Directorio de Consultores.*

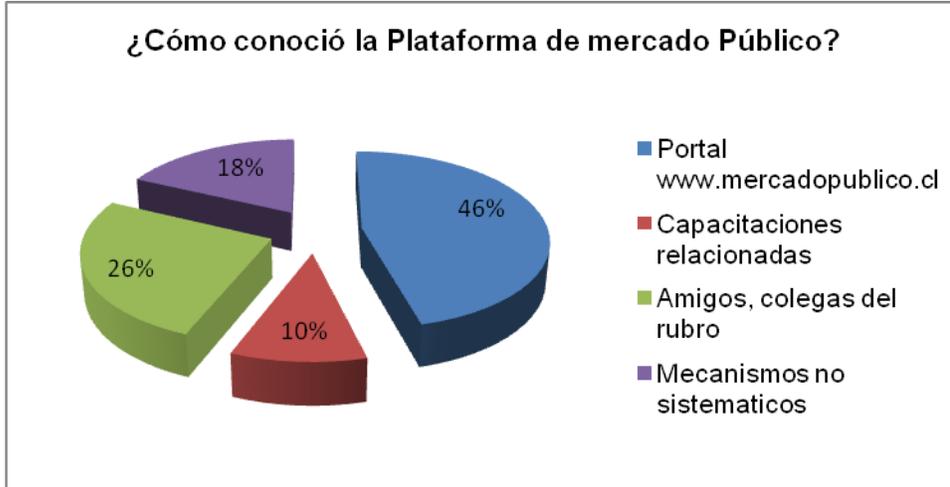
Beneficios para los Compradores.⁴⁶

- *Contar con una herramienta que permite aumentar la certeza en las decisiones de compra y contratación.*
- *Simplificar la identificación, conocimiento y validación de proveedores.*
- *Disminuir los costos en el proceso de evaluación, administración y almacenamiento de documentación de proveedores.*
- *Agilizar y facilitar el acceso a la información. Permite encontrar nuevos Proveedores.*
- *Estandarizar procesos de evaluación de proveedores.*
- *Facilitar las labores de auditoría, fiscalización, y transparencia.*

⁴⁶ Apuntes capacitación proveedores.

4.9.- Presentación de datos de forma porcentual para preguntas relacionadas con nivel de conocimiento.

1.- ¿Cómo conoció la Plataforma de Mercado Público?



Pregunta 1	Frecuencia	Porcentaje
Portal www.mercadopublico.cl	23	46%
Capacitaciones relacionadas	5	10%
Amigos, colegas del rubro.	13	26%
Mecanismos no sistemáticos	9	18%

En este punto lo óptimo es que las empresas hayan conocido el portal a través de capacitaciones porque significa que se cuenta con empresas con los conocimientos necesarios para realizar sus transacciones a través del Portal.

El 46%, que equivale a 23 encuestas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan haber conocido la Plataforma de Mercado Público a través del portal mismo.

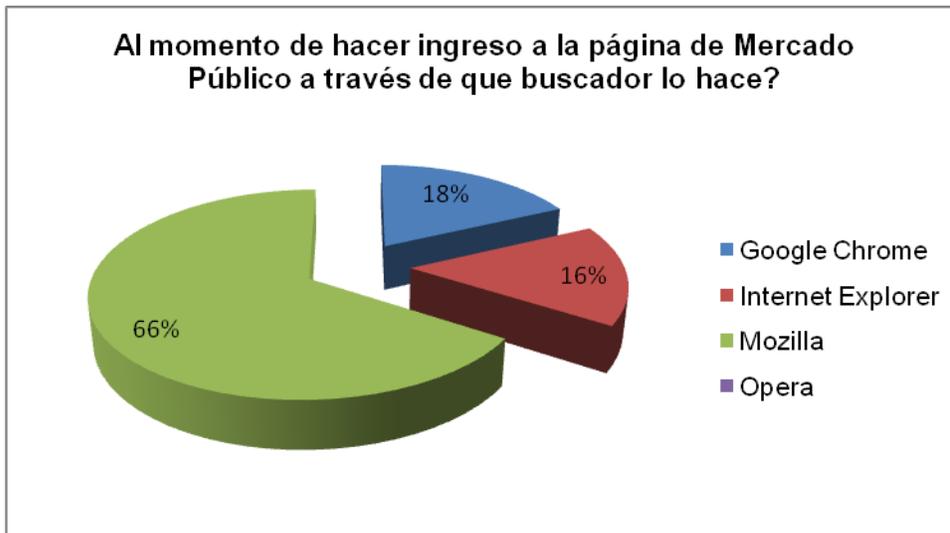
El 26%, que equivale a 13 empresas encuestadas, en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan haber conocido la Plataforma de mercado Público a través de Amigos o colegas del rubro.

El 18%, que equivale a 9 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan haber conocido la Plataforma de mercado Público a través medios

no sistemáticos tales como invitaciones por parte de algún organismo de Estado, Municipalidad y otros.

Sólo el 10% que equivale a 5 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan haber conocido la Plataforma de Mercado Público a través de capacitaciones relacionadas.-

2.- Al momento de hacer ingreso a la página de Mercado Público, a través de que buscador lo hace:



Pregunta 2	Frecuencia	Porcentaje
Google Chrome	9	18%
Internet Explorer	8	16%
Mozilla	33	66%
Opera	0	0%

La utilización de un buscador específico puede determinar el funcionamiento correcto de la página, siendo lo óptimo en este punto la utilización de “Explorer Internet”.

El 66%, que equivale a 33 empresas encuestadas s en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan hacer ingreso a la Plataforma de Mercado Público a través del buscador Mozilla.

El 18%, que equivale a 9 empresas encuestadass en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan hacer ingreso a la Plataforma de mercado Público a través del buscador Google Chrome.

El 16 %, que equivale a 8 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan hacer ingreso a la Plataforma de mercado Público a través del buscador Internet Explorer.-

3.- ¿Conoce la Ley de Compras (Ley N°19.886 De Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios)?



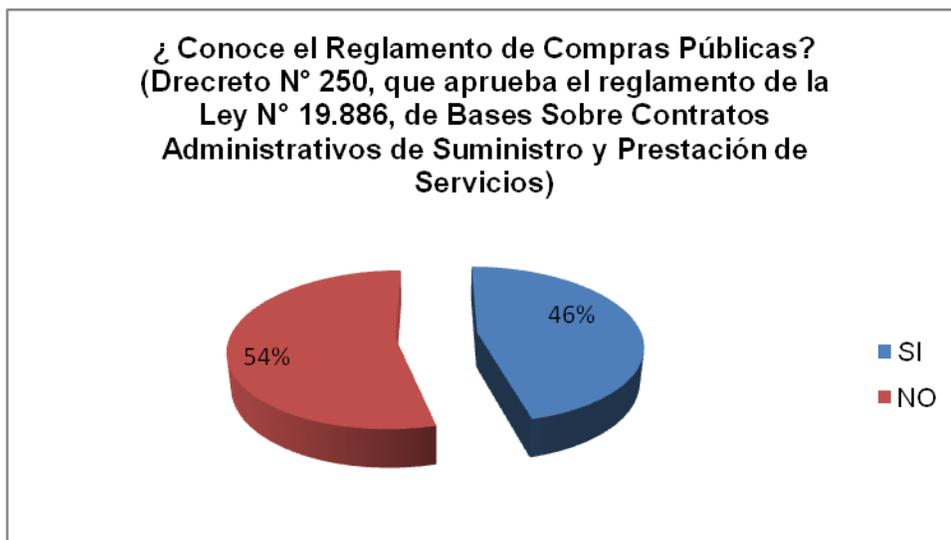
Pregunta 3	Frecuencia	Porcentaje
SI	43	86%
NO	7	14%

El conocimiento de la Ley N°19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios es fundamental al momento de formar parte de la Plataforma de Mercado Público.

El 86 %, que equivale a 43 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan conocer la Ley N°19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

El 14 %, que equivale a 7 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO conocer Ley N°19.886, de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

4.- ¿Conoce el Reglamento de Compras Públicas (Decreto N° 250, que aprueba reglamento de la ley N°19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios)



Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
SI	27	54%
NO	23	46%

El conocimiento del Decreto ley N° 250 Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios es fundamental al momento de formar parte de la Plataforma de Mercado Público.

El 54 %, que equivale a 27 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan conocer el Decreto Ley N° 250 Reglamento de la Ley N° 19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

El 46 %, que equivale a 23 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO conocer el Decreto Ley N° 250 Reglamento de la Ley N°19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios.

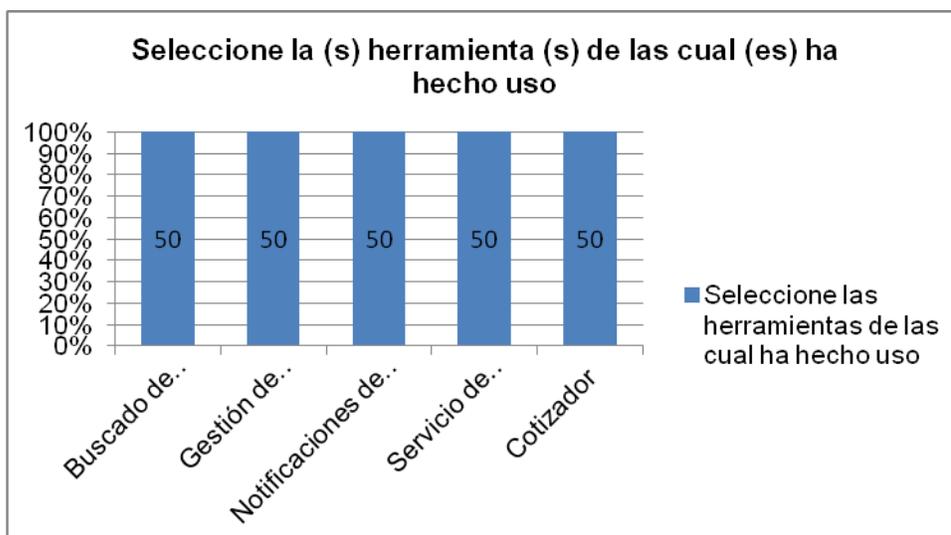
5a.- ¿Conoce las herramientas de la Plataforma de Mercado Público?



Pregunta 5a	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%

El 100%, que equivale a las 50 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan conocer las herramientas de la Plataforma de Mercado Público.-

5b.- Seleccione la (s) herramienta (s) de la cual (es) ha hecho uso



Pregunta 5b	Frecuencia	Porcentaje
Buscador de licitaciones	50	100%
Gestión de órdenes de compra	50	100%
Notificaciones de Mercado Público	50	100%
Servicio de Administración	50	100%
Cotizador	50	100%

El 100%, que equivale a las 50 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señala hacer uso de las herramientas mencionadas (Buscador de licitaciones, Gestión de órdenes de Compra, Notificaciones de Mercado Público, Servicio de Administración y Cotizador).-

6. Previo a la realización de la oferta. ¿Ha hecho análisis del organismo licitante en ANALIZA ?

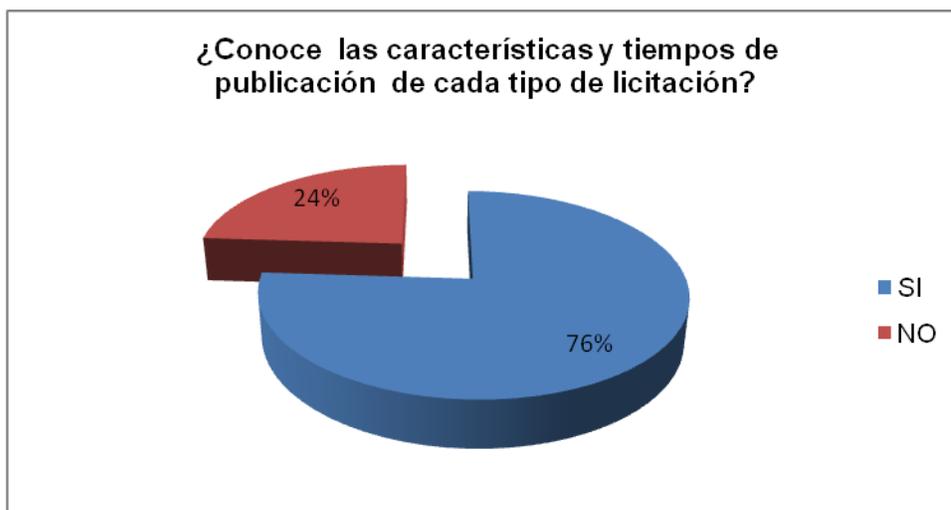


Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	4%
NO	48	96%

El 96 %, que equivale a 48 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO realizar un análisis previo del organismo licitante en ANALIZA.

Sólo el 4% que equivale a 2 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan realizar un análisis previo del organismo licitante en ANALIZA.-

7.- ¿Conoce las características y tiempos de publicación de cada tipo de licitación?

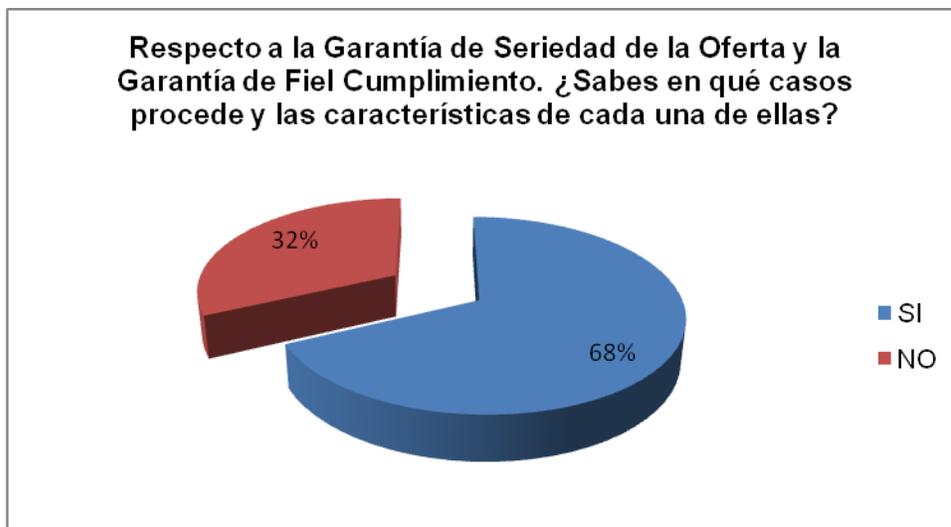


Pregunta 7	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	76%
NO	12	24%

El 76 %, que equivale a 38 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan conocer las características y tiempos de publicación de cada tipo de licitación.-

El 24 %, que equivale a 12 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO conocer las características y tiempos de publicación de cada tipo de licitación.

8.- Respecto a la Garantía de Seriedad de la Oferta y a la Garantía de Fiel Cumplimiento. ¿Sabe en qué casos procede y las características de cada una de ellas?



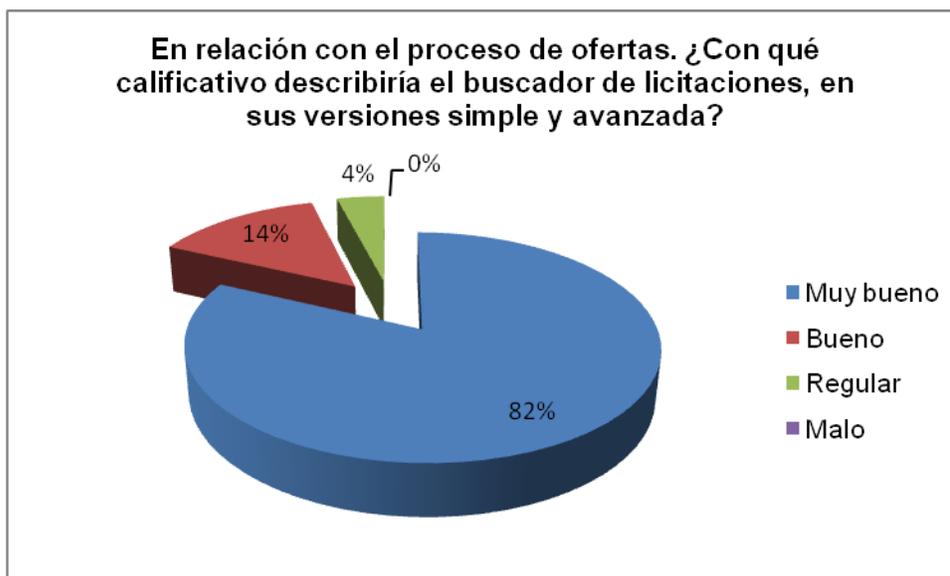
Pregunta 8	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	68%
NO	16	32%

El 68 %, que equivale a 24 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan conocer los casos en que procede la Garantía de Seriedad de la Oferta y la Garantía de Fiel Cumplimiento, además de las características de cada una de ellas.-

El 32%, que equivale a 16 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO conocer los casos en que procede la Garantía de Seriedad de la Oferta y la Garantía de Fiel Cumplimiento, además de las características de cada una de ellas.

4.10.- Presentación de datos de forma porcentual para preguntas relacionadas con Grado de Satisfacción

1.- En relación con el proceso de ofertas. ¿Con qué calificativo describiría el buscador de licitaciones, en sus versiones simple y avanzada?



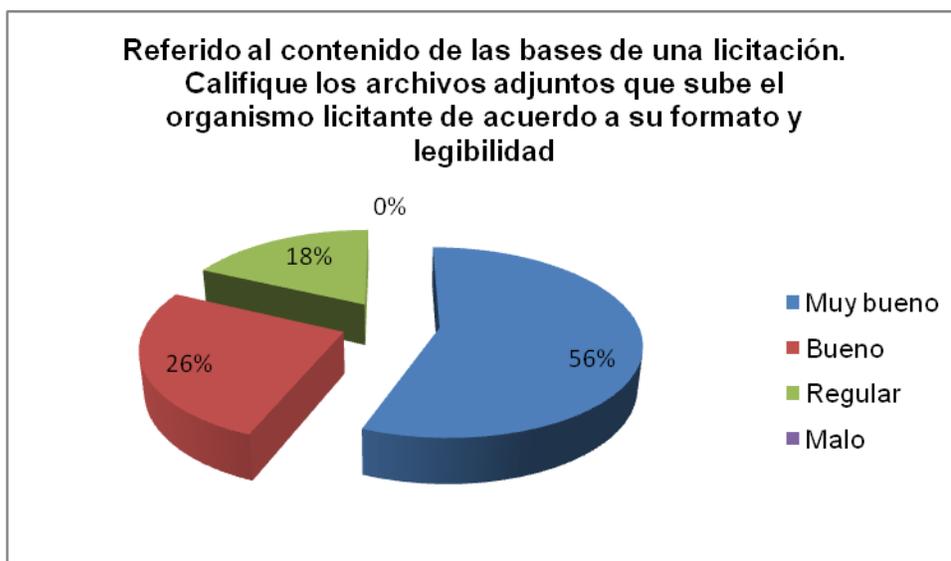
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	41	82%
Bueno	7	14%
Regular	2	4%
Malo	0	0%

El 82 %, que equivale a 41 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúan el buscador de licitaciones en las versiones simple y avanzada como “Muy bueno”.

El 14 %, que equivale a 7 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúan el buscador de licitaciones en las versiones simple y avanzada como “Bueno”.

El 4 %, que equivale a 2 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúan el buscador de licitaciones en las versiones simple y avanzada como “Regular”.

2. Referido al contenido de las bases de una licitación. Califique los archivos adjuntos que sube el organismo licitante de acuerdo a su formato y legibilidad



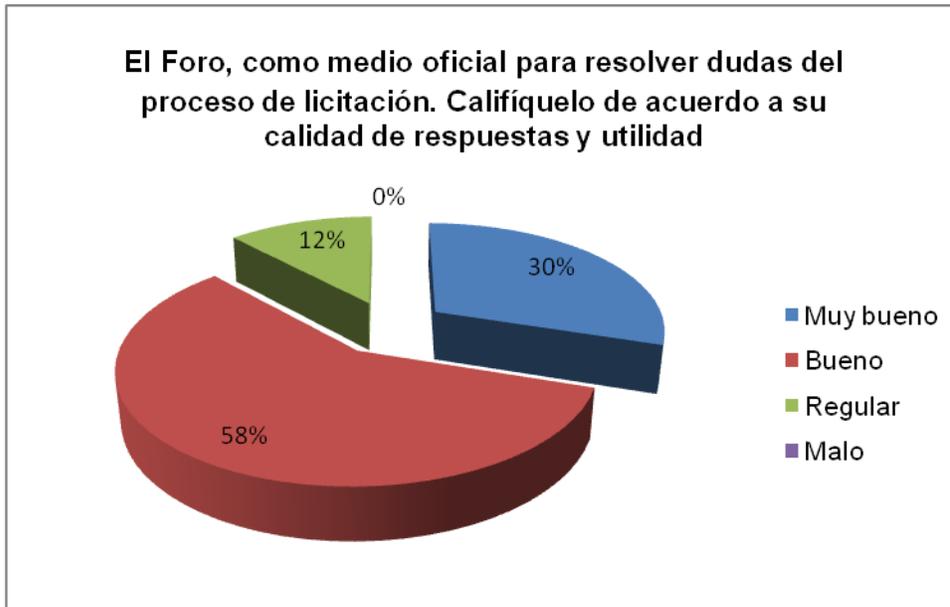
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buenos	28	56%
Buenos	13	26%
Regulares	9	18%
Malo s	0	0%

El 56%, que equivale a 28 empresas encuestas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican los archivos adjuntos de acuerdo a formato y legibilidad como “Muy buenos”.

El 26%, que equivale a 13 empresas encuestas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican los archivos adjuntos de acuerdo a formato y legibilidad como “Buenos”.

El 18%, que equivale a 9 empresas encuestas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican los archivos adjuntos de acuerdo a formato y legibilidad como “Regulares”

3.- El Foro, como medio oficial para resolver dudas del proceso de licitación. Califíquelo de acuerdo a su calidad de respuestas y utilidad.



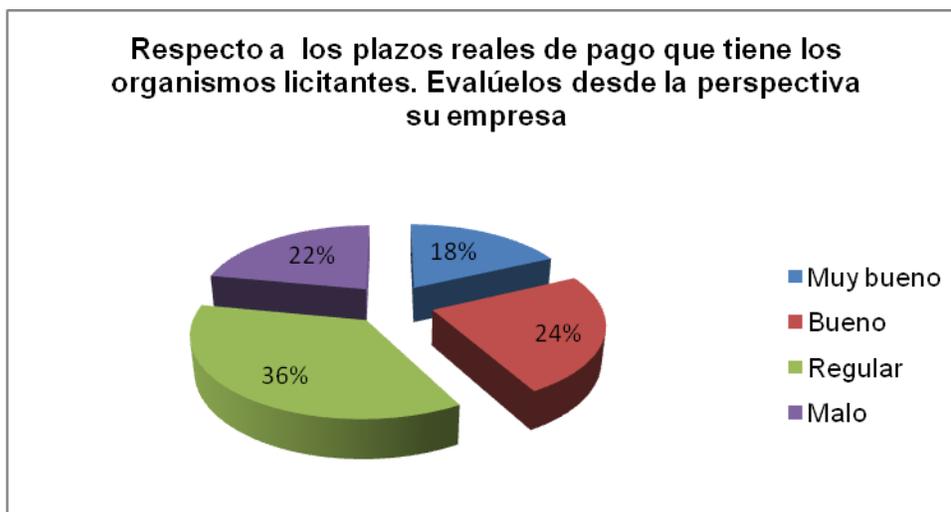
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	15	30%
Bueno	29	58%
Regular	6	12%
Malo	0	0%

El 58%, que equivale a 29 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican el foro en relación a la calidad de respuestas y la utilidad que presta como “Bueno”.

El 30%, que equivale a 15 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican el foro en relación a la calidad de respuestas y la utilidad que presta como “Muy bueno”.

El 12%, que equivale a 6 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, califican el foro en relación a la calidad de respuestas y la utilidad que presta como “Regular”.

4.- Respecto a los plazos reales de pago que tiene los organismos licitantes. Evalúelos desde la perspectiva su empresa



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buenos	9	18%
Buenos	12	24%
Regulares	18	36%
Malos	11	22%

El 36%, que equivale a 18 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúa los plazos reales de pago de los organismos licitantes como “Regulares”.

El 24%, que equivale a 12 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúa los plazos reales de pago de los organismos licitantes como “Buenos”.

El 22%, que equivale a 11 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúa los plazos reales de pago de los organismos licitantes como “Malos”.

El 18%, que equivale a 9 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, evalúa los plazos reales de pago de los organismos licitantes como “Muy buenos”.

5. - Una vez seleccionada la licitación en la que desea ofertar. ¿Con qué calificativo describiría el procedimiento de ingreso de oferta?



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	28	58%
Bueno	15	30%
Regular	7	12%
Malo	0	0%

El 58%, que equivale a 28 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el proceso de ingreso de la oferta como “Muy bueno”.

El 30%, que equivale a 15 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el proceso de ingreso de la oferta como “Bueno”.

El 12%, que equivale a 7 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el proceso de ingreso de la oferta como “Regular”.

6.- Continuando con el procedimiento de ingreso de su oferta. Al momento de realizar su oferta económica. ¿Con qué calificativo definiría la esquematización, diseño y párrafos aclarativos que ahí aparecen?



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buenos	25	50%
Buenos	17	34%
Regulares	8	16%
Malo s	0	0%

El 50%, que equivale a 25 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el diseño y párrafos aclarativos en la etapa de ingreso de la oferta económica como “Muy buenos”.

El 34%, que equivale a 17 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el diseño y párrafos aclarativos en la etapa de ingreso de la oferta económica como “Buenos”.

El 16%, que equivale a 8 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen el diseño y párrafos aclarativos en la etapa de ingreso de la oferta económica como “Regulares”.

7.- Relativo al ingreso de su oferta. En la etapa de “ingreso de la documentación anexa”, los ítem de “anexos administrativos”, “anexos técnicos” y “anexos económicos” además de su especificación, los calificaría como:



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buenos	27	54%
Buenos	14	28%
Regulares	9	18%
Malos	0	0%

El 54%, que equivale a 27 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen en la etapa de ingreso de “Ingreso de la documentación anexa” califican los ítems de “Anexos administrativos”, “anexos técnicos”, “anexos económicos”, además de la especificación de los mismos como “Muy buenos”.

El 28%, que equivale a 14 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen en la etapa de ingreso de “Ingreso de la documentación anexa” califican los ítems de “Anexos administrativos”, “anexos técnicos”, “anexos económicos”, además de la especificación de los mismos como “Buenos”.

El 18%, que equivale a 9 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, definen en la etapa de ingreso de “Ingreso de la documentación anexa” califican los ítems de “Anexos administrativos”, “anexos técnicos”, “anexos económicos”, además de la especificación de los mismos como “Regulares”.

8.- ¿Ha presentado algún reclamo?

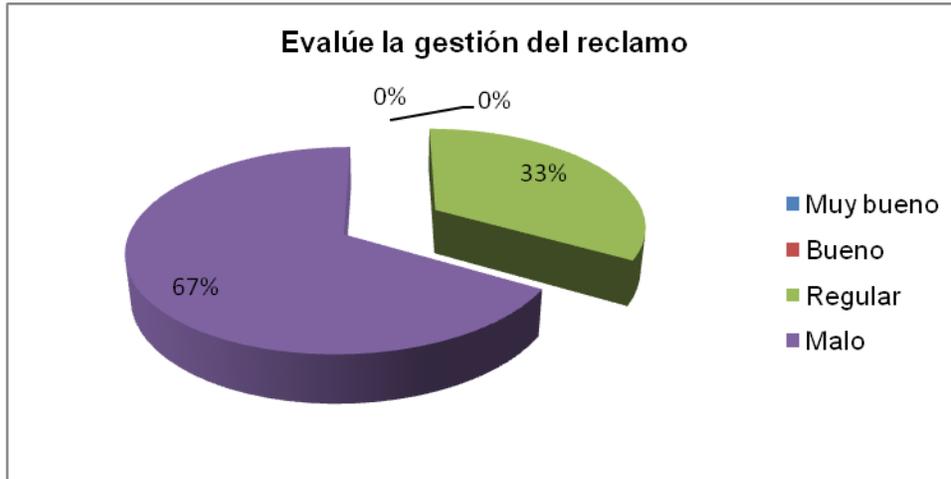


Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	6%
NO	47	94%

El 94%, que equivale a 47 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, declaran NO haber presentado algún reclamo.

Sólo un 6%, que equivale a 3 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, declaran haber presentado algún reclamo.

9.- Evalúe la gestión del reclamo



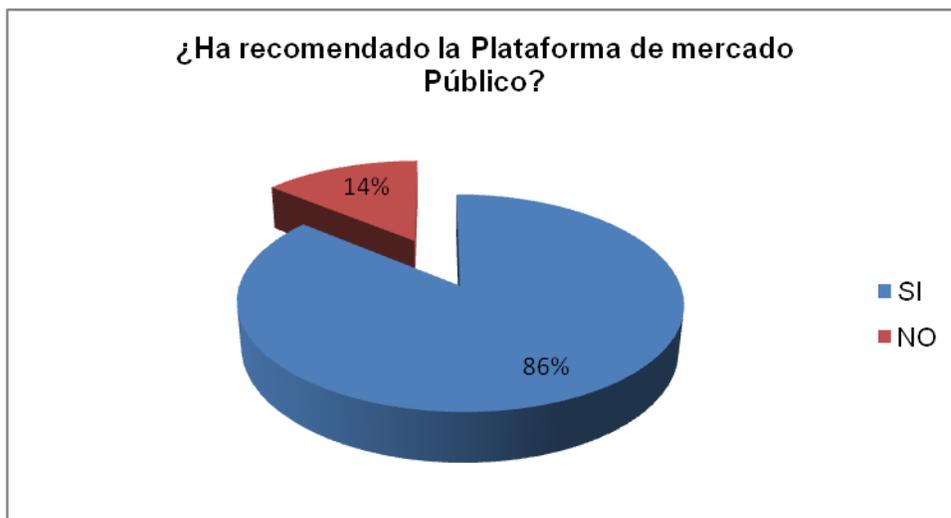
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	0	0%
Bueno	0	0%
Regular	1	33%
Malo	2	67%

De la muestra por cuota seleccionada, solo 3 empresas de las encuestadas de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalaron haber presentado algún tipo de reclamo en por el proceso licitatorio o posterior a él. De ese 6% (equivalente a 3 empresas):

El 67% que equivale a 2 empresas señala que la gestión del reclamo fue “Malo”

El 33% que equivale a 1 empresa señala que la gestión del reclamo fue “Regular”

10.- ¿Ha recomendado la Plataforma de Mercado Público?



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
SI	43	86%
NO	7	14%

El 86%, que equivale a 43 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan haber recomendado la Plataforma de Mercado Público.-

El 14%, que equivale a 7 empresas encuestadas en las comunas Valparaíso y Viña del Mar, señalan NO haber recomendado la Plataforma de Mercado Público.-

11.- ¿Seguirá utilizando la Plataforma de Mercado Público?



Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100%
NO	0	0%

El 100%, que equivale a las 50 empresas encuestadas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, señalan que seguirán utilizando de la Plataforma de Mercado Público.

4.11.- Resultados a través de valores asignados

Al realizar el análisis del cuestionario a cada una de las alternativas se les otorgó una puntuación⁴⁷.

En relación a los puntajes máximos calculados para las preguntas del cuestionario relacionadas con Conocimiento y Satisfacción, se estableció la siguiente tabla para evaluación.

Nivel de Conocimiento		
27-40 pts	Alto	
14-26 pts.	Medio	
1-13 pts.	Bajo	

Grado de Satisfacción		
29-44 pts.	Alto	
15-28 pts.	Medio	
1-14 pts.	Bajo	

⁴⁷ Ver anexo 6 y 7.

CAPITULO V: PROPUESTAS TÉCNICAS

Al analizar los resultados de la investigación para determinar el Grado de Satisfacción y el Nivel de Conocimiento de los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar en la Plataforma Nacional de Mercado Público, he podido detectar que sin duda las cifras en relación a las dos categorías, en el caso del Grado de Satisfacción se mantiene sólo un 20% en el nivel medio, el 80%, de acuerdo a los datos recopilados, corresponde al nivel alto.

En el caso de la categoría Nivel de Conocimiento, el 68% de los encuestados presenta un nivel de alto de conocimiento de la Plataforma de Mercado Público y el 32% restante se encuentra en el nivel medio. Considero de muy buena forma los resultados de la evaluación tanto para el Grado de Satisfacción como para el Nivel de Conocimientos. Se presentan pequeñas falencias, pero que sin duda pueden ser superadas en el mediano plazo mejorando en las siguientes áreas:

5.1.- Difusión.

Dar a conocer a través de distintas herramientas en la plataforma misma, los procedimientos que optimizan su funcionamiento. A pesar de los altos porcentajes en los niveles de conocimiento y grado de satisfacción, existe un desconocimiento respecto del buscador que se debe utilizar al momento de hacer ingreso a la Plataforma de Mercado Público, ya que su óptimo funcionamiento está condicionado a la utilización del buscador Internet Explorer.

5.2.- Sistema de pagos.

Sigue siendo un tema pendiente con los proveedores. A pesar de han existido esfuerzos referidos al pago oportuno con la creación del Programa ChilePaga, que entro en funcionamiento el agosto del año 2011. Podría considerarse una alternativa para los órganos de la Administración del Estado el establecimiento de protocolos referidos a los pagos, donde se gestione de forma eficiente los plazos estipulados en la normativa. En la medida que los pagos sean oportunos no generamos un desgaste a la MIPE, que en muchas ocasiones ve cómo su capital de trabajo se encuentra retenido por más de 200 días.

5.3.- Uso de ANALIZA.

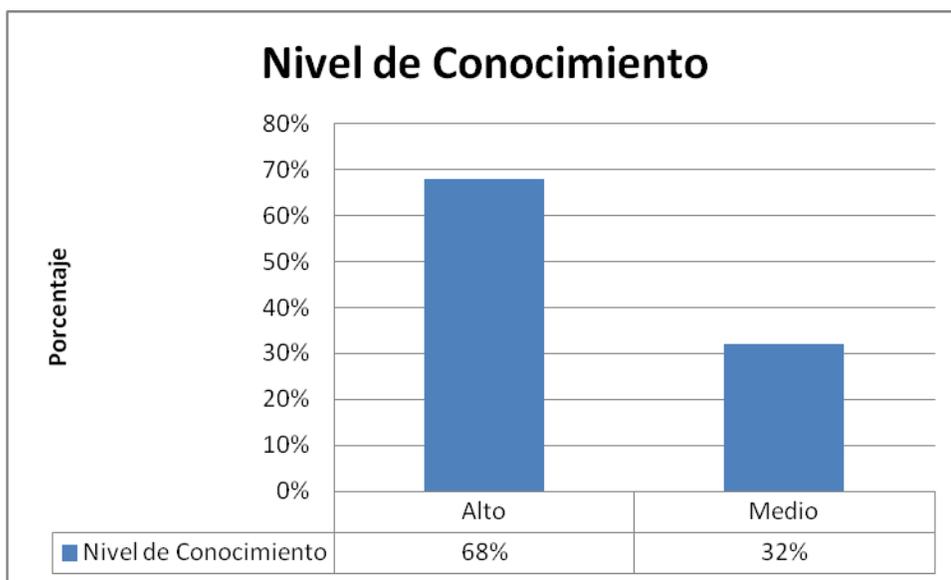
De acuerdo a los resultados del estudio solo 2 empresas hacen uso de ANALIZA. Es fundamental proyectar esta plataforma de inteligencia, con la utilidad que presenta a la hora de realizar estadísticas del mercado público. Esta difusión es posible llevarla a cabo por parte de ChileCompra a través de alianzas estratégicas con otros servicios públicos relacionados con el fomento productivo (CORFO, INDAP, CONAF, SERCOTEC, PROCHILE).

Mi segunda práctica profesional fue realizada en el Centro de Emprendimiento ChileCompra Quillota. La comuna de Viña del Mar, a través de su departamento de Desarrollo Económico, establece convenios con el Centro de Emprendimiento ChileCompra para la realización de capacitaciones a los MIPE de esta comuna. Ésta iniciativa debe ser replicada por otras comunas en la Región de Valparaíso.

CAPITULO SEXTO: CONCLUSIONES

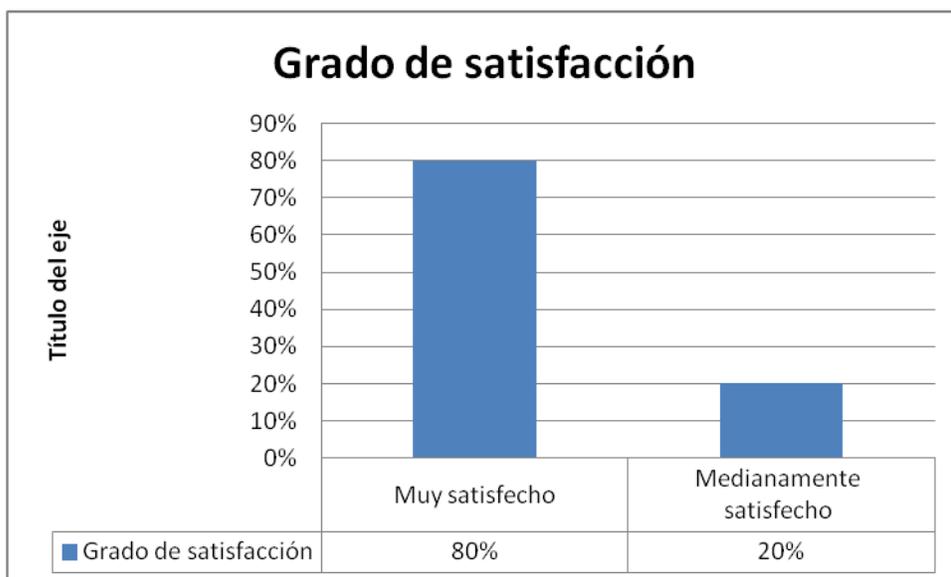
6.1.- Nivel de Conocimiento.

Del total de los encuestados, respecto al nivel de conocimientos se encuentran el 68% en un nivel alto y el 32% en un nivel medio. Por lo tanto, el desempeño que tienen los usuarios proveedores de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, en la Plataforma de Mercado Público es óptimo.



6.2.- Grado de Satisfacción

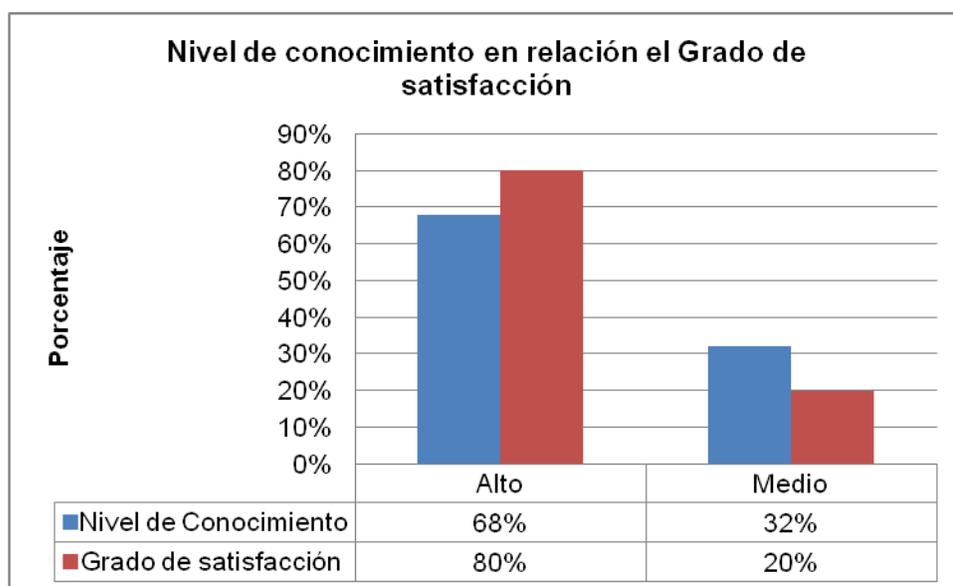
El grado de satisfacción de los proveedores de la Plataforma de Mercado Público se estableció solo en los niveles de “Medianamente satisfechos” y “Muy satisfechos”, que corresponden el primero a un 80% de los encuestados y el segundo al 20% restante. Parece curioso, pero no por eso menos cierto, que ninguno de los usuarios proveedores de las Comunas de Valparaíso y Viña del Mar, se consideren insatisfechos con la Plataforma de Mercado Público. Lo que demuestra un buen diseño de software y administración de la plataforma.-



6.3.- Relación entre el Nivel de Conocimiento y Grado de Satisfacción:

De la muestra encuestada, se genera una relación directa entre los conocimientos que poseen de la Plataforma de Mercado Público y el grado de satisfacción respecto de la misma.

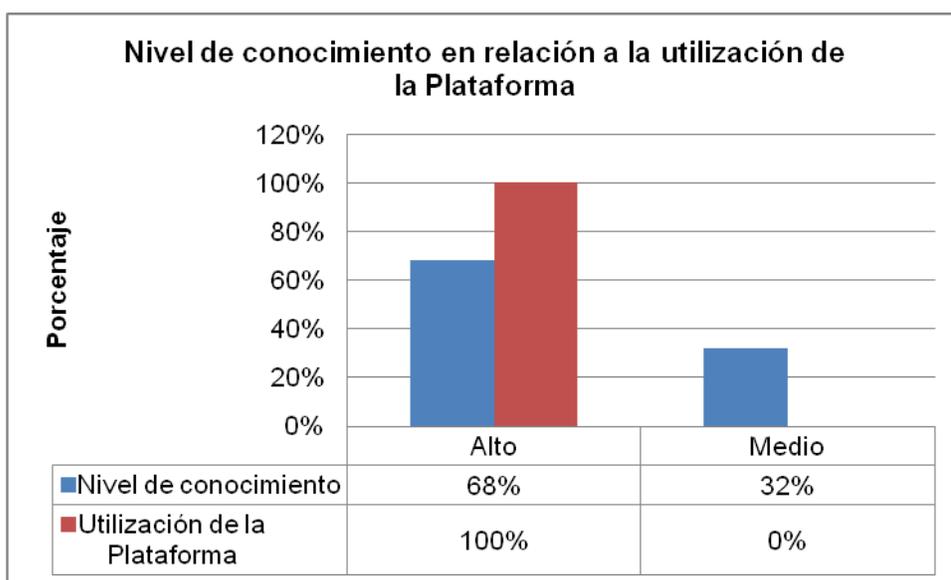
Así el 68% de los encuestados, presenta un alto nivel de conocimientos y su grado de satisfacción (determinado por parámetros establecidos en las tablas anteriores, que obedecen al puntaje total en la categoría de satisfacción) es de 80%. En la medida que sus conocimientos respecto de las características de la Plataforma de Mercado Público se acrecientan en los niveles medios-altos, el grado de satisfacción tiene también a ser alto.



6.4.- Relación entre el Nivel de Conocimiento y la utilización de la Plataforma:

En este punto, se genera también una relación directa entre el nivel de conocimiento que presenten los usuarios respecto de la Plataforma de Mercado Público y la utilización que harán de la misma en el corto plazo, como herramienta de trabajo para su negocio.

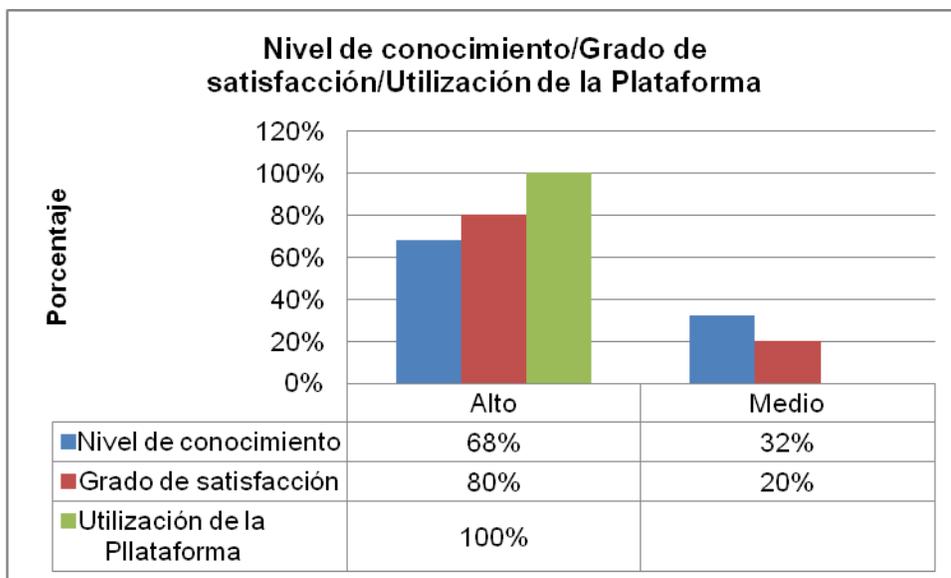
Así el 68% de los encuestados, presenta un alto nivel de conocimientos y el 32% que presenta un nivel medio de conocimientos en la Plataforma de Mercado Público hace uso de este servicio. En las dos categorías el 100% de los encuestados señala que la seguirá utilizando.



6.5.- Relación entre el Nivel de Conocimiento, el Grado de Satisfacción y la utilización de la Plataforma en el corto plazo.

El nivel de conocimiento y el grado de satisfacción de la Plataforma de Mercado Público necesariamente genera retención de proveedores.-

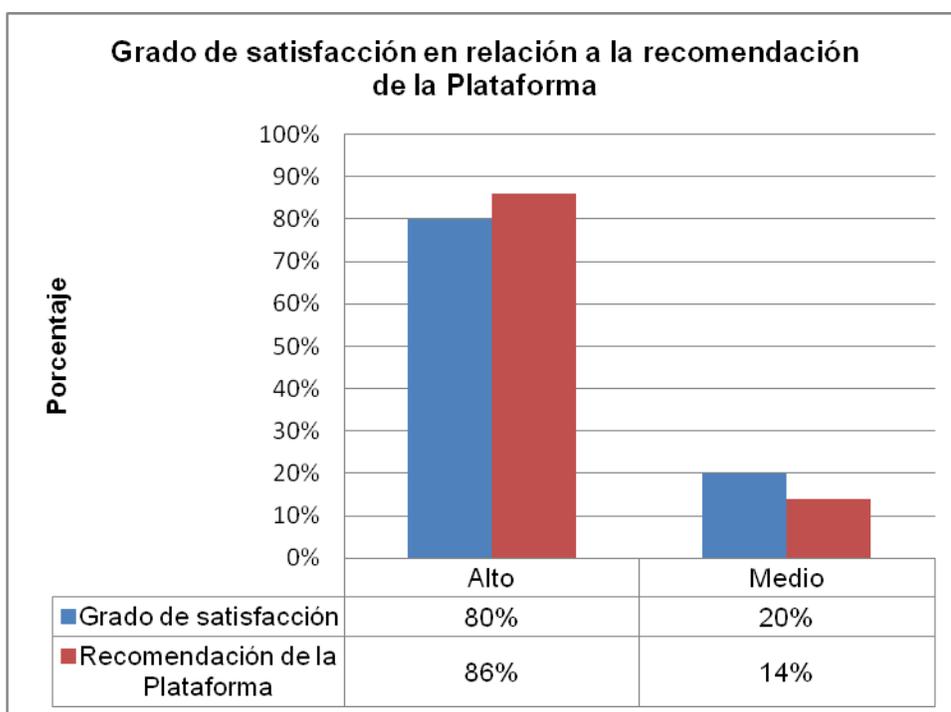
En la medida que tanto el nivel de conocimiento como el grado de satisfacción de los proveedores se mantiene en el rango medio-alto, el 100% de los encuestados afirma que seguirá utilizando la Plataforma de Mercado Público.-



6.6.- Relación entre el Grado de Satisfacción y la recomendación de la Plataforma de Mercado Público.-

De los beneficios generados para la satisfacción de los usuarios, es muy importante la difusión o recomendación, un cliente satisfecho recomienda la experiencia entre sus pares.-

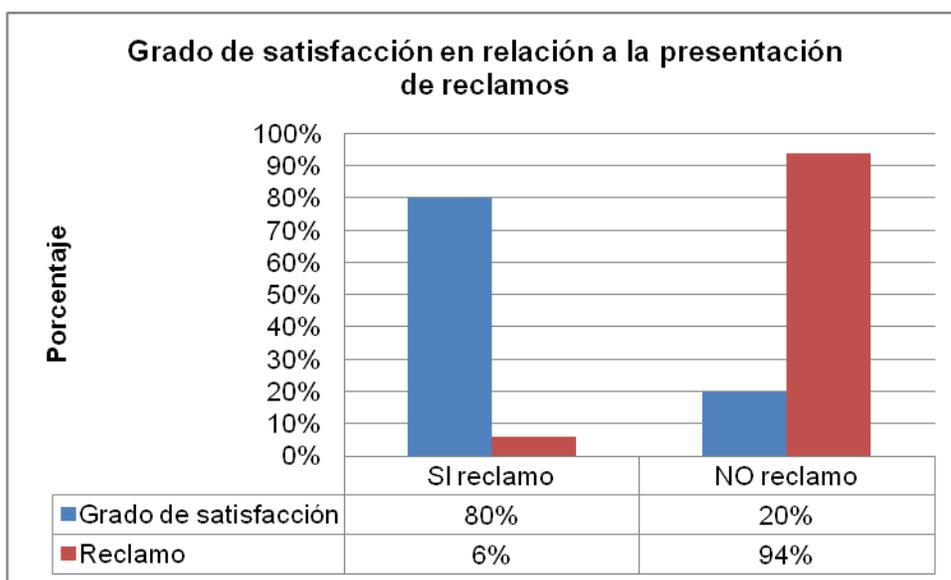
En este caso la recomendación de la Plataforma de Mercado Público en los niveles de satisfacción medio-alto alcanza el 100%. (Para el nivel de alta satisfacción alcanza un 86% de recomendación de la Plataforma y en el caso del nivel medio de satisfacción la cifra corresponde al 14%)



6.7.- Relación entre el Grado de Satisfacción y la presentación de reclamos.-

Para la muestra encuestada solo el 6% (que equivale a 3 empresas) presentaron reclamos.

Entre los niveles medios-altos de satisfacción de los proveedores el porcentaje de reclamos es bajo.-



BIBLIOGRAFÍA.

Literatura consultada:

- BARQUERO, J (2002) “Marketing de clientes. ¿Quién se ha llevado mi cliente?”. Barcelona: McGraw-Hill, Internamericana editores S.A.
- CORFO, OIT y SERCOTEC (2010) “La situación de la micro y pequeña empresa en Chile”, Chile.
- HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. (2006) “Metodología de la Investigación”. México: McGraw-Hill, Interamericana editores S.A
- MIRA, J. (1999) “Conceptos y modelos de calidad. Hacia una definición de calidad asistencial”. España: Universidad Miguel Hernández
- LARROULET, C y RAMÍREZ, M. (2007) “Emprendimiento, factor clave para la nueva etapa de Chile”. Centro de Estudios Públicos, Chile.
- LOBOS, J. (1995) “Calidad a través de las personas”. Chile: Dolmen Ediciones
- WAISSBLUTH, M. (2006) “Reforma del Estado en Chile. De la confrontación al consenso”. Chile: Universidad de Chile.

Normativa consultada:

- Ley N° 19.886 De Bases Sobre Contratos de Administración de Suministros y Prestación de Servicios del Gobierno de Chile.
- Decreto Ley N° 250 que aprueba Reglamento de la Ley N° 19.886 De Bases Sobre Contratos de Administración de Suministros y Prestación de Servicios

Sitios web consultados:

- www.angelfire.com Revisado el día 20 de febrero de 2012.
- www.chilecompra.cl Revisado el día 19 de octubre de 2011.
- www.dipres.cl Revisado el día 03 de octubre de 2011.
- www.mercadopublico.cl Revisado el día 30 de enero de 2012.
- www.promonegocios.net Revisado el día 23 de enero de 2012.
- www.rae.es Revisado el día 20 de febrero de 2012.
- www.sii.cl Revisado el día 22 de febrero de 2012.

Anexo 1: N6mina de encuestados.

	APELLIDOS	NOMBRE	RUT
1	Arata Rojas	Carla	78.865.110-4
2	Astudillo P6rez	M6nica	78.636.360-8
3	Benito Salas	Arturo	4.129.330-6
4	Berroeta Estay	Jorge	8.082.125-5
5	D6az Le6n	Marco	10.033.991-9
6	Estay Mart6nez	Julio	79.955.530-1
7	Figueroa Tapia	Pedro	6.292.829-8
8	G6mez Gonz6lez	Juan	11.261.474-5
9	Lampert Grassi	Julio	13.226.957-2
10	Navarro Vera	Gonzalo	77.222.230-0
11	Ossandon L6pez	Miguel	78.448.420-7
12	Peña Navarro	Claudio	77.823.930-2
13	Alvarado Godoy	Carlos	76.643.150-4
14	Andrade Villal6n	Dario	76.096.353-4
15	Arias Fores	Julio	6.910.245-k
16	Arriagada Hills	Marcela	11.832.862-0
17	Bustamante Rodr6guez	Diane	4.080.511-7
18	Carmona Guti6rrez	H6ctor	80.078.400-k
19	Covarrubias Toro	Ivonne	8.892.959-4
20	Cuevas Cuevas	Claudio	77.915.120-4
21	D6az Meneses	Mar6a	16.169.216-6
22	D6az Salvados	Mar6a	76.807.250-7
23	Fern6ndez Brito	Elisa	96.616.860-9
24	Ferretto L6pez	Ver6nica	6.983.403-5
25	Galeas Mujica	In6s	7.592.083-0
26	Giovanetti Fuenzalida	Gilda	7.328.583-5
27	Gonz6lez Cabello	Jaime	77.792.660-8
28	Gonz6lez Z6ñiga	Alfredo	5.406.956-1
29	Hidalgo Polanco	Lilian	10.966.760-9
30	Jeria Quintanilla	Pedro	5.646.577-4
31	Lagos Campo	Rodrigo	13.231.201-k
32	Lagos Carrasco	Ra6l	13.022.061-4
33	Lillo Vega	Juan	76.082.468-2
34	L6pez Peralta	Nelly	6.667.721-4
35	Magnatera Carrizo	Luis	77.776.220-6
36	Meza Carmona	Fabiola	10.080.926-5
37	Olivares Iriarte	Eduardo	2.767.554-9
38	Ovalle Salas	Cecilia	8.588.432-8
39	Oyarzun Uribe	Marisol	10.596.321-1
40	Porilio Caqueo	Fresia	5.850.983-3
41	Riveros Hinojosa	Juan	9.884.169-5
42	Rojas Velozo	Mauricio	8.964.615-4
43	Sandoval Obreque	Jorge	4.161.741-1
44	Sandoval Ruiz	Carlos	12.678.515-1
45	Vald6s Muñoz	Luis	8.101.629-1
46	Valdivia Arriagada	Berneke	7.975.430-7
47	Venegas Soto	Luis	76.067.372-2
48	Yerratos G6mez	Denis	77.281.830-0
49	Zamora Fern6ndez	Andrea	11.620.458-4
50	Zamora Guariquiante	Ingrid	78.844.390-4

Anexo 2: Cuestionario.



Universidad de Valparaíso

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Administración Pública

ENCUESTA PLATAFORMA DE MERCADO PÚBLICO

No hay respuestas correctas o incorrectas, éstas reflejan su opinión personal. Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Por su colaboración muchas gracias.-

- 1) ¿Cómo conoció la Plataforma de Mercado Público?
 - a. Portal de www.mercadopublico.cl.
 - b. Capacitaciones relacionadas.
 - c. Amigos, colegas de rubro.
 - d. Mecanismo no sistemáticos.

- 2) Al momento de hacer ingreso a la página de Mercado Público, a través de que buscador lo hace:
 - a. Google Chrome.
 - b. Internet Explorer.
 - c. Mozilla.
 - d. Opera.

- 3) ¿Conoce la Ley de Compras (Ley N°19.886 De Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios?)
 - a. SI.
 - b. NO.

- 4) ¿Conoce el Reglamento de Compras Públicas (Decreto N° 250, que aprueba reglamento de la ley N°19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios)

- a. SI.
- b. NO.

5) ¿Conoce las herramientas de la Plataforma de Mercado Público?

- a. SI.
- b. NO.

5.2) Seleccione la (s) herramienta (s) de la cual ha hecho uso:

- a. Buscador de licitaciones.
- b. Gestión de órdenes de compra.
- c. Notificaciones de mercado público.
- d. Servicio de Administración.
- e. Cotizador.

6) En relación con el proceso de ofertas. Con qué calificativo describiría el buscador de licitaciones, en sus versiones simple y avanzada:

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

7) Previo a la realización de la oferta. ¿Ha hecho análisis del organismo licitante en ANALIZA ?

- a. SI.
- b. NO.

8) ¿Conoce las características y tiempos de publicación de cada tipo de licitación?

- a. SI.
- b. NO.

9) Referido al contenido de las bases de una licitación. Los archivos adjuntos que sube el organismo licitante, califíquelos de acuerdo a su formato, legibilidad, compatibilidad del programa:

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

10) El Foro, como medio oficial para resolver dudas del proceso de licitación. Califíquelo de acuerdo a su calidad de respuestas y utilidad.-

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.

- c. Regular.
- d. Malo.

11) Respecto a la Garantía de Seriedad de la Oferta y a la Garantía de Fiel Cumplimiento. ¿Sabe en qué casos procede y las características de cada una de ellas?

- a. SI.
- b. NO.

12) Respecto a los plazos reales de pago que tiene los organismos licitantes. Evalúelos desde la perspectiva su empresa

- a. Muy buenos.
- b. Buenos.
- c. Regulares.
- d. Malos.

13) Una vez seleccionada la licitación en la que desea ofertar. Con que calificativo describiría el procedimiento de ingreso de oferta:

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

14) Continuando con el procedimiento de ingreso de su oferta. Al momento de realizar su oferta económica. ¿Con qué calificativo definiría la esquematización, diseño y párrafos aclarativos que ahí aparecen?

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

15) Relativo al ingreso de su oferta. En la etapa de “ingreso de la documentación anexa”, los conceptos de “anexos administrativos”, “anexos técnicos” y “anexos económicos” y la especificación que aparece de ellos le parece:

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

16) ¿Ha presentado algún reclamo?

- a. SI.
- b. NO.

17) Evalúe la gestión del reclamo:

- a. Muy bueno.
- b. Bueno.
- c. Regular.
- d. Malo.

18) En la actualidad, sus conocimientos en la Plataforma de Mercado Público, los calificaría como:

- a. Muy buenos.
- b. Buenos.
- c. Regulares.
- d. Malos.

19) ¿Ha recomendado la Plataforma de Mercado Público?

- a. SI.
- b. NO.

20) ¿Seguirá utilizando la Plataforma de Mercado Público?

- a. SI.
- b. NO.

Anexo 3: Tabla de vaciado de datos preguntas conocimiento.

PREGUNTA	1				2				3		4		5A		5B					6		7		8		9							
ENCUESTADO	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	A	B	A	B	A	B	C	D	E	SI	NO	SI	NO	SI	NO	A	B	C	D				
1	X				X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X				X					
2		X					X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X			X						
3			X				X			X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X		X				
4	X					X			X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
5		X					X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X					
6				X		X			X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
7	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
8			X				X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
9				X			X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
10	X						X			X		X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
11			X			X			X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
12		X					X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
13	X						X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
14			X				X			X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X		X				
15			X				X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
16	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
17				X		X				X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
18		X			X				X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
19	X				X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
20			X				X			X		X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
21				X			X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
22	X						X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
23			X		X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
24				X		X			X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
25	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
26			X				X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X		X				
27				X			X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
28	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
29				X		X				X		X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
30	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
31	X						X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
32			X				X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X					
33		X			X				X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
34	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
35				X			X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X					
36	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
37				X			X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
38	X				X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
39	X				X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
40	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X		X			
41			X			X			X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
42	X						X			X		X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
43	X				X				X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
44			X				X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X			
45			X				X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
46	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
47			X				X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X					
48	X						X		X			X			X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
49	X						X		X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
50	X				X				X			X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X		X				
SUB TOTAL	23	5	13	9	9	8	33	0	43	7	23	27	50	0						2	48	38	12	34	16	35	15	0	0				
TOTAL	50				50				50		50		50					50		50		50											

Anexo 4: Tabla de vaciado de datos preguntas satisfacción.

PREGUNTA	1				2				3				4				5				6				7				8		9				10				11				
ENCUESTADO	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	MB	B	R	M	SI	NO	MB	B	R	M	SI	NO	SI	NO	
1	X				X					X					X	X						X													X	X							
2	X				X					X				X	X						X													X	X								
3			X			X				X				X							X													X	X								
4	X				X					X				X	X						X													X	X								
5	X				X					X				X	X						X													X	X								
6	X				X				X					X	X						X												X	X									
7	X				X				X					X	X						X								X				X	X									
8	X				X		X			X				X	X						X												X	X									
9	X				X				X					X	X						X												X	X									
10	X				X				X					X	X						X												X	X									
11	X				X				X					X	X						X												X	X									
12		X			X				X					X	X						X												X	X									
13	X				X				X					X	X						X												X	X									
14	X				X				X					X	X						X												X	X									
15	X				X				X					X	X						X												X	X									
16		X			X				X					X	X						X												X	X									
17	X				X		X			X				X	X						X												X	X									
18	X				X				X					X	X						X												X	X									
19		X			X				X					X	X						X												X	X									
20	X				X				X					X	X						X												X	X									
21	X				X				X					X	X						X												X	X									
22	X				X				X					X	X						X												X	X									
23			X		X				X					X	X						X												X	X									
24	X				X				X					X	X						X												X	X									
25	X				X				X					X	X						X												X	X									
26	X				X				X					X	X						X												X	X									
27		X			X				X					X	X						X												X	X									
28	X				X				X					X	X						X												X	X									
29	X				X				X					X	X						X												X	X									
30	X				X				X					X	X						X												X	X									
31	X				X				X					X	X						X												X	X									
32	X				X				X					X	X						X												X	X									
33	X				X				X					X	X						X												X	X									
34	X				X				X					X	X						X												X	X									
35	X				X				X					X	X						X												X	X									
36	X				X				X					X	X						X												X	X									
37		X			X				X					X	X						X												X	X									
38	X				X				X					X	X						X												X	X									
39	X				X				X					X	X						X												X	X									
40	X				X				X					X	X						X												X	X									
41	X				X				X					X	X						X												X	X									
42		X			X				X					X	X						X												X	X									
43	X				X				X					X	X						X												X	X									
44	X				X		X		X					X	X						X												X	X									
45	X				X				X					X	X						X												X	X									
46	X				X				X					X	X						X												X	X									
47	X				X				X					X	X						X												X	X									
48		X			X				X					X	X						X												X	X									
49	X				X				X					X	X						X												X	X									
50	X				X				X					X	X						X												X	X									
SUB TOTAL	41	7	2	0	28	13	9	0	15	29	6	0	9	12	18	11	29	15	6	0	25	17	8	0	27	14	9	0	3	47									1	2	43	7	50
TOTAL	50				50				50				50				50				50				50		3				50		50										

Anexo 5: Tabla de puntuación por pregunta.

Preguntas Área conocimiento	A	B	C	D
¿Cómo conoció la Plataforma de Mercado Público?	3	4	2	1
Al momento de hacer ingreso a la página de mercado público, a través de que buscador lo hace:	1	4	1	1
¿Conoce la Ley de Compras Ley N°19.886? (De Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios)	4	1	----	----
¿Conoce el Reglamento de Compras Públicas? (Decreto N° 250, que aprueba reglamento de la Ley N°19.886 de Bases Sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios)	4	1	----	----
¿Conoce las aplicaciones de la Plataforma de Mercado Público?	4	1	----	----
Seleccione la (s) herramienta (s) de la cual ha hecho uso:	5	4-3	2	1
	4	3	2	1
Previo a la realización de la oferta. ¿Ha hecho análisis del organismo licitante en ANALIZA?	4	1	----	----
¿Conoce las características y tiempos de publicación de cada tipo de licitación?	4	1	----	----
Respecto a la Garantía de Seriedad de la Oferta y la Garantía de Fiel Cumplimiento. ¿Sabe en qué casos procede y las características de cada una de ellas?	4	1	----	----
Puntaje máximo: 40 pts				
Preguntas área de satisfacción				
En relación con el proceso	4	3	2	1

de ofertas. Con qué calificativo describiría el buscador de licitaciones, en sus versiones simple y avanzada				
Referido al contenido de las bases de una licitación. Los archivos adjuntos que sube el organismo licitante, califíquelos de acuerdo a su formato, legibilidad, compatibilidad del programa	4	3	2	1
El Foro, como medio oficial para resolver dudas del proceso de licitación. Califíquelo de acuerdo a su calidad de respuestas y utilidad	4	3	2	1
Respecto a los plazos reales de pago que tiene los organismos licitantes. Evalúelos desde la perspectiva su empresa	4	3	2	1
Una vez seleccionada la licitación en la que desea ofertar. Con que calificativo describiría el procedimiento de ingreso de oferta	4	3	2	1
Continuando con el procedimiento de ingreso de su oferta. Al momento de realizar su oferta económica. ¿Con qué calificativo definiría la esquematización, diseño y párrafos aclarativos que ahí aparecen?	4	3	2	1
Relativo al ingreso de su oferta. En la etapa de "ingreso de la documentación anexa", los conceptos de "anexos administrativos", "anexos técnicos" y "anexos económicos" y la especificación que aparece de ellos le parece	4	3	2	1
¿Ha presentado algún reclamo?	1	4	----	----
Evalúe la gestión del reclamo	4	3	2	1

¿Ha recomendado Usted la Plataforma de Mercado Público?	4	1	----	----
¿Seguirá utilizando la Plataforma de Mercado Público?	4	1	----	----
Puntaje máximo: 44 pts.				

Anexo 6: Tabla de vaciado de datos con puntaje asignado para nivel de conocimiento.

	1	2	3	4	5a	5b	6	7	8	9	40	AMB
1	3	1	4	1	4	4	1	4	4	3	29	A
2	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	34	A
3	2	1	1	1	4	4	1	1	4	4	23	M
4	3	1	4	1	4	4	1	4	1	3	26	M
5	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	34	A
6	1	4	4	4	4	4	1	4	4	3	33	A
7	3	1	4	1	4	4	1	4	1	3	26	M
8	2	1	4	4	4	4	1	4	1	4	29	A
9	1	1	4	1	4	4	1	4	4	4	28	A
10	3	1	1	4	4	4	1	1	1	3	23	M
11	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	35	A
12	4	1	4	1	4	4	1	4	4	4	31	A
13	3	1	4	4	4	4	1	4	4	3	32	A
14	2	1	1	1	4	4	1	1	4	4	23	M
15	2	1	4	1	4	4	1	4	1	4	26	M
16	3	1	4	4	4	4	1	4	4	3	32	A
17	1	4	1	1	4	4	1	4	4	4	28	A
18	4	1	4	4	4	4	1	1	1	4	28	A
19	3	1	4	1	4	4	1	4	4	4	30	A
20	2	1	1	4	4	4	1	4	1	3	25	M
21	1	1	4	1	4	4	1	4	4	4	28	A
22	3	1	4	4	4	4	1	1	4	4	30	A
23	2	1	4	1	4	4	1	4	4	4	29	A
24	1	4	4	4	4	4	1	4	1	3	30	A
25	3	1	4	1	4	4	1	4	4	4	30	A
26	2	1	4	4	4	4	1	1	4	4	29	A
27	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	25	M
28	3	1	4	1	4	4	1	4	4	3	29	A
29	1	4	1	4	4	4	1	1	1	4	25	M
30	3	1	4	1	4	4	1	4	4	4	30	A
31	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	33	A
32	2	1	4	1	4	4	1	1	1	4	23	M
33	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	34	A
34	3	1	4	1	4	4	1	4	1	3	26	M
35	1	1	4	4	4	4	1	1	4	4	28	A
36	3	1	4	1	4	4	1	4	4	4	30	A
37	1	1	4	4	4	4	1	4	1	4	28	A
38	3	1	4	1	4	4	1	1	4	3	26	M
39	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	33	A
40	3	1	4	1	4	4	1	1	1	4	24	M
41	2	4	4	4	4	4	1	4	4	3	34	A
42	3	1	1	1	4	4	1	4	1	4	24	M
43	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	33	A
44	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4	32	A
45	2	1	4	4	4	4	1	4	4	4	32	A
46	3	1	4	1	4	4	1	4	1	3	26	M
47	2	1	4	1	4	4	1	1	4	4	26	M
48	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	33	A
49	3	1	4	4	4	4	1	4	4	3	32	A
50	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	36	A

Anexo 7: Tabla de vaciado de datos con puntaje asignado para grado de satisfacción.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	44	AMB
1	4	4	3	1	3	2	3	4		1	4	29	M
2	4	4	3	3	4	3	4	4		4	4	37	A
3	2	2	3	4	3	4	3	4		4	4	33	A
4	4	4	3	1	4	4	4	4		4	4	36	A
5	4	3	3	3	4	4	4	4		4	4	37	A
6	4	4	4	2	3	2	3	4		4	4	34	A
7	4	4	4	1	3	4	4	1	2	4	4	35	A
8	4	2	3	2	4	3	4	4		4	4	34	A
9	4	4	3	2	4	4	4	4		4	4	37	A
10	4	4	4	1	3	4	4	4		4	4	36	A
11	4	2	2	2	4	3	3	4		1	4	29	M
12	3	4	4	2	4	4	4	4		4	4	37	A
13	4	4	3	4	3	4	4	4		4	4	38	A
14	4	3	3	2	2	2	2	4		4	4	30	M
15	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	40	A
16	3	4	3	3	4	3	3	4		4	4	35	A
17	4	2	2	2	2	3	2	4		4	4	29	M
18	4	4	4	1	4	4	4	4		4	4	37	A
19	3	3	3	2	3	3	2	4		4	4	31	M
20	4	4	4	3	4	4	4	4		4	4	39	A
21	4	4	3	1	2	3	3	4		1	4	29	M
22	4	3	2	4	4	4	4	4		4	4	37	A
23	2	2	3	2	3	3	2	4		4	4	29	M
24	4	4	3	3	3	2	3	4		4	4	34	A
25	4	4	4	2	4	4	4	4		4	4	38	A
26	4	3	3	1	4	4	3	4		4	4	34	A
27	3	3	3	2	3	2	2	4		4	4	30	M
28	4	4	4	3	4	4	4	4		4	4	39	A
29	4	3	3	2	3	3	2	4		4	4	32	A
30	4	4	3	1	4	4	4	4		1	4	33	A
31	4	3	3	3	4	4	4	4		4	4	37	A
32	4	3	4	2	2	3	3	4		4	4	33	A
33	4	2	3	1	4	4	4	1	1	4	4	32	A
34	4	4	2	3	4	4	4	4		4	4	37	A
35	4	3	3	1	2	3	3	4		4	4	31	M
36	4	4	4	4	4	2	4	4		4	4	38	A
37	3	3	3	3	3	3	2	4		4	4	32	A
38	4	3	3	1	4	3	3	1	1	4	4	31	A
39	4	4	2	3	4	4	3	4		4	4	36	A
40	4	2	3	4	4	4	4	4		4	4	37	A
41	4	4	3	2	3	2	3	4		4	4	33	A
42	3	3	4	4	4	3	2	4		4	4	35	A
43	4	4	3	2	4	4	4	4		1	4	34	A
44	4	2	4	2	3	3	4	4		4	4	34	A
45	4	4	3	4	3	4	4	4		4	4	38	A
46	4	4	4	2	4	3	3	4		1	4	33	A
47	4	4	3	3	4	4	4	4		4	4	38	A
48	3	2	2	4	4	3	4	4		4	4	34	A
49	4	4	3	2	4	4	4	4		4	4	37	A
50	4	4	4	3	2	2	2	4		1	4	30	M