

Universidad
de Valparaíso
CHILE

UNIVERSIDAD DE VALPARAISO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACION PUBLICA

“ El Sistema de Compras Públicas y su Efecto en la Proyección y Objetivos para las Empresas de Menor Tamaño : El Caso de la Empresa Botánica Paisajismo Ltda. ”

TESIS PARA OPTAR AL TITULO DE ADMINISTRADOR PUBLICO
Y AL GRADO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION
PUBLICA

Cecilia Magdalena Moreno Arredondo

PROFESOR GUIA: CAROLINA BRAVO MANTEROLA

VALPARAISO, DICIEMBRE DE 2012



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

**“EL SISTEMA DE COMPRAS PÚBLICAS Y SU EFECTO EN LA
PROYECCIÓN Y OBJETIVOS PARA LAS EMPRESAS DE MENOR
TAMAÑO: EL CASO DE LA EMPRESA BOTÁNICA PAISAJISMO
LTDA.”**

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

R. 12206

Alumno

CECILIA MAGDALENA MORENO ARREDONDO

Profesor Guía

CAROLINA BRAVO MANTEROLA

Valparaíso, Diciembre 2012

*“De ahora en adelante procura construir una vida nueva,
dirigida hacia lo alto y camina hacia adelante,
sin mirar hacia atrás. Haz como el sol que nace
cada día, sin acordarse de la noche que pasó”*

Anónimo

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I	7
MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.....	7
1.1 Antecedentes generales.....	7
1.1.1 Clasificación de las empresas.....	7
1.2 El Estado y las EMT	11
1.2.1 Red de Fomento Productivo.....	12
Capítulo II	15
ChileCompra, su relación con las EMT	15
2.1 Antecedentes generales.....	15
2.1.1 Plataformas electrónicas.....	15
2.1.2 Adjudicación de contratos.....	18
2.2 Contratando con el Estado.....	19
2.2.1 Proveedores del Estado.....	19
2.2.2 Inscripción de los Proveedores.....	21
2.2.3 Buscar licitaciones	22
2.2.4 Ofertar	22
2.2.5 Adjudicar	25
2.3 Mercado Público y las EMT	26
CAPITULO III	28
BOTANIK PAISAJISMO LTDA.....	28
3.1 Antecedentes Generales.....	28
3.1.1 Organización	28
3.1.2 Misión.....	28
3.1.3 Organización y dotación de personal.....	29
3.1.4 Organigrama	31
3.2 Servicios que prestan.....	32
3.3 Proyectos históricos y actuales.....	32
CAPITULO IV.....	34
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
4.1 Planteamiento del problema	34
4.2 Objetivo general.....	34
4.3 Objetivos específicos	34
4.4 Hipótesis.....	34
4.5 Instrumentos de recopilación de información	35
4.5.1 Instrumento de recopilación utilizado.....	35
CAPÍTULO V.....	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	37
5.1 Antecedentes del Capítulo	37
5.2 Conocimiento e información del Sistema de Compras Públicas y sus plataformas.....	37
5.3 Percepción de beneficios	39
5.4 Utilización de Recursos	39
5.5 Relevancia en las Empresas de Menor Tamaño (EMT)	40
CAPÍTULO VI.....	42

PROPUESTA TÉCNICA	42
6.1 Propuestas.....	42
Conclusiones.....	46
Bibliografía.....	48
Libros.....	48
Documentos y publicaciones.....	48
Páginas Web.....	48

INTRODUCCIÓN

Hoy resulta recurrente recibir información sobre emprendimiento, se ha llamado incluso el año de la PYME, lo que viene a confirmar que en Chile, al igual que en varios países de Latinoamérica, la mediana y pequeña empresa representa un objetivo prioritario de la política de fomento productivo y desarrollo empresarial, desde su importancia en la generación y absorción del empleo y desde su estabilidad e ingresos, en comparación con otro tipo de actividad, como el autoempleo, por ejemplo.

De acuerdo a lo anterior, desde comienzos de los años noventa, se ha procurado perfeccionar y complementar una institucionalidad pública orientada a la aplicación de instrumentos que potencien el desarrollo productivo y competitivo de las PYMEs, lo que ha justificado la inversión de recursos públicos de fomento productivo que faciliten el proceso de creación de nuevas empresas los que se traducen en inversión para la sociedad. Estos programas tienen por objeto mejorar la competitividad de las empresas, su productividad, capacidad emprendedora y de innovación con el fin de contribuir al bienestar de la población a través de por ejemplo, mayores oportunidades y diversidad de empleos.

El año 2006, desde el Ministerio de Economía se formuló la necesidad de aportar al emprendimiento de este tipo de empresa, a través de Políticas Económicas para el Desarrollo de las Empresas de Menor Tamaño. Esta política para el desarrollo buscaba generar más riqueza, que se tradujera en más empleos y de mejor calidad, que facilitara llegar al 2010 con un país moderno, integrado, desarrollado y solidario. La innovación para la competitividad, la defensa de la libre competencia y protección al consumidor, el apoyo al emprendimiento y a la empresa de menor tamaño constituyeron entonces, los ejes que se planteaba el Ministerio de economía en materia de desarrollo.

Actualmente, las políticas anteriores han convergido en el programa ministerial, Arriba MIPYME, iniciativa que intenta reunir toda la oferta pública y privada que permita apoyar el desarrollo de las buenas ideas de negocios de las EMT en el país.

En este contexto, es que se origina la motivación para desarrollar el presente trabajo, con el objetivo de conocer de qué manera una empresa clasificada por el estado como pequeña o mediana, tiene acceso a participar de las políticas del Ministerio de Economía

en la materia, específicamente para el estudio, la Empresa Botánica Paisajismo Ltda., que se encuentra clasificada en la categoría de PYME. Así entonces, el presente estudio se refiere entonces a la relación entre Empresa Botánica Paisajismo Ltda., como empresa de menor tamaño (EMT) y el Sistema de Compras Públicas, en la plataforma electrónica mercadopublico.cl.

En atención a lo anterior, el objetivo general consiste en:

“Analizar la relación entre la empresa Botánica Paisajismo Ltda., y mercadopublico.cl como beneficio a la EMT.

Y como objetivos específicos:

1. Definir el Sistema de Compras Públicas.
2. Definir EMT y su relevancia en la economía nacional.
3. Describir las características y servicios ofrecidos por la empresa Botánica Paisajismo Ltda.
4. Determinar el grado de conocimiento por parte de Botánica Paisajismo Ltda., respecto del Sistema de Compras Públicas.
5. Determinar beneficios de la contratación con el Estado para Botánica Paisajismo Ltda., desde su rol como EMT.
6. Relacionar el sistema de compras públicas con la empresa Botánica paisajismo, desde la perspectiva de los objetivos de promoción y apoyo a la mediana empresa.
7. Determinar beneficios de la contratación con el Estado para Botánica Paisajismo Ltda., desde su rol como EMT.

Así entonces, el primer capítulo de este estudio aborda los aspectos que se relacionan con las empresas en Chile, clasificación por tamaño para posteriormente describir su importancia y rol en el escenario nacional; en el segundo capítulo se describe el Sistema de Compras Públicas ChileCompra, sus plataformas, y los procesos que se llevan a cabo en la contratación con el Estado.

En el tercer capítulo se describe a la empresa caso y objeto de este estudio, Botánica Paisajismo Ltda.

Para dar cumplimiento a lo descrito, la metodología de tipo cualitativo, aplicando como técnica el estudio de caso, complementando con la revisión de documentación y bibliografía relacionada con los temas abordados en este estudio. Esta información, se interpretó y analizó, para dar respuesta a las interrogantes inicialmente planteadas y generar una propuesta que atienda las deficiencias identificadas en el proceso de análisis.

Los alcances que este trabajo versan sobre la relación entre lo privado y público, y lo complementarios que pudiesen ser uno del otro. En este caso a través de políticas de fomento productivo, ChileCompra y Botánica, como empresa de menor tamaño.

CAPÍTULO I

MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

1.1 Antecedentes generales

Se define empresa como “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones, y realizaciones, comunes para dar satisfacción a su clientela.”¹, “entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de un objetivo determinado”², “unidad económica de producción, transformación, prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad en la sociedad”.³ Empresa en síntesis es “(...) una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficios”.⁴

1.1.1 Clasificación de las empresas

Las empresas pueden ser clasificadas según su tamaño y/o actividad económica. Según su tamaño por gran empresas, mediana, pequeña o micro empresa y según actividad económica en agropecuario-silvícola, pesca, minería, industria manufacturera y empresas de Servicios, electricidad, gas y agua, energía, construcción, comercio, transporte y comunicaciones, servicios financieros, entidades fiscales⁵. Para efectos del presente estudio se centrará la descripción en la primera categoría, tamaño. En Chile para tipificar una empresa según tamaño convergen dos visiones; según ventas anuales de bienes y servicios, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y el

¹ ROMERO, Ricardo “*Marketing*”, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9.

² García y Casanueva Rocha del Junco, Julio y Cristóbal “*Prácticas de la Gestión Empresarial*”, Pág. 3.

³ www.rae.es, 28/09/2012.

⁴ www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html, 30/09/2012.

⁵ <http://www.sii.cl/contribuyentes/contribuyentes.htm>, SII, 2271272012

Servicios de Impuestos Internos (SII), SOFOFA o según cantidad de trabajadores, visión de la Encuesta Casen del Ministerio de Desarrollo Social.

Se observa en el siguiente recuadro:

EMPRESAS	M. Economía/ SII/SOFOFA	M. Desarrollo Social
	Ventas anuales netas (UF)	Empleo promedio (N° trabajadores)
Grandes	Superior 100.001	Superior a 200
Medianas	25.001 a 100.000	50 a 199
Pequeñas	2.401 a 25.000	10 a 49
Microempresas	0.1 a 2.400	1 a 9

Fuente: elaboración propia recopilación de información.

Ahora bien, la distribución de las empresas en cuanto a la cantidad de cada una ellas y su presencia nacional, según datos publicados en el sitio web del Ministerio de Economía, se configura que el 99% de las empresas corresponde a Empresas de Menor Tamaño (ETM), siendo 77% microempresa, 19% pequeña empresa y el 3% mediana empresa. Mientas que el 1% restante corresponde a Gran Empresa.

ETM			Gran Empresa
77% Microempresa	19% Pequeña empresa	3% Mediana empresa	100% Grandes empresas
99%			1%

Desde el punto de vista del número de trabajadores el panorama cambia un poco, según datos publicados por Instituto Nacional de Estadísticas en materia de empleo, las ETM generan el 60% de los puestos de empleo asalariado mientras que las grandes empresas el 40%.

Distribuido de la siguiente forma:

EMT	Gran Empresa
33% Micro empresa 36% Pequeña Empresa 31% Mediana Empresa	100% gran empresa
60%	40%
100%	

Fuente: elaboración propia recopilación de información.

El año 2011 el SII publica las siguientes estadísticas que detallan aun más la información expuesta:

Año 2011			
Número de Empresas (miles)	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados (miles)	Remuneraciones de Trabajadores Dependientes (UF)
136.353	0,0	508.524	144.212.165,3
252.266	19.514.016,2	99.916	27.118.759,5
172.055	63.452.276,3	86.268	10.855.785,0
202.989	254.422.325,9	350.730	31.740.801,2
75.840	263.347.313,2	383.864	35.885.649,1
48.218	338.627.288,6	489.918	41.021.046,8
36.886	572.740.513,7	781.135	73.926.413,7
14.946	523.109.990,6	692.920	77.020.439,1
8.993	632.506.687,3	706.166	83.631.628,4
5.214	724.852.283,1	694.362	88.162.037,0
4.087	1.368.460.501,8	1.028.508	142.424.731,7
1.002	770.724.252,4	455.799	76.816.084,8
1.803	12.762.430.910,9	1.903.860	538.579.943,7
960.652	18.294.188.360,5	8.181.970	1.371.395.485,9

Fuente: SII Estadísticas de empresas por tramos de venta y actividad económica

“La división Empresas de Menor Tamaño (EMT) tiene por objetivo central promover acciones orientadas a mejorar la competitividad de las empresas de menor tamaño, entendidas como microempresas, pequeñas y medianas empresas, a través de iniciativas que afectan tanto la gestión interna de la empresa como el entorno de negocios en que éstas se desenvuelven.”⁶

⁶ <http://www.economia.gob.cl/areas-de-trabajo/subs-economia/emprendimiento-y-pymes/pymes/>, 23-12- 2012.

1.2 El Estado y las EMT

En Chile, al igual que en varios países de Latinoamérica, la mediana y pequeña empresa representa *un objetivo prioritario de la política de fomento productivo y desarrollo empresarial*, desde su importancia en la generación y absorción del empleo y desde su estabilidad e ingresos, en comparación con otro tipo de actividad, como el autoempleo, por ejemplo.

A razón de lo anterior, desde comienzos de los años noventa y dentro de un marco de continuidad, se ha procurado perfeccionar y complementar una institucionalidad pública enfocada en aplicar instrumentos que potencien el desarrollo productivo y competitivo de las PYMEs.

Las políticas de fomento se describen como aquellos *recursos públicos de fomento productivo que se destinan para facilitar el proceso de creación de nuevas empresas y para que las empresas y que estando bien diseñados y planteados se traducen en inversión para la sociedad. Estos programas tienen por objeto mejorar la competitividad de las empresas, su productividad, capacidad emprendedora y de innovación con el fin de contribuir al bienestar de la población*⁷.

El año 2006, en el Gobierno de la Michelle Bachelet, desde el Ministerio de Economía se planteó la necesidad de aportar al emprendimiento de este tipo de empresa, a través de Políticas Económicas para el Desarrollo de las Empresas de Menor Tamaño. Esta política para el desarrollo buscaba generar más riqueza, que se tradujera en más empleos y de mejor calidad, ser inclusiva y de diálogo, que permita dar ese verdadero salto al desarrollo para llegar al 2010 con un país moderno, integrado, desarrollado y solidario. La innovación para la competitividad, la defensa de la libre competencia y protección al consumidor, el apoyo al emprendimiento y a la empresa de menor tamaño son los ejes que se planteaba el Ministerio de economía en materia de desarrollo⁸.

Ahora en el Gobierno de Sebastián Piñera las políticas enfocadas al desarrollo de las EMT han convergido Arriba MIPYME. Esta iniciativa de gobierno intenta reunir toda la oferta pública y privada que permita apoyar el desarrollo de las buenas ideas de negocios de las EMT en el país. *“ArribaMipyme es una iniciativa de difusión y atención integrada,*

⁷ OIT y SERCOTEC, *La situación de la micro y pequeña empresa en Chile – 2010*. Santiago, Oficina Internacional del Trabajo, 2010. Pág. 39.

⁸ Ingrid Antenijevic Ministra de Economía, *Políticas para el emprendiendo*, Encuentro Anual de Micro y Pequeña Empresa 2006, 2006

que reúne en un solo lugar las líneas de apoyo público a las que pueden acceder las micro, pequeñas y medianas empresas afectadas por el terremoto, para recuperar su actividad y aprovechar la reconstrucción como oportunidad de mejora⁹”.

Es identificable en este programa intereses para con las EMT de financiamiento, incentivos de contratación y mantenimiento de trabajadores, apoyo al emprendimiento, apoyo a proyectos silvoagropecuarios, apoyo a la capacitación, apoyo a la innovación, nuevos mercados y oportunidades de negocios y mejoramiento a la gestión.

Los objetivos planteados en las políticas de fomento a las EMT son frecuentes y complementarios según avanzan los años, se pueden identificar grandes temas de interés:

- Innovación y transferencia tecnológica
- Acceso al financiamiento
- Capacitación de los trabajadores
- Apoyo a la capacidad emprendedora
- Facilitar acceso al mercado
- Estimular las exportaciones
- Mejorar la integración de las empresas más pequeñas a las cadenas de valor
- Promover la diversificación económica
- Facilitar el acceso a la información
- Estimular la asociatividad
- Desarrollo de la economía local
- Apoyo a Gestión
- Simplificación de la Administración.

1.2.1 Red de Fomento Productivo

La Red de Fomento Productivo es la convergencia de diferentes instituciones públicas que disponen de servicios e instrumentos para fomentar y apoyar la creación y el

⁹ http://www.prochile.cl/regiones_pro/archivos/region_VIII/Presentacion%20Seremi%20Economia.pdf, 22 -12-2012.

desarrollo de las empresas del país, especialmente aquellas de menor tamaño. Los integrantes de esta red son¹⁰:

- Innova Chile su misión Promover las acciones que debe desarrollar CORFO en materia de innovación, emprendimiento innovador y transferencia tecnológica. Entre sus objetivos está el apoyar el desarrollo de negocios que generen un alto impacto económico y social, promover los valores de la innovación y facilitar el acceso a herramientas para que en Chile se conozcan y adopten buenas prácticas en estas materias entre emprendedores, empresas y organizaciones.
- CORFO, su misión es Su rol se concentra en fortalecer la producción, diversificar la oferta e impulsar la innovación, a través de la incorporación de tecnología y el fomento de la asociatividad para generar cadenas que agreguen valor a la oferta de servicios y productos.
- SERCOTEC, su misión es Generar condiciones para aumentar la competitividad y facilitar el Acceso a los Mercados a MIPES. Además busca mejorar las condiciones para las empresas que nacen y se desarrollan, para lo cual se gestionan programas de entorno.
- Prochile, su misión es Promover el aumento de las exportaciones velando por el incremento de los bienes y servicios, el aumento en el número de empresas exportadoras y la diversificación de los mercados de destino.
- Fondo de Fomento Pesca Artesanal, su misión es Fomentar y promover los siguientes aspectos:
 - a) El desarrollo de la infraestructura para la pesca artesanal.
 - b) La capacitación y asistencia técnica de los PA y sus organizaciones.
 - c) El repoblamiento de los recursos hidrobiológicos mayoritariamente explotados por los PA y el cultivo artificial de ellos.
 - d) La comercialización de los productos pesqueros y la administración de los centros de producción.
- INDAP, su misión es Desarrollar de manera sustentable la competitividad de la pequeña agricultura proporcionando servicios de asesoría técnica e inversión productiva de excelencia.
- SENCE, su misión es contribuir al incremento de la productividad nacional, impulsando la capacitación ocupacional, tanto en las empresas, como también en las personas de menores ingresos del país.

¹⁰ http://www.prochile.cl/regiones_pro/archivos/region_VIII/Presentacion%20Seremi%20Economia.pdf, 23-12-2012.

- FOSIS, su misión es Contribuir en el esfuerzo del país por la superación de la pobreza y disminución de la vulnerabilidad social de las personas y familias, aportando respuestas originales en temas, áreas y enfoques de trabajo complementarios a los que abordan otros servicios del Estado.
- Centros de Emprendimiento ChileCompra, su misión es Orientar principalmente a potenciar a Micro, Pequeños y Medianos Empresarios y Emprendedores



Fuente: OIT y SERCOTEC, La situación de la micro y pequeña empresa en Chile – 2010

El rol que deben cumplir los servicios públicos en el Desarrollo Productivo según el Ministerio de Economía, es otorgar completa información al público empresarios y emprendedores, apoyar a quienes lo necesitan para que puedan aprovechar las oportunidades que existen en el mercado y las que dispone el, llevar las Políticas Públicas, a las realidades locales, incorporar la participación de estos actores, y recoger necesidades y realidades locales al desarrollo productivo, crear espacios de interacción y discusión de la gestión, local, y sectorial, de manera de mejorar los sistemas de gestión e información existentes, y crear canales de comunicación expeditos, informar de manera oportuna, clara y expedita los apoyos disponibles desde el Estado.

Capítulo II

ChileCompra, su relación con las EMT

2.1 Antecedentes generales¹¹

“Dirección ChileCompra es fruto proceso de modernización que ha vivido el Estado de Chile desde fines de los noventa (...) donde se privilegio la eficiencia y la incorporación de nuevas tecnologías para mejorar sustancialmente el sector público.

Esta institución nació en agosto del año 2003 con la misión de generar un cambio sustancial en un sistema de compras públicas que ya no respondía a las necesidades reales de los mercados y de sus actores, tanto privados como de las mismas instituciones estatales.”¹²

La Dirección de ChileCompra es un Servicio Público descentralizado relacionado con el Ministerio de Hacienda y sometido a la supervigilancia del Presidente de la Republica, fue creado a través de la Ley de Compras Publicas N° 19.886 y opera formalmente desde el 29 de agosto del año 2003.

Es la institución encargada de administrar el **Sistema de Compras Públicas de Chile**, ChileCompra, el cual se rige por un marco regulatorio único basado en la transparencia, la eficiencia, la universalidad, la accesibilidad y la no discriminación.

2.1.1 Plataformas electrónicas

La Dirección de ChileCompra es la encargada de administrar la plataforma creada para el comercio electrónico de la administración del Estado, **www.mercadopublico.cl**.

Mercado público es considerado el mercado electrónico más grande del país, cuenta con cerca de 900 organismos del Estado que realizan sus compras y contrataciones, de forma autónoma, a través de este portal participando con más de 100 mil empresas.

En [mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) se transan más de 8.000 millones de dólares en la adquisición de productos y servicios que permiten el buen funcionamiento de los organismos del Estado,

¹¹ http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=307, 22-12-2012.

¹² Dirección de ChileCompra “El valor de las oportunidades/experiencias de emprendimiento e innovación. Diciembre 2008.

gestión que va en directo beneficio para la ciudadanía. Estas compras incluyen desde material de oficina, medicamentos hasta servicios de transporte o consultorías.

La Dirección de ChileCompra a demás de contar con una plataforma de carácter transaccional cuenta con ChileCompraExpres.cl, con ChileProveedores.cl, chilesustentable.cl y Analiza.cl.

- I. **ChileCompraExpres.cl**¹³ corresponde a una plataforma catálogo, Tienda de Comercio Electrónico. Esta plataforma lo que busca es agilizar el proceso de compra haciéndolo más eficiente y otorgando mejores condiciones comerciales. Los organismos del Estado recurren a los catálogos electrónicos disponibles es esta plataforma contratando directamente con los proveedores inscritos y que han suscrito previamente a través de un proceso licitatorio de convenios marco convocado por la Dirección de ChileCompra.

ChileCompraExpres.cl cuenta actualmente con cerca de 170.000 productos y servicios ofrecidos por medios de sus catálogos electrónicos.

- II. **ChileProveedores.cl**¹⁴ es el Registro Electrónico de Proveedores¹⁵ el Estado, en el se reúne toda la información relevante de aquellas empresas que participan en las licitaciones estatales, además es una plataforma abierta al sector privado, lo que aumenta la vitrina de los inscritos al mercado nacional e internacional. . Actualmente esta plataforma cuenta con 40.000 empresas inscritas.

Este portal busca facilitar la participación de los proveedores en mercado de Compras Públicas. Su función es acreditar la idoneidad comercial, financiera y técnica de las empresas proveedoras del Estado. Ofrece múltiples beneficios tanto a los organismos compradores del Estado como a los proveedores, en términos de menores trámites, tiempo y costos para hacer negocios con el Estado.

Cada proveedor que se registre en este portal obtendrá una ficha electrónica que soportará toda su información comercial legal y financiera, la que será requerida en las diferentes licitaciones del Estado en mercadopublico.cl. Esta ficha permite que compradores y proveedores verifiquen el cumplimiento de requisitos legales que exige la ley de compras públicas, evitando tener que presentar físicamente la

¹³ <https://www.mercadopublico.cl/Portal/MP2/secciones/como-vender/licitaciones-convenio-marco.html#dos>, 23.12.2012.

¹⁴ Op. Cit.

¹⁵ Art. 16, ley 19.886, "Se inscribirán en el registro, todas aquellas personas naturales y jurídicas, chilenas y extranjeras que no tengan causal de inhabilidad para contratar con los organismos del Estado".

documentación requerida en cada proceso licitatorio para concentrar esfuerzos en su propuesta comercial.

Además, los proveedores podrán acreditar toda la información de su empresa de tal forma que cada vez que si una base de licitación requiere alguna documentación, esta información quedará validada, digitalizada y almacenada en forma electrónica para un futuro proceso de licitación.

III. **ComprasSustentables.cl**¹⁶, responde al rol que cumple La Dirección en la promoción del desarrollo sustentable. Esta plataforma, entendiendo la gran capacidad de compra que posee el Estado y su importancia en el mercado, incorporo a las adquisiciones que realizan los organismos del Estado criterios sustentables que aumentan los niveles de eficiencia en la gestión pública y que generan incentivos competitivos a las empresas para que desarrollen sus propias políticas en el área de la sustentabilidad.

IV. **Analiza.cl**¹⁷ es la plataforma de inteligencia de negocios de la Dirección de ChileCompra.

Esta plataforma busca potenciar las ventajas competitivas de los proveedores que realizan transacciones en el mercado público, permitiendo el acceso a información de organismos compradores, transparentando el estado de su situación en materia de compras públicas y reclamos pendientes sobre las transacciones que se realizan en [mercadoPublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) y [ChileCompraExpress.cl](http://www.ChileCompraExpress.cl), esto con la idea de ayudar a tomar decisiones de negocio de manera informada sobre sus compradores, competidores y las oportunidades de negocio vigentes. Analiza. Cl entrega información en cuatro secciones:

- Reporte: información sobre licitaciones y órdenes de compra que se encuentran actualmente en [mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) (publicadas y adjudicadas).
- Análisis: Herramienta de visualización y estudio de datos que permite generar gráficos y tablas con la información que el proveedor necesite.

¹⁶ http://www.comprassustentables.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=6, 23-12-2012

¹⁷ <http://www.analiza.cl/web/Default.aspx>, 23-12-2012

- **Gestión:** publica informes de gestión actuales como de años anteriores. (informes de gestión son informes mensuales que exponen los principales indicadores de las transacciones realizadas en MercadoPublico.cl).
- **Ranking de Reclamos:** Ranking de reclamos de aquellos organismos públicos con más cantidad de reclamos realizados por proveedores.

2.1.2 Adjudicación de contratos

La Administración del Estado adjudicará los Contratos mediante licitación pública, convenios marco, licitación privada o contratación directa. Los organismos públicos regidos por esta ley deberán **cotizar, licitar, contratar, adjudicar, solicitar el despacho y, en general, desarrollar todos sus procesos de adquisición y contratación de bienes, servicios y obras a que alude la ley, utilizando solamente los sistemas electrónicos o digitales que establezca al efecto la Dirección de Compras¹⁸.**

I. Licitación Pública¹⁹

Se define Licitación Pública al procedimiento administrativo de carácter concursal mediante el cual la Administración pública 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.

La licitación pública procede cuando un organismo del estado, previa consulta al catalogo de convenios marco y sin resultado favorable, requiere contratar un bien o servicio y esta supere las 1.000 UTM, salvo excepciones a las que se refiere el articulo 8° de las Ley de Compras, como por ejemplo, que no se presentase ningún oferente al llamado. En cuyo caso procede y se autoriza el llamado a licitación privada.

II. Licitación o propuesta privada²⁰

Se define licitación privada al procedimiento administrativo de carácter concursal, previa resolución fundada que lo disponga, mediante el cual la Administración invita a

¹⁸ Ahumada Alexis, Cátedra Administración de Bienes y servicios del Estado, carrera Administración Públicas, Universidad de Valparaíso, 2007.

¹⁹ Letra a), art 7° ley 19886 De Bases sobre contratos administrativos de suministro y prestaciones de servicios.

²⁰ Op. Cit Letra b).

determinadas personas para que, sujetándose a las bases fijadas, formulen propuestas, de entre las cuales seleccionará y aceptará la más conveniente.

III. Trato o contratación directa²¹

La contratación es 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.

IV. Convenio Marco²²

Es una modalidad de adquisición en la cual se establecen precios y condiciones de compra para bienes y servicios, por medio de una licitación pública. Tales bienes y servicios se disponen en los Catálogos Electrónicos (Tiendas Virtuales) mediante los cuales los organismos públicos acceden directamente, pudiendo emitir una orden de compra a los proveedores, simplificando con ello los procesos de compra.

Las entidades celebrarán directamente sus contratos de suministro o servicios por medio de estos convenios, licitados y adjudicados por la Dirección de Compras, sin importar el monto de las contrataciones. Estos Convenios Marcos serán publicados a través de un Catálogo de Convenios Marcos, ChileCompraExpress.

2.2 Contratando con el Estado

2.2.1 Proveedores del Estado

Los autorizados para contratar con el Estado son las personas naturales o jurídicas, chilenas o extranjeras, que acrediten su existencia legal, situación financiera e idoneidad técnica. La situación financiera y técnica será acreditada por medio de la inscripción en las plataformas mercadopublico.cl y chileproveedores.cl.

Situación técnica debe entenderse como los antecedentes técnicos, de especialidades y certificaciones que acrediten experiencia de los proveedores inscritos que se refieran al su rubro al que pertenecen. Cada entidad pública por medio de las bases de una licitación

²¹ Op. Cit. Letra c)

²² Ahumada Alexis, Cátedra Administración de Bienes y servicios del Estado, carrera Administración Públicas, Universidad de Valparaíso, 2007

dispondrá de requisitos técnicos específicos que deben cumplir los oferentes que postulen a la licitación.

Situación financiera y existencia legal se refiere a los antecedentes legales y financieros que sean probatorios de su existencia legal y validez de los poderes de persona jurídica, de una situación contable y financiera que hagan prever que cumplirá sus compromisos oportunamente. Además de la información histórica que son los antecedentes relativos al desempeño y cumplimiento de los proveedores. En este último punto cabe destacar que esta información será solo consultable y no afectar la habilidad de los proveedores

Estarán inhabilitados para inscribirse y contratar con el Estado los que se encuentren en alguna de las siguientes situaciones:

- Haber sido condenado por cualquiera de los delitos de cohecho contemplados en el título V del Libro Segundo del Código Penal.
- 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.
- 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.
- La presentación al Registro Nacional de Proveedores de uno o más documentos falsos, declarado así por sentencia judicial ejecutoriada.
- Haber sido declarado en quiebra por resolución judicial ejecutoriada.
- Haber sido eliminado o encontrarse suspendido del Registro Nacional de Proveedores por resolución fundada de la Dirección de Compras.
- Haber sido condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador.
- Registrar condenas asociadas a responsabilidad penal jurídica (incumplimiento artículo 10, Ley 20.393).

2.2.2 Inscripción de los Proveedores²³

La inscripción de nuevos proveedores se realiza a través de las plataformas de mercadopublico.cl o chileproveedores.cl.

El ingreso a mercadopublico.cl reenvía al interesado a la plataforma chileproveedores.cl, entendiendo así que el registro en esta página es el primer paso para participar en mercadopublico.cl.

Los pasos y procedimientos de inscripción se resumen; primero registrando los datos generales del interesado en el **Registro básico**. Al término de este proceso de registro básico el interesado podrá participar y contratar en mercadopublico.cl, es importante señalar que esta inscripción es gratuita invocando los principios de accesibilidad y no discriminación del Sistema de Compras Públicas.

Ahora si el interesado así lo estima, podrá seguir su inscripción en chileproveedores.cl, en **Registro avanzado**. Este registro generará la inscripción del interesado al portal previo pago monetario. Este pago corresponde a las tarifas semestrales o anuales de incorporación que tienen como objeto el poder financiar el costo directo de la operación del registro, este costo velará, sin embargo, que no se impida o limite el libre e igualitario acceso de los interesados al registro. Las tarifas consideran especialmente la categoría específica en la que el proveedor desea inscribir y sus costos asociados²⁴.

El Registro avanzado solicita la suscripción al portal de chileproveedores.cl que es la validación electrónica del cumplimiento de las habilidades requeridas para hacer negocios con el Estado, lo que ahorra tiempo y costos a la empresa, y la contratación de servicios complementarios como; Acreditación de documentación que es la validación, digitalización, y almacenamiento electrónico y físico de documentación (tributaria, financiera, legal, comercial, etc.), solicitada en las licitaciones, Directorio empresarial que es una vitrina publicitaria en internet (sitio web, catálogo electrónico, avisos), que permite la difusión de empresas y productos al mercado público y privado, Almacenamiento virtual adicional que es arriendo de espacio en disco (megabytes) para almacenar información de la empresa y sus productos (catálogo electrónico, imágenes). En etapa el interesado deberá seleccionar los servicios que requiere y avanzar

²³ <http://www.chileproveedores.cl/chprovdmn/>, 24-12-2012.

²⁴ Reglamento compras de de compras publicas

posteriormente a la **Contratación** que es la finalización del proceso de inscripción²⁵. En este paso el proveedor deberá seleccionar la forma de pago a utilizar siendo por tarjetas de crédito (webpay), clientes del BancoEstado o por medio de cupón de pago que se generará para ser pagado en las oficinas de Chileproveedores.

2.2.3 Buscar licitaciones

Cuando el interesado toma la categoría de proveedor puede comenzar a navegar por la plataforma mercadopublico.cl. En la página tendrá acceso a su escritorio donde se le presentará información tal como licitaciones en proceso de postulación y adjudicadas. Podrá tener acceso de forma directa y rápida a licitaciones que versen sobre su rubro accediendo a las bases y plazos dispuestos. También podrá señalar que desea recibir información sobre licitaciones referidas a su rubro, podrá seguir el estado de licitaciones donde está participando o tiene interés quedando todo almacenado en su ambiente privado de la plataforma.

Es importante señalar que si bien la sola inscripción en el Registro básico de chileproveedores.cl permite al proveedor ingresar al portal mercadopublico.cl, cada entidad pública podrá exigir a los oferentes a una licitación la inscripción en el registro de proveedores (chileproveedores.cl), quedando esto estipulado en las bases de licitación. Esto significa que un proveedor podrá postular a una licitación solo estando inscrito en mercadopublico.cl, pero si resultase adjudicatario²⁶ tendrá, si así lo disponen las bases, que inscribirse en el registro de proveedores dentro de los siguientes 10 días siguientes a la adjudicación.

2.2.4 Ofertar

Los organismos públicos publicarán en la plataforma las bases de las licitaciones con, a lo menos, las siguientes especificaciones:

- Requisitos que deben cumplir los oferentes para que sus ofertas sean aceptadas.
- Las especificaciones de los bienes y/o servicios que se quieren contratar.
- Etapas y plazos de la licitación.
- Condición, plazo y modo en que se compromete el o los pagos.

²⁵ <http://chp222.mercadopublico.cl/WebPrivado2.0/inscripcionycontratacion/registroservicios.aspx>, registro avanzado chileproveedores. Cl, 25-12-2012 2012.

²⁶ "Oferente al cual le ha sido aceptada una oferta o una cotización en un Proceso de Compras, para la suscripción del contrato definitivo"

- Plazo de entrega del bien o servicio adjudicado.
- Naturaleza y Monto de las Garantías²⁷ que la entidad exija a los oferentes.
- Los criterios objetivos que serán considerados para decidir la adjudicación.
- Nombre completo del funcionario encargado del proceso de compra.
- Los medios para acreditar si el proveedor adjudicado registra saldos insolutos de remuneraciones o cotizaciones de seguridad social.
- La forma de designación de las comisiones evaluadoras.

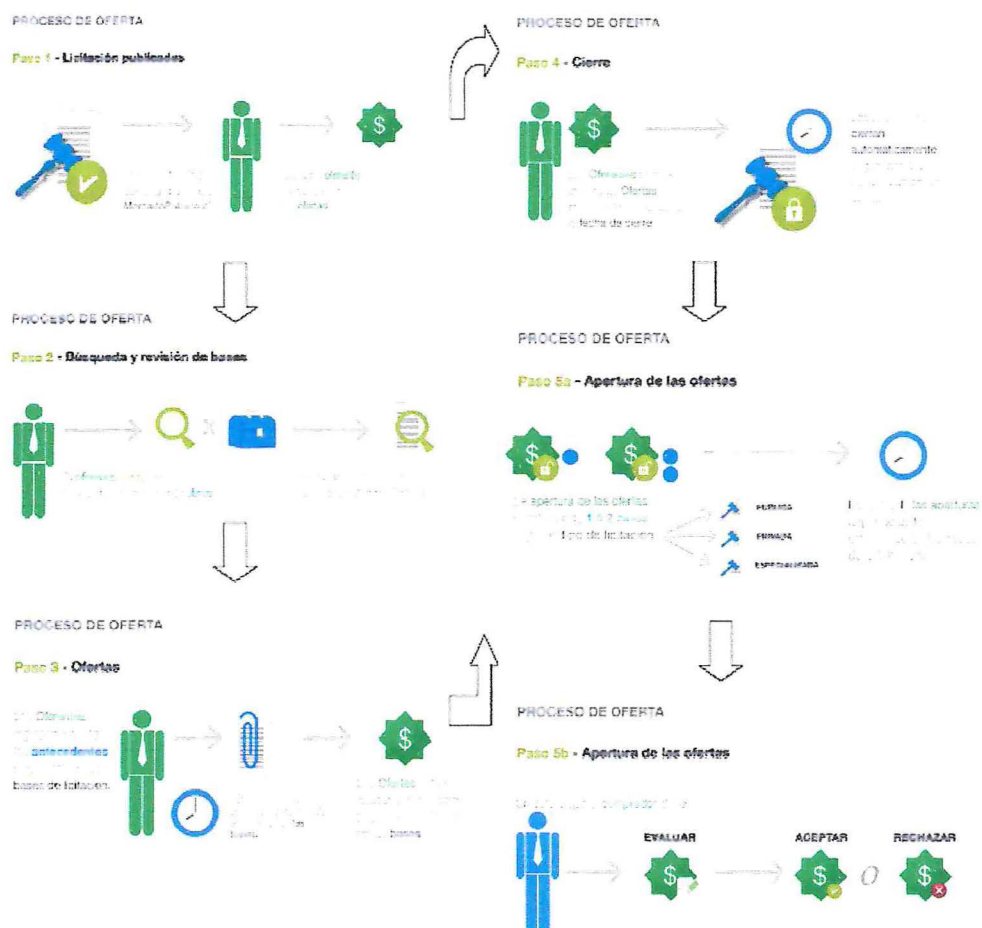
A estas se podrán añadir especificaciones especiales como:

- La prohibición de subcontratar y el alcance de tal prohibición.
- Puntajes o ponderaciones que se asignen a los Oferentes derivados del cumplimiento de normas que privilegian el medioambiente.
- Cualquier otra materia que no contradiga las disposiciones de la Ley de Compras

El proceso de oferta tendrá un plazo definido y estipulado en las bases dentro del cual el organismo podrá recibir consultas de los oferentes, siempre dentro del margen de transparencia, principio del sistema de compras.

El proveedor interesado en postular a una licitación deberá ceñirse a las especificaciones básicas del llamado, poniendo atención en cumplir con la totalidad de los requisitos mínimos de postulación y en lo posible con los específicos, aumentando sus posibilidades de adjudicar.

A continuación se presenta una infografía que mercadopublico.cl pone a disposición de los interesados:



Fuente: mercadopublico.cl

2.2.5 Adjudicar

El proceso de adjudicación representa un tiempo de espera para el proveedor. Si es seleccionado y se adjudica la licitación deberá cumplir fielmente lo ofertado en su propuesta y si no lo es podrá revisar y enterarse del adjudicatario, atendiendo a las diferencias en las propuesta, como retroalimentación o si considera que no las hay y es injusta la adjudicación podrá presentar los reclamos correspondientes a través del mismo portal de mercadopublico.cl, teniendo la obligación la Dirección de entregar respuesta a dicho reclamo.

Al momento del cierre de las postulaciones a una licitación los organismos públicos tienen un tiempo determinado de revisión de ofertas, si las hubiera pudiendo suceder que se presentase desierta la licitación u con otra objeción²⁸. Durante el período de evaluación, los oferentes sólo podrán mantener contacto con la entidad licitante, tales como aclaraciones, entrevistas, visitas a terreno, presentaciones, exposiciones, entrega de muestras o pruebas que ésta pudiese requerir y si hubiesen sido previstas en las bases, quedando prohibido cualquier otro tipo de contacto²⁹.

“La Entidad Licitante aceptará la propuesta más ventajosa, considerando los criterios (...) establecidos en las bases de licitación. La Entidad Licitante aceptará una oferta mediante acto administrativo debidamente notificado al adjudicatario y al resto de los oferentes. En dicho acto deberán especificarse los criterios de evaluación que, estando previamente definidos en las bases, hayan permitido al adjudicatario obtener la calificación de oferta más conveniente. Para estos efectos deberán publicar la mayor cantidad de información respecto del proceso de evaluación³⁰.”

El mercado de las compras públicas ofrece miles de oportunidades de negocio a empresas de todos los tamaños, especialmente la micro y pequeñas que duplican su participación en este mercado en comparación con la economía nacional, adjudicándose un 40% de los montos transados. 2 de cada 3 empresas que ofertan se adjudican negocios y son micro y pequeñas empresas y el 90% de los ganan son micro y pequeñas empresas.

²⁸ Art 41 Ley 18.996. ley de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios.

²⁹ www.chileCompra.cl Bases de licitación, Formación.

³⁰ Op. Cit. inciso 1 párrafo 3.

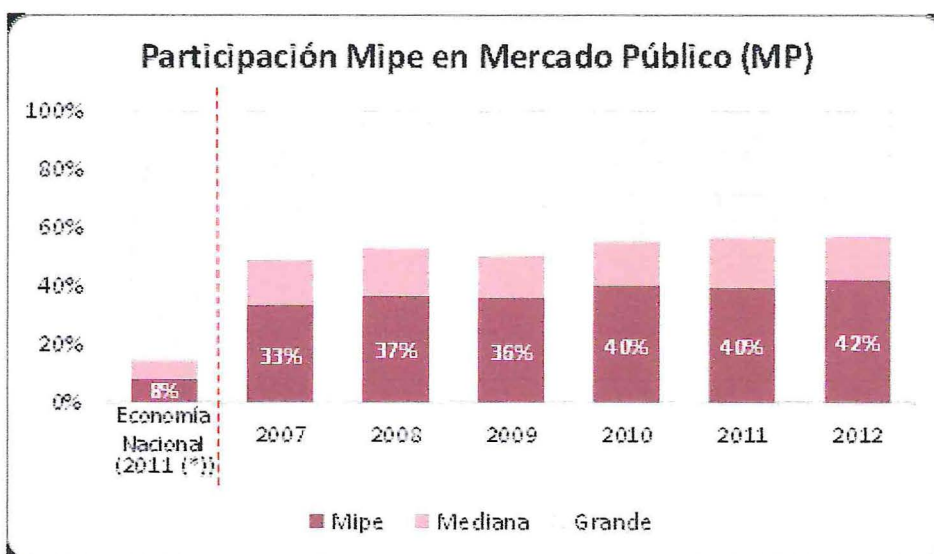
2.3 Mercado Público y las EMT

Desde su concepción ChileCompra a través de mercadopublico.cl, inicialmente, y actualmente a través de sus diferentes plataformas electrónicas, ha realizado un gran esfuerzo colaborativo ordenando y profesionalizando los procesos de compras de las instituciones públicas, como forma de fomentar la participación de emprendedores micro, pequeños y medianos empresarios.

Como consecuencia de estos esfuerzos la participación de EMT en los procesos licitatorios, especialmente de los proveedores de rincones del territorio. Esto contribuyó, entonces a acercar el Estado a las personas creando un sistema de fácil acceso.

*“La historia de ChileCompra es una historia de impulso al acceso, emprendimiento, crecimiento en competencias, tecnologías, transparencia, probidad y, sobre todo, a la Innovación”.*³¹

La Cuenta Pública de la Dirección de ChileCompra año 2012 señala que del total de de los que ganan negocios en mercadopublico.cl corresponden a micro y pequeñas empresas.



Fuente-. Cuenta Pública 2012 Dirección de ChileCompra

³¹ Dirección de ChileCompra *“El valor de las oportunidades/experiencias de emprendimiento e innovación. Diciembre 2008*

Como desafío futuro la Dirección se plantea fortalecer la probidad las oportunidades y competitividad para las MIPes (pequeñas y medianas empresas),

- por medio de más y mejor capacitación tanto presencial como electrónica, acreditando a este tipo de empresas como forma de mejorar las ventas que se realizan al Estado,
- También por medio de la estandarización modelos-tipo de las bases de licitación y los contratos de manera que permitan una mejor comprensión por parte de los oferentes y que faciliten la gestión.
- Limitando la solicitud por parte de los organismos de garantías de seriedad de la oferta y cumplimiento del contrato y la agilización de devolución de esta.

Como antecedente relevante para este estudio y como forma de ejemplificar la participación y relevancia del as EMT en mercadopublico.cl se presenta el siguiente recuadro que contiene la información del mes de noviembre referida la Ordenes de Compras (O.C.) y montos transados en mercadopublico.cl en la V región de Valparaíso.

Órdenes de Compra por tamaño de empresa (*)	Tamaño empresa	Número de OC	Monto OC USD\$
2012 (acum. Nov)	MICRO	45.246	138.499.170
	PEQUEÑA	40.457	171.129.179
	MEDIANA	32.242	97.089.580
	GRANDE	85.735	217.362.063
	Total general	203.681	624.079.993

Fuente: www.analiza.cl, Informe detallado regional.

Se puede observar que la agrupación de micro, pequeña, mediana empresa (EMT) alcanza el 58% de las O.C. emitidas el mes de noviembre 2012 y las grandes empresas un 42% de ellas.

En términos monetarios las agrupación EMT alcanza USD\$ 406.717.929 versus los USD\$ 217.362.063 de las grandes empresas.

CAPITULO III

BOTANIK A PAISAJISMO LTDA.

3.1 Antecedentes Generales

BOTÁNICA PAISAJISMO LTDA., es una empresa dedicada al rubro del diseño, construcción y mantención de jardines en la V Región, fue formada hace más de diez años bajo el concepto de entregar a sus clientes un servicio de calidad, eficiencia y respuesta inmediata a los requerimientos de obras de ornamentación, riego automatizado, asesorías agrícolas, etc.

BOTÁNICA PAISAJISMO LTDA., presta servicios tales como: construcción de áreas verdes y jardines, diseño de paisajes urbanos, sistemas de riego automatizado entre otros.

La empresa BOTÁNICA PAISAJISMO LTDA, señala su dueño, cuenta con el equipamiento adecuado para realizar proyectos de alta envergadura dentro del rubro, es así que muchas de las empresas constructoras e inmobiliarias han preferido y optado por trabajar con ella; tales como Inatec, Novatec, Besalco, Bravo & Izquierdo, Argenta, Aconcagua, Beltec, RVC, Arqim, Con-pax, Numancia, entre otras. Al mismo tiempo esta empresa realiza trabajos para particulares que requieran sus servicios en diseño construcción y mantención de jardines.

Actualmente BOTANIK A PAISAJISMO LTDA presenta proyectos activos en la quinta, metropolitana y cuarta regiones, además de 12 lugares fijos de mantención de jardines y regadío.

3.1.1 Organización

BOTÁNICA PAISAJISMO LTDA cuanta solo con misión definida, además presenta una declaración de principios en el Book de Presentación de la empresa las cuales se enuncian a continuación.

3.1.2 Misión

“Ofrecer un servicio integrado, el cual una lo que es la arquitectura con el paisaje. Uniendo así, colores texturas, aromas, sonidos y formas. Logrando una mayor calidad en

el paisaje y en la vida de sus clientes. Además nuestra empresa escucha a sus clientes, se elabora un trato de mayor cercanía. Ya que trabajamos a la par, junto con nuestros especialistas, para así tener un mejor complemento en el trabajo final.”

“Nuestra empresa está enfocada al diseño, construcción y mantención de jardines, además de realizar sistemas de riego especializados, somos especialistas en asesorías, evaluación de paisajes, desde el diseño hasta su mantención periódica, nuestros diseños van desde jardines, plazas, parques, lagunas, etc.

Para nosotros el paisajismo es la prolongación de la arquitectura, es por esto que es esencial que vayan unidos y se relacionen en conjunto con su entorno natural para potenciar al máximo su propiedad.”³²

3.1.3 Organización y dotación de personal

Botánica determina su organización funcional en gerencia, administrativos, ventas, supervisores y operarios.

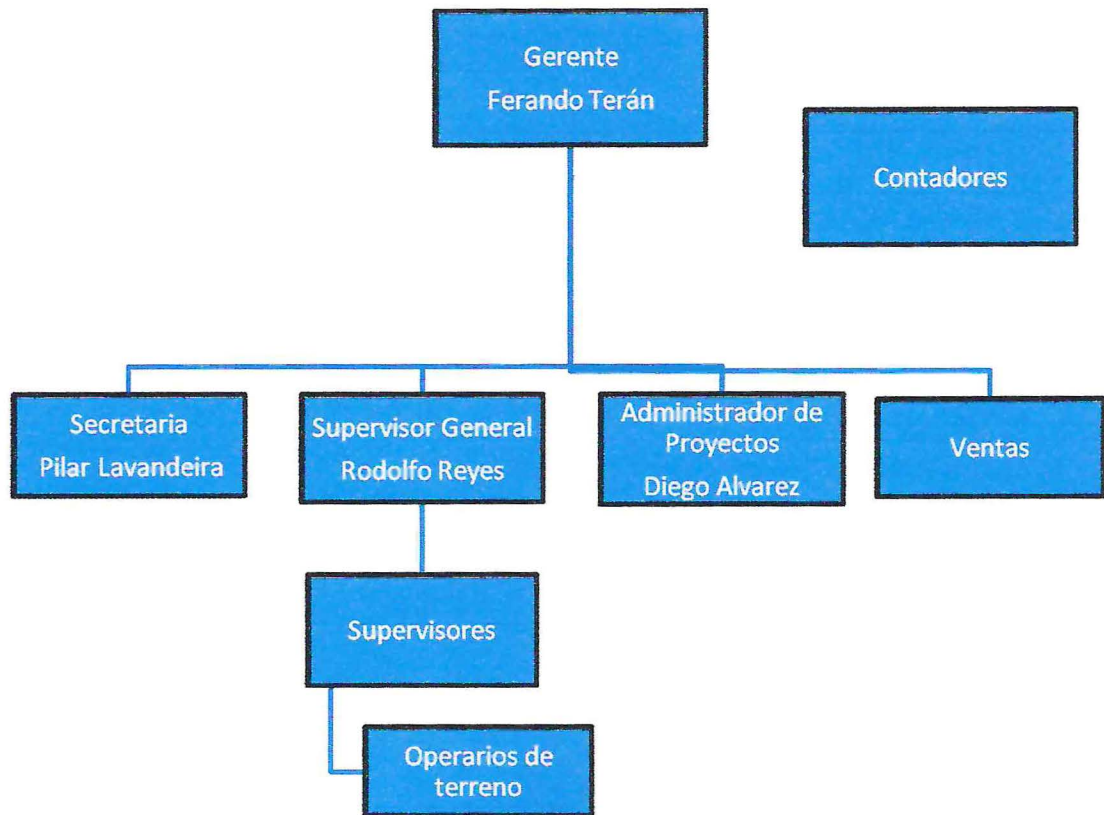
Además la empresa contrata los servicios de una consultora de contadores que está encargada de calcular liquidaciones de sueldos, finiquitos, IVA de la empresa y de la realización de un balance mensual de la actividad de la empresa.

- Gerencia: La gerencia de Botánica la desempeña el mismo dueño de la empresa, de profesión agrónomo, quien es el encargado de la relación directa con clientes, presentación de proyectos, cobro de estados de pagos, planificación, control y administración de las funciones de la empresa. Además es el único receptor de la información financiera de empresa proporcionada por la Consultora de Contadores.
- Administrativos: 2 personas encargadas de actividades referidas a la contratación y desvinculación de personal, diseño, planificación y control de proyectos, control de estados de pagos y flujo de activos (caja chica).

³² Op Cit.

- Ventas: La empresa cuenta con 1 persona encargada, solamente, de la promoción de la empresa y de la búsqueda nuevos clientes. Esta labor la realiza principalmente en la región Metropolitana, ya que esta actividad en la quinta región la lleva a cabo la gerencia.
- Supervisores: 3 personas encargadas de las actividades de supervisión de operarios en los lugares de trabajo, además compra de insumos de contingencia en la medida de lo requerido en las obras en ejecución.
- Operarios: 28 personas encargadas de la ejecución en terreno de los proyectos formulados por la empresa Botánika, sean estos de mantención o construcción.

3.1.4 Organigrama



3.2 Servicios que prestan

La empresa Botánica Paisajismo Ltda., presta los siguientes servicios:

Mantenión de jardines	Servicio en el cual se brinda conservación al paisaje en base a cambios, reemplazos, podas, fertilización reparaciones de sistemas de riego, desmalezado y limpieza en general.
Diseño y Construcción de Paisajes	Servicio integrado de diseño y construcción, junto al cliente, de un paisaje innovador y con sello de BOTÁNICA
Jardines Verticales	Diseño, construcción, instalación y mantención de jardines verticales.
Reconstrucción de jardines	Restauración de paisaje desde lo antiguo o remodelación completa.
Siembra de Grama	Instalación de alfombras de pasto y no se semilla, garantizando un mejor resultado.
Poda de árboles y arbustos	Podas con diferentes técnicas.
Sistema de Iluminación	Servicios de iluminación de jardines a petición y necesidades del cliente.
Diseño paisajista	Profesional que entrega propuestas novedosas a los clientes.
Fuentes y lagunas artificiales	Construcción de fuentes y lagunas artificiales.

3.3 Proyectos históricos y actuales

En estos 10 años de experiencia Botánica Paisajismo Ltda., ha realizado numerosos proyectos tanto en el área de diseño proyectado de paisajismo, como en la construcción de áreas verdes y sistema de riego mecanizado y automático, entre estos podemos mencionar Jardines de casas del Condominio Claros del Bosque Etapas I, II y III (Curauma) Constructora Novatec, Conjunto Molinos de la Cruz y Rivera del Valle (La Cruz, Quillota) Constructora Beltec, Áreas Verdes Edificio Parque Curauma (Curauma) Constructora Novatec, Condominio Residencias de Montemar (Con Con) Constructora Bravo & Izquierdo inmobiliaria Argenta, Mirador Oriente (Paso Hondo Viña del mar) Constructora Beltec, Edificio de Alto Recreo (Viña del mar), Constructora Beltec Condominio Bosque Real, La Reserva de Peñablanca y jardines particulares de alta plusvalía en Con Con y La Dehesa Santiago por sobre las 400UF.

Actualmente Botánika se encuentra desarrollando 5 trabajos en obras de construcción de condominios y 12 trabajos de mantención a clientes tanto particulares como a inmobiliarias y constructoras.

Algunos lugares donde la empresa realiza trabajos de mantención son: Edificio Tantum, ubicado en el sector de Costa de Montemar, Concón; Inmobiliaria Aconcagua, (Puntos de venta Huechuraba, Santiago. Parque Curauma, 4 esquinas, Condominio aires de Curauma, jardín Suizo en Valparaíso, entre otros.); Inmobiliaria Beltec; (Condominio Lomas de Nos, San Bernardo, Santiago. Edificio Puerto del Norte, La Reserva de Curauma, entre otros.), Inmobiliaria Numancia; Edificios Vianamar y Libertad, Viña del Mar, Edificios Grecomar (I. II); Edificios Geomar (I. II); Edificio Costa Horizonte; Universidad Marítima de Chile; Constructora Serinco; Metso Minerals Chile; Inmobiliaria Bezanilla, entre otros.

CAPITULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Planteamiento del problema

“La relación entre Empresa Botánica Paisajismo Ltda., como empresa de menor tamaño (ETM) y el Sistema de Compras Públicas, en la plataforma electrónica mercadopublico.cl”.

4.2 Objetivo general

“Analizar la relación entre la empresa Botánica Paisajismo Ltda., y mercadopublico.cl como beneficio a la EMT.

4.3 Objetivos específicos

- a) Definir el Sistema de Compras Públicas.
- b) Definir EMT y su relevancia en la economía nacional.
- c) Describir las características y servicios ofrecidos por la empresa Botánica Paisajismo Ltda.
- d) Determinar el grado de conocimiento por parte de Botánica Paisajismo Ltda., respecto del Sistema de Compras Públicas.
- e) Determinar beneficios de la contratación con el Estado para Botánica Paisajismo Ltda., desde su rol como EMT.
- f) Relacionar el sistema de compras públicas con la empresa Botánica paisajismo, desde la perspectiva de los objetivos de promoción y apoyo a la mediana empresa.

4.4 Hipótesis

La información entregada por la plataforma de ChileCompra es confusa y dispersa, lo que limita las posibilidades de participación, competitividad y crecimiento de Botánica Paisajismo Ltda.

4.5 Instrumentos de recopilación de información

La información para este estudio ha sido recopilada por medio de entrevista y acceso a información referente a la empresa tales como el Book de Botánica Ltda., y planificación mensual de trabajos (esta última referida a los estados de pagos).

4.5.1 Instrumento de recopilación utilizado

1. ¿En Botánica existe el interés por contratar con el Estado?
2. Si existe interés, ¿Cómo surge este interés?
3. ¿Conoce qué es el Sistema de Compras públicas?
4. ¿Tiene conocimiento de cómo contratar con el Estado?
5. ¿La empresa Botánica ha tenido acercamiento y/o relación con el Sistema de compras Públicas, en cualquiera de sus plataformas electrónicas?
6. ¿Conoce las plataformas electrónicas creadas por Chilecompra como mercadopublico.cl, chileproveedores.cl, analiza.cl, chilesustentable.cl, chilecompraexpress.cl? ¿Conoce sus funciones y/o diferencias?
7. ¿Conoce los procedimientos y requisitos para realizar la inscripción en mercadopublico.cl?
8. ¿Conoce las oportunidades de capacitación existente para los proveedores?
9. ¿Cómo describiría usted la información existente sobre inscripción y participación en y con el sitio electrónico mercadopublico.cl?
10. ¿Considera que la presentación de la información es clara?
11. ¿Según su opinión, de qué manera se debería disponer la información?
12. ¿Qué beneficios aprecia usted en la inscripción y participación de Botánica en mercadopublico.cl? ¿Considera que es una oportunidad de negocio?

13. ¿Según su opinión, la inscripción y participación en mercadopublico.cl provocará efectos negativos a su empresa?
14. ¿Considera que es necesario invertir recursos el proceso de inscripción y posterior participación en mercadopublico.cl en cuanto al tiempo, humanos y financieros? ¿Por qué? ¿Cuántos?
15. ¿Considera que su empresa está capacitada para realizar contratos con el Estado? ¿Por qué?
16. ¿De qué manera su empresa enfrentaría un proceso de licitación?
17. ¿Según su opinión, considera que existe un interés por parte del Estado en fomentar la incorporación de empresas de su tipo al Sistema de Compras públicas? ¿Por qué?
18. ¿Desde su cargo ha recibido alguna invitación, información de parte del Estado para enterarse o informarse sobre el Sistema de Compras Públicas y sus plataformas?
19. En su condición de EMT ¿Considera que sería beneficioso para las empresas de su tipo el recibir información sobre procedimientos y/o beneficios de la inscripción en las plataformas electrónicas de Chilecompra?
20. ¿Desde su punto de vista su empresa, como empresa de menos tamaño, se beneficia con la participación en mercadopublico.cl? ¿Considera que aporta la competitividad de su empresa?
21. Aparte de un mercado ¿considera que la participación en mercadopublico.cl es una vitrina comercial para su empresa?
22. ¿Qué beneficios adicionales a los financieros considera usted que aporta la contratación con el Estado a su empresa de menor tamaño?

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

5.1 Antecedentes del Capítulo

A continuación se expone la información recopilada por medio de la entrevista realizada a Diego Álvarez Millares, encargado de la administración de proyectos de la empresa Botánica Paisajismo Ltda. Persona responsable del proceso de contratos en la empresa.

La entrevista se realizó con el objeto de recopilar información sobre el conocimiento de esta empresa sobre el Sistema de Compras Públicas y su relación y proyección sobre la participación en él, sus beneficios como empresa de menor tamaño y su aporte en materia de competitividad y crecimiento.

El análisis e interpretación de la información recopilada se realizará de acuerdo a los aspectos que a continuación se señalan:

- Conocimiento e información del Sistema de Compras Públicas y sus plataformas.
- Percepción de Beneficios.
- Utilización de Recursos
- Relevancia en las EMT.

5.2 Conocimiento e información del Sistema de Compras Públicas y sus plataformas

En relación a este apartado, el entrevistado demostró un desconocimiento de la contratación con el Estado bajo el término “sistema”, señaló: ***“no conozco el término, pero deduzco que involucraba a mercadopúblico, debe ser el conjunto de pasos que se realizan para contratar con el Estado”,*** posteriormente señaló que ***“ para contratar con el Estado debo inscribir a la empresa en mercadopúblico.cl esa es la forma de acceder a trabajos que se proponen en el ámbito público (...) mas allá***

me imagino que los pasos son similares a los que se realizan al atender una propuesta de trabajo a nuestros clientes en el ámbito privado”.

El entrevistado señaló que anteriormente (2 años atrás) la empresa cuando tenía otra razón social estaba inscrita en mercadopublico.cl, pero que no habían realizado ninguna oferta, sobre esto señala que: ***“no había, al parecer, un real interés en enfocarse en ese mercado, ya que la persona que realizó la inscripción no tenía como tarea asignada la revisión de la página, además tenía un desconocimiento de ella”.***

Actualmente el entrevistado se encuentra mandatado a revisar la información relevante de mercadopublico.cl para poder inscribirse y participar activamente en la plataforma. Indica que ha ingresado a las plataformas mercadopublico.cl y chileproveedores.cl, pero que no comprende los pasos y requisitos para inscribirse, señala que ***“al ingresar a estas páginas recibo muchos mensajes e información pero pese a eso no logrado responder mis preguntas de cuáles serán los requisitos, en cuál página me debo inscribir (...) claro que en la página me indican el cómo hacerlo, pero siento que estoy a oscuras, porque considero que es importante el saber el porqué de las cosas y siento que la plataforma sólo me indica el cómo”.***

También se demuestra un desconocimiento y confusión frente a las plataformas del sistema de compras, sobre esto señala que ***“conozco solamente mercadopublico.cl y chileproveedores, sus funciones las atribuyo a la forma de poder acceder a las propuestas públicas, más allá de en qué se diferencian y los beneficios que tengan asociados no me he interiorizado en ello.”***

Frente a las preguntas que referidas a la información el entrevistado señala que la información está dispersa y no es del todo clara por ejemplo indica, ***“en las ocasiones que he revisado la página mercadopublico en la opción de inscribirse como proveedor el link me envía la página de chileproveedores lo que me confunde, si las páginas cumplen la misma función o no”.*** Además indica que le gustaría saber más de que significa contratar con el Estado no solo el ***“cómo hacerlo (...) no he encontrado publicada en las páginas (chileproveedores y mercadopublico.cl) un archivo o descripción general del como inscribirse y posteriormente licitar, donde este todo la información reunida (...) la información debería presentarse en un solo archivo donde se explique de forma simple cuáles son los requisitos,***

los porque de ellos, el cómo inscribirse y las plataformas, diferencias y beneficios de cada una de ellas ya que cuando he intentado enterarme más de estos temas tengo que ir link por link revisando lo cual resulta agotador y confuso”.

5.3 Percepción de beneficios

Frente a este aspecto, el entrevistado señaló que consideraba beneficioso para la empresa el poder participar de las licitaciones que se publican en mercadopublico.cl, *“la principal motivación de nosotros para contratar con el Estado tiene que ver con la idea de abrir un nuevo foco de ingresos, sería beneficioso para poder obtener mejores trabajos de mayor envergadura y por ende mejor pagados, esto creemos nos permitirá crecer y consolidarnos aun más en nuestro rubro”*, el entrevistado considera que mercado público es efectivamente una oportunidad de negocio importante y que depende de las empresa ingresar a él y beneficiarse, Frente a si existen efectos negativos en la participación señala que *“no veo efectos negativos, como te señale veo oportunidades, lo que si se podría generar es falta de tiempo, quizá al momento de presentar una propuesta a algún ente público se genere una superposición de trabajos, ya que como están las cosas, yo sería quien se encargase de presentar la propuesta, mientras también realizo otros trabajos, quizá surgirían problemas que tienen más relación con nuestra forma de trabajar que con la relación con mercado público.”*

5.4 Utilización de Recursos

Frente a la utilización de recursos , la necesidad del aumento de ellos y el gasto de estos el entrevistado señalo que *“yo creo que como consecuencia de abrirnos a otros trabajos en algún momento tendremos que aumentar nuestros recursos, quizá más maquinaria, mas trabajadores de planta o más capital para poder acceder a grandes trabajos de mas \$ 10.000.000 de cotización”*, también indica que con los recursos con los que cuentan están en condiciones de responder a diferentes propuestas que surjan del organismos del Estado, *“considero que si estamos capacitados para contratar con el estado responder a sus solicitudes, considero que nuestra experiencia en el ámbito privado nos respalda.”* La

relación a la forma de enfrentar las licitaciones el entrevistado indica ***“creo que la única diferencia con los trabajos que realizamos con constructoras, inmobiliarias y particulares tiene que ver como el uso de solamente los medios de comunicación, con nuestro clientes tenemos una comunicación fluida y súper cercana , a veces podemos retrasarnos o nuestros clientes aplazarnos lo cual no genera un gran impacto en nuestra forma de trabajar, me imagino que debe ser distinto con el Estado, debe ser mas estructurado, mas cuadrado lo que nos obligaría a planificar mejor las actividades que realizaremos para dar la talla en los concursos.”***

5.5 Relevancia en las Empresas de Menor Tamaño (EMT)

En las preguntas en relación a este ítem, el entrevistado se refiere a la importancia para las EMT, como Botánica, la participación en el Sistema de Compras Públicas. Señala ***“considero que debe existir una preocupación por toda la información que existe en internet, aunque me he fijado que la preocupación del Estado con la pequeña y mediana empresa es con el emprendimiento y no la consolidación de las empresas que ya existen (...) no he recibido ninguna invitación o información directa por parte de mercadopublico o de alguna organización del Estado invitándome o informándome de la existencia de mercado publico o de la posibilidad de contratar con Estado (...) sería beneficioso que se entregase información sobre beneficios de la contratación con el Estado, y claro que ayudaría a la competitividad de la empresa, nosotros competimos con empresas más grandes y consolidadas como Siglo Verde, el poder obtener más trabajos y ser reconocidos por más clientes nos otorga más seriedad y credibilidad lo que aumenta nuestras posibilidades de lograr mejores contratos y trabajos cada vez más grandes.”*** En relación a lo mismo señala que ***“sí, mercado publico es una vitrina para poder obtener trabajos con entes públicos, así lo entendemos de ahí surge nuestro interés en este mercado.”*** Al consultar sobre los beneficios, dejando fuera los financieros, indica ***“creo que sería beneficioso para lograr experiencia y reconocimiento”***. Se le consulta si cree que mejoraría sus procesos con la participación en mercadopublico.cl a la cual responde ***“creo que si porque si nos***

solicitan cosas diferentes a las que realizamos siempre no obligará a cambiar y para mejor, quizá tendremos que capacitarnos o aprender cosas nuevas, creo que será bueno de todas maneras ya que nos potenciaría como empresa competitiva ya que nuestra competencia es dura frente a Siglo Verde.”

Luego de analizar la información recopilada a través de la entrevista se comprueba la hipótesis; **“La información entregada por la plataforma de ChileCompra es confusa y dispersa, lo que limita las posibilidades de participación, competitividad y crecimiento de Botánica Paisajismo Ltda”.**

Frente a esta afirmación se deduce que la empresa Botánica considera que la información que recibe de mercadopublico.cl no es clara ya que se encuentra dispersa en los diferentes sitios electrónicos asociados a ChileCompra, lo que dificulta y limita sus posibilidades como EMT de participar del Sistema de Compras Públicas impactando directamente en su competitividad.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA TÉCNICA

En este capítulo se presenta los lineamientos definidos como propuestas para mejorar y optimizar la relación entre el Sistema de Compras Públicas y Botánica Paisajismo Ltda., como Empresa de tamaño medio.

6.1 Propuestas

En este trabajo de investigación se pretende entregar lineamientos que mejoren la relación existente entre Botánica Paisajismo Ltda., como EMT, y el Sistema de Compras Públicas, en cuanto a identificar puntos de conflicto que retrasan, en el caso de Botánica, la participación en la contratación con el Estado.

Se intentará entregar directrices a considerar para agilizar la inscripción y participación como proveedor del Estado en razón de la información que proporcionan las plataformas electrónicas de ChileCompra y la disposición y entendimiento ante y de ésta por parte de la Empresa. También se intentará determinar los beneficios para la empresa como EMT.

Al momento de abordar el tema de empresas en Chile, específicamente el de las EMT, se logró determinar que son un foco relevante en el escenario nacional en cuanto a su presencia empresarial y su relevancia en la generación y absorción del empleo. Queda expuesto en los esfuerzos transversales llevados adelante por los diferentes gobiernos desde los años 90 en adelante. Determinando los siguientes:

- Incentivo al desarrollo productivo y la competitividad
- Apoyo al emprendimiento
- Apoyo a la innovación
- Apoyo a la incorporación de nuevos mercados y negocios

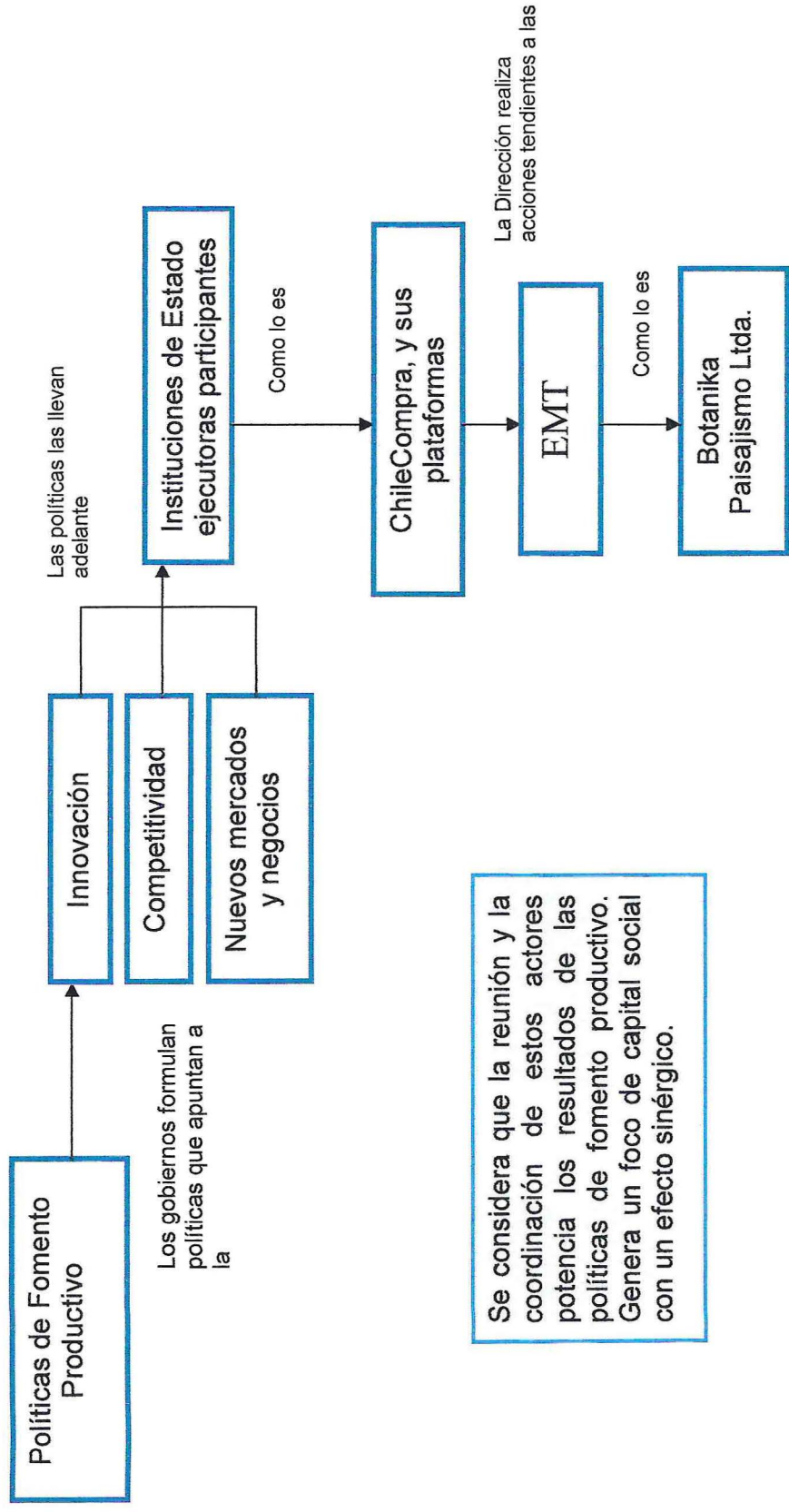
Al momento de abordar el tema del Sistema de Compras Públicas, Chile Compra, se logró determinar que, por medio de sus plataformas, **ChileCompra busca incentivar**

la contratación con el Estado, especialmente de las EMT, ya que entiende la relevancia histórica que ha tenido este tipo de organizaciones en el Sistema. Comprende que el fomentar la inscripción de nuevos proveedores aumenta la eficiencia de los contratos suscritos a través de su portal mercadopublico.cl.

Al abordar los puntos anteriores desde la mirada de la empresa Botánika, objeto del estudio, se logró determinar que existe un interés de la empresa en contratar con el Estado, que comprende los **beneficios que le aportarían en materia de competitividad, innovación y nuevos mercados y negocios**. Pero no sabe de y/o no logra comprender ni **sintetizar la información que le es entregada** para poder lograrlo, **específicamente de la Dirección de ChileCompra y sus plataformas**.

La relación y dependencia que surge entre los esfuerzos de los gobiernos, las acciones de ChileCompra y las EMT, en este caso Botánika, genera un efecto sinérgico. La coordinación entre estos actores potencia las actividades de cada uno de ellos potenciando la obtención y logro de sus objetivos.

Como forma de reunir la información antes expuesta se presenta el siguiente esquema:



En materia de mejoras de la relación existente entre ChileCompra y la empresa Botánica se identificó como problemática el **desconocimiento** por parte de Botánica del Sistema de Compras Públicas, más la forma en que se le presenta la **información**.

En razón de lo anterior, se proponen los siguientes lineamientos generales y/o acciones:

Desde Botanika Paisajismo Ltda.		Desde la Dirección de Compras Públicas y sus plataformas	
Desconocimiento	• Tomar la determinación de contratar con el Estado interiorizando esta acción dentro de las funciones de la empresa. • Invertir tiempo en estudiar la oportunidad de contratar con el Estado, en término de costo-beneficio. • Conectarse a las plataformas de ChileCompra identificando formas de obtener información.	Desconocimiento	• Sumar, otro medio de difusión de la información a las plataformas electrónicas de la Dirección. • Coordinar con otras entidades públicas, por ejemplo de la Red de Fomento Productivo, esfuerzos y acciones que incentiven la inscripción en mercadopulico.cl de EMT como aporte al fomento productivo.
Información	• Exponer por medio de las plataformas electrónicas y medios disponibles las inquietudes sobre la información obtenida en las plataformas de la Dirección de ChileCompra.	Información	• Reunir información clara y explicativa del Sistema de Compras Públicas en un manual de estudio e instructivo que facilite la comprensión de la información a los encargados en las EMT. • Recoger inquietudes y apreciaciones de los interesados en contratar con Estado sobre la información que se encuentra disponible en las plataformas.

Conclusiones

1. Que las acciones que realizan los distintos organismos del Estado en materia de fomento productivo, como ChileCompra, coordinadas entre sí, generarían mayor valor que si se realizan acciones de forma independiente.
2. Que la relación existente entre la empresa Botánica y las distintas plataformas de ChileCompra no es fluida en cuanto a por la forma de comunicación e información, por la forma y publicación de ésta. Una mayor claridad de optimizaría la relación potenciando la competitividad de la empresa, permitiéndole generar nuevos mercados y proyectarse a través de ésta no sólo en el mercado público, sino también para el privado, ya que la información pública por ChileCompra en chileproveedores.cl es pública para el ámbito privado.
3. Que la capacitación que requiere la empresa Botánica para efectivamente materializar contratos con empresas del Estado a través de ChileCompra, le permitiría obtener más y mejor información, para acceder a los beneficios que significa la participación como proveedor del Estado e internamente mejorar sus procesos, lo que significaría en el tiempo posicionarse como una empresa conocida en su rubro.
4. Que los esfuerzos desarrollados por las empresas para participar de los procesos de licitaciones públicas que permitan proveer servicios o productos a empresas del Estado, generaría un impacto positivo en la administración de las plataformas de ChileCompra como forma de retroalimentación de los diferentes procesos que el sistema ha procurado implementar en beneficio de las empresas.
5. Que si bien ChileCompra se sustenta en las plataformas electrónicas, debería atender otros medios de difusión como forma de promoción de beneficios de la contratación con el Estado, atendiendo a generar el máximo de cobertura

posible atendiendo al acceso a ésta desde diferentes contextos culturales, geográficos, etc.

Bibliografía

Libros

- García y Casanueva Rocha del Junco, Julio y Cristóbal *“Prácticas de la Gestión Empresarial”*
- Romero, Ricardo *“Marketing”*, Editora Palmir E.I.R.L.

Documentos y publicaciones

- Políticas de apoyo a las pymes en América Latina, Naciones Unidas Cepal. Julio 2012.
- Políticas Económicas para el Desarrollo de las Empresas de Menor Tamaño, Encuentro Anual de la Micro y Pequeña Empresa 2006, Ingrid Antonijevic, Ministra de Economía
- OIT y SERCOTEC, *La situación de la micro y pequeña empresa en Chile – 2010*. Santiago, Oficina Internacional del Trabajo, 2010.

Páginas Web

- www.sii.cl
- www.mercadopublico.cl
- www.chileproveedores.cl
- www.ine.cl
- www.economia.cl
- www.prochile.cl
- www.sence.cl