

Percepción de los proveedores del sistema electrónico “Chilecompra” en la X^a región-Chile

*Francisco Ganga Contreras*¹
*Marcela Águila Sánchez*²

Resumen

La incorporación de la tecnología en el quehacer gubernamental ha cambiado la relación del gobierno con sus ciudadanos. La implementación de sistemas basados en la tecnología de Internet para hacer más eficiente la labor del sector público, conduce a la sociedad a un proceso de constante adaptación a estas nuevas tendencias. Es así como el Gobierno de Chile ha implementado diversos sistemas para llevar a cabo sus funciones. Uno de ellos es el Sistema de Compras Públicas, conocido como “Chilecompra”, plataforma electrónica en donde se congregan las demandas de bienes y servicios del sector público y las ofertas de los proveedores. Conocer la percepción de los proveedores, respecto de esta nueva modalidad de relación comercial, es el propósito cardinal del presente trabajo. Para ello se exponen antecedentes generales del sistema de compras y se sintetizan las percepciones de los proveedores con respecto a su funcionamiento, después de un año de la puesta en marcha de la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios N° 19.886, más conocida como *Ley de Compras Públicas*. Dichas percepciones fueron captadas a través de la aplicación de una encuesta electrónica cuyos resultados permiten exhibir el grado de satisfacción

Recibido: 09-05-05 Aceptado: 15-11-05

¹ Administrador Público y Licenciado en Administración, de la Universidad de Los Lagos. Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Austral de Chile, DEA en Organización de Empresas y Doctor © en Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas, de la Universidad de Valladolid - España. Actualmente es académico jornada completa de la Universidad de Los Lagos-Chile. Correo electrónico: fganga@ulagos.cl

² Administradora Pública y Licenciada en Ciencias Políticas y Administrativas, de la Universidad de Los Lagos

- Los autores agradecen los aportes (comentarios y sugerencias) realizados por el comité editorial y por los respectivos evaluadores.

que estos actores manifiestan con respecto a la implementación del Sistema Electrónico en la región, lo que contribuye a la toma de decisiones de las respectivas autoridades vinculadas al tema, además de sentar las bases para ulteriores investigaciones en esta materia y otras relacionadas.

Palabras clave: gobierno electrónico, comercio electrónico, tecnologías de la información, gestión pública.

Perception of Providers of “Chilecompra” Electronic System in the Xth. Region-Chile

Abstract

The incorporation of technology to the governmental activity has changed the relationship of the government with its citizens. The implementation of systems based upon Internet technology to make public labour more efficient, leads society towards a process of constant adaptation to these new tendencies. That is how the Chilean government has implemented many systems to pursue its functions. One of them is the Systems of Public Sales, known as “Chilecompra”, an electronic platform that congregates many goods and services’ demands of the public sector and sales to providers. To know the perception of the providers, regarding this new modality of commercial relationship, is the main purpose of this paper. Thus, we expose general antecedents of the system of sales and it synthesizes the perceptions of the providers regarding its functioning, after a year of the execution of the Scholarship Law about Administrative Contracts of the Providing Office and Service Presentation # 19886, better known as Public Sales Law. These perceptions were caught through the application of an electronic survey, whose results allow to exhibit the degree of satisfaction that these actors manifest regarding the implementation of the Electronic System in the region, which contributes to decision making of the respective authorities linked to the issue, and to lay the foundations for ulterior investigations in this issue and others related.

Key words: electronic government, electronic trade, information technologies, public management.

Introducción

Con la creación del Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública Chilena en 1994, se comienza a tejer una serie de proyectos tendientes a impulsar un mejoramiento de la gestión pública, varios de los cuales se basaban en la tecnología de información como herramien-

ta fundamental. Ya en el año 1995 se conectan las primeras computadoras del sector público a Internet, estableciéndose transacciones interactivas con sus usuarios, ejemplo de estos son el Servicio Nacional de Aduanas en 1997 y el Servicios de Impuestos Internos en 1999. En el año 2000 el Presidente de la República esboza la importancia

de la tecnología como una condición para el desarrollo del país, al favorecer el eficiente manejo de la gestión institucional y mejorar la relación entre el Estado y los ciudadanos, temas que se plasman en el Instructivo Presidencial sobre Gobierno Electrónico del 11 de mayo de 2001.

Dentro de estos esfuerzos se encuentra la reforma al mercado de las compras públicas, con la masificación del Sistema **Chilecompra**, iniciativa que forma parte de la *Agenda Pro-Crecimiento, Digital, Probidad y Transparencia*, y cuya Ley N° 19.886 entró en vigencia en agosto del año 2003.

Desde el punto de vista de las empresas, éstas deben intensificar el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), -aquellas herramientas que permiten el acceso, organización, procesamiento y análisis de la información de una manera óptima y fácil, de tal forma que, la utilización de las mismas implique ventajas para la empresa y el logro de mayor competitividad (Albornoz, Vergara y Failla, 2002)-, ampliando la conectividad a la red e impulsando un mayor y mejor uso de Internet, lo que implica el desarrollo de un comercio electrónico eficiente. Como parte de este plan, se pretende que toda la comunidad empresarial participe en Chilecompra, punto de encuentro de proveedores e instituciones del Estado, y sean parte de este cambio en el sistema de compras públicas, que permite acceder a un mercado de profusas oportunidades de negocios, con mayor facilidad en el acceso a la información y a menores costos que el comercio tradicional.

Con esta nueva forma de hacer negocios, no solo se le concede transparencia al proceso,

sino que además, el ofertante contrae su estructura de costos, dado que puede hacer disponible sus productos, sin necesidad de tener que exhibirlos físicamente al demandante, pues, este último puede acceder a ellos mediante un escaparate electrónico.

Dada estas condiciones el objetivo general del presente trabajo es explorar la percepción de los proveedores del sector público chileno, respecto del Sistema de Compras y Contrataciones Públicas en la Región de Los Lagos, a un año de la puesta en marcha de esta plataforma de negocios electrónica. Para alcanzar este propósito, se efectúa una revisión bibliográfica, la cual permite establecer los fundamentos teóricos que sustentan la indagación.

Opinión de los proveedores del sistema Chilecompra

Con la creación y existencia de sistemas que permiten el manejo y procesamiento de datos, fundamentales para los procedimientos administrativos, la sociedad se inserta en la era del conocimiento. Parte importante de esta “sociedad” lo constituyen los sistemas de información y por supuesto la tecnología Internet. Esta última, se constituye en herramienta fundamental para concretar transacciones con el Estado a través del nuevo sistema de compras del sector público, conocido como: **Chilecompra**.

El plan de acción 2004-2006 destaca que en el año 2003 casi el 100% de las grandes y medianas empresas, así como el 40% de las pequeñas, contaban con conexión a Internet. No obstante, en lo que se refiere a los usos más avan-

zados de las TIC, se verifican significativos déficit. Las empresas usan Internet para informarse de lo que hace el sector público y para conocer el estado de sus cuentas corrientes y depósitos, pero –con excepción de algunos servicios básicos que tienen rápida conexión a Internet– efectúan escasas transacciones. Al mismo tiempo, sólo el 15% de las empresas se relaciona con sus proveedores y clientes vía red. Más aún, sólo el 25% de estas tiene sitio web. Estos resultados no son buenos si los comparamos con los de los países desarrollados que efectúan tres a cuatro veces más transacciones de compra y venta. En la Décima Región el promedio de computadores personales (PCS) en los hogares es de 7.14% de un total de 1.073.135 de habitantes en la Región, y las conexiones a Internet promedian el 2.5%, siendo las comunas de Valdivia, Puerto Montt, Puerto Varas, Castro, Osorno, Chaitén, Ancud y Llanquihue las que poseen una existencia de PCS superior al 10% de sus hogares (Censo, 2002).

A lo anterior, es preciso añadir que a un año de la entrada en vigencia de la Ley de Compras Públicas no había conocimiento de la opinión de los proveedores regionales del Estado, del funcionamiento del actual Sistema de Compras del sector público, lo que implicaba desconocer la evaluación que éstos actores podían realizar de la plataforma de compras "Chilecompra" y por ende, se había ignorado las probables situaciones positivas o negativas que se presentaban con el portal y que pudieran elevar o entorpecer la operatividad del mismo.

También es necesario hacer referencia al acceso a Internet y a la "destreza operativa di-

gital" que pueden o no tener los comerciantes o empresarios regionales para desenvolverse sin dificultades en la Red, y poder de esta manera, participar en el Sistema Electrónico de Compras y Contrataciones Públicas Chilecompra. Por otro lado, existe a nivel nacional, una relativa concentración de oferentes por rubros, y la oferta de proveedores muestra una fuerte concentración en el rubro de componentes y suministros para comunicaciones, representando un 10% del total de los proveedores en abril de 2004. Esta oferta no es proporcional a la demanda de servicios públicos regionales, que se concentra en: equipos de oficina, accesorios y suministros; comida, bebidas y tabacos; servicios de transporte, bodega y correo.

No existe en la región ni a nivel nacional, una evaluación del portal Chilecompra que represente la opinión de los proveedores de la Décima Región, si bien la Dirección de Compras Públicas ha encuestado a una muestra de proveedores a nivel nacional para medir la calidad de servicio del Sistema, las respuestas obtenidas de la Décima Región no superan el 1%, lo que podría no representar en forma significativa la opinión de los proveedores de la región.

Comercio electrónico y las organizaciones

Una institución sea pública o privada, debe estar actualizada con los avances de la tecnología si quiere competir en igualdad de condiciones con sus pares. Para tener éxito, las organizaciones deben equilibrar el conocimiento y la experiencia

en el negocio con el desarrollo exponencial de la tecnología y su impacto en la sociedad (Elsenpeter y Velte, 2001). Lo expresado en forma a priori, es absolutamente necesario, dado que la evidencia empírica ha demostrado, que las empresas que han considerado la tecnología como factor crítico de éxito (estratégico), han logrado la anhelada viabilidad. Porter ya lo consideraba así en los años 80, cuando en su libro “Estrategia competitiva”, expresaba que la tecnología está contenida en cada actividad de valor de una empresa, y por lo tanto es relevante, debido a que afecta positivamente a las ventajas competitivas y a la estructura del sector industrial.

Lever (2004), asevera que las TIC están redefiniendo parte de los patrones conductuales que regulan la interacción social: para ciertos propósitos, el tiempo y el espacio han dejado de ser dimensiones restrictivas en el accionar de las personas, las empresas y los gobiernos. Las TIC están revolucionando la actividad económica mundial con un alcance transversal sin precedentes, en la totalidad de los sectores productivos y en especial en aquellos que utilizan en forma más intensiva la información. Las TI apuntan hacia la optimización del uso de los recursos en las empresas, así como al interior de los mercados, induciendo aumentos de eficiencia en los servicios al cliente interno y externo. Por lo tanto, las organizaciones modernas deben invertir en tecnología y por ende, en sistemas de información para fortalecer las estructuras internas y abrirse camino en los nuevos mercados.

Como lo plantea Illanes (1999), las Tecnologías de la Información corresponden a una

tendencia moderna de creciente utilización en las organizaciones, aplicada a la administración estratégica. Se trata de utilizar tecnología al servicio de la información, como un medio para favorecer las decisiones y también el servicio a consumidores y por esa vía obtener ventajas importantes sobre la competencia. A su vez, permite “replantearse las cosas, con un claro direccionamiento estratégico, facilita crear nuevos productos y mercados, nuevos canales de distribución y reducir de un modo apreciable el costo de las actividades de negocios”.

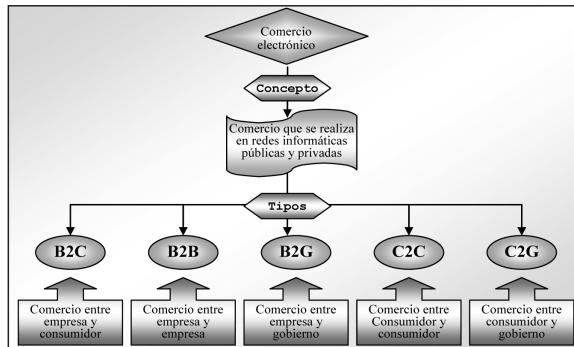
Las TIC producen efectos en las organizaciones que van de cambios en la estructura organizacional y en las funciones, mejoran prácticas y decisiones gerenciales, producen efectos en la productividad, efectividad y ventajas competitivas, simplifica procesos y procedimientos, entre otros aspectos. Con estas herramientas tecnológicas se generan nuevos negocios; es el comercio electrónico, que como plantean Albornoz et al. (2002), el que permite diversificar los canales tradicionales usados para proveer de bienes y servicios. Básicamente, el comercio electrónico permite dar a conocer la empresa, conquistar clientes sin dificultad de distancia y además, permite vender a nuevos mercados.

El comercio electrónico es un término relativamente nuevo que se relaciona con la utilización de las TIC en las transacciones de una empresa, es decir, el uso de la tecnología para ofrecer y vender “en línea” los productos de una compañía. Decimos que es relativamente nuevo, pues, hacen más de diez años que existe un protocolo que se conoce con el nombre de *electronic*

data interchange (EDI), el cual ha sido utilizado para el intercambio de documentos. Ahora bien, el *homebanking* es otra variable de comercio electrónico, que ya tiene sus años de vida, y consiste simplemente en transacciones bancarias realizadas desde un computador personal.

Complementariamente, se debe señalar que existen varias clases de comercio electrónico, las cuales pueden observarse en la **Figura 1**.

Figura 1
Comercio electrónico:
concepto y tipología



Fuente: Ganga y Aguila, basado en Benvenuto (2002), Navarro, L, Pastor J, Pastor, A. (2004).

El comercio electrónico, por lo tanto, trata de fusionar en línea dos negocios que son capaces de optimizar sus operaciones y su rentabilidad mediante la tecnología. Para muchas organizaciones, los beneficios del comercio electrónico los llevan de las prácticas comerciales convencionales, a una nueva oficina sin papeleo, más dinámica y flexible (Elsenpeter y Velte 2001).

Con tantas transacciones en línea, se han creado lugares donde se plasman transacciones comerciales, facilitando así la transmisión electrónica de información y la reunión de demandantes y oferentes, es decir, una plaza de mercado. Un mercado reúne variadas ofertas de vendedores y compradores interesados, lo que en conjunto implica beneficios y reducción de costos de compra y en los costes de venta para proveedores. El mercado con Internet agrupa a las relaciones comerciales online de clientes y proveedores, comercializando productos en gran escala. A través del globo son variadas las organizaciones que se han beneficiado de los mercados digitales. Se da una mayor reducción en los costos de administración, debido a las transacciones electrónicas, mejores oportunidades de acuerdos con proveedores en plazos de entrega, calidad y precio; y la calidad de la información por su parte, se encuentra garantizada (Fritis Olivera y Salas, 2003). Un ejemplo de este tipo de mercado lo constituye la plataforma electrónica Chilecompra implementada por el gobierno de Chile que sirve de punto de encuentro de compradores (servicios públicos) y proveedores del Estado. Este sistema es diferente al comercio electrónico tradicional, dado que funciona sobre la base de un intermediario que permite mayor eficiencia en las relaciones comerciales (**Ver Figura 2**).

Figura 2
Comercio virtual Chilecompra



Fuente: Portal Chilecompra

Gobierno electrónico chileno

La modernización del Estado constituye un requisito imperativo para lograr el desarrollo competitivo del país y una condición fundamental para el bienestar social, especialmente para los sectores de menores ingresos o que viven en regiones y zonas apartadas del país.

La modernización del Estado no se limita a un problema tecnológico, más bien se trata de modernizar la gestión gubernamental. Para ello, la tecnología en la gestión del Estado requiere de un marco jurídico adecuado que dé cabida a su utilización; sin recursos humanos capacitados debidamente; sin contenidos integrados de información que proporcionen un entorno *colaborativo* entre las entidades públicas; y sin una infraestructura de redes integral que le otorgue coherencia al modelo de un Estado global. De

esta forma, el Estado tiene intrínsecamente planteado un constante desafío social, y por ello, debe disponer de una estrategia o visión de país respecto de las TICs. Esta es la base conceptual que posibilita el desarrollo de estas tecnologías, tanto para las personas como para el Estado, y permite tener objetivos claros, conocidos por todos los actores y su implantación debe emanar desde el nivel más alto de gobierno. Para su definición, es relevante conocer las tendencias internacionales del tema y cotejar la experiencia de países que ya han tomado un camino claro con respecto a las TICs. Sin duda alguna, la tendencia principal es el acceso global a internet y a servicios e información en línea.

De acuerdo a esta corriente, el gobierno de Chile ha avanzado en la incorporación de las TIC a la gestión gubernamental, desarrollando de esta manera el llamado Gobierno Electrónico (e-gobierno), que se entiende como una nueva forma de Gobierno y gestión, que no puede desarrollarse sin TICs. Esta nueva forma de gobierno y gestión posibilita un funcionamiento mucho más eficiente del sector público, una mayor transparencia y mejores servicios a los ciudadanos. A partir de esta realidad, el gobierno chileno se ha propuesto una serie de metas, las cuales se muestran en la **Tabla 1**.

A partir de la agenda electrónica de gobierno, se prospectan una serie de proyectos tanto transversales, como sectoriales de alto impacto. En la **Tabla 2**, se puede observar el nombre de estos planes, junto con la institución responsable de su diseño y operacionalización.

Tabla 1
Objetivos del gobierno electrónico

Propósitos generales	Propósitos para la sociedad
- Aumentar niveles de eficiencia en la gestión pública;	- Acelerar el tránsito desde una administración auto centrada a una centrada en el ciudadano.
- Disminuir costos de transacción y coordinación en la interacción entre entes públicos.	- Mejorar la calidad de los servicios que se proveen y las modalidades de su provisión.
- Generación de incentivos y prácticas que faciliten modalidades de gestiones innovadoras y creativas.	- Facilitar los cumplimientos de las obligaciones de los ciudadanos con el Estado.
- Manutención y constante superación de los grados de transparencia de esas actividades.	- Disminuir en forma significativa los costos de transacción entre ciudadanos y agentes públicos.
	- Suprimir progresivamente barreras, ineficiencias e irracionalidad en la interacción entre privados y sector público.
	- Facilitar el escrutinio ciudadano de la información, actividades y calidad de la operación presentes en ese sector.
	- Transformar al Estado en un facilitador del crecimiento y de distribuciones de los niveles de bienestar social que aquél va posibilitando.

Fuente: Ganga y Aguila basado en la Agenda Gobierno Electrónico 2002-2005

Tabla 2
Proyectos sectoriales y transversales de alto impacto

Proyectos transversales	Institución responsable
- Intranet del Estado.	- Ministerio del Interior.
- Portal Chilecompra.	- Dirección de Aprovisionamiento del Estado.
- Sistema de información para la gestión financiera del Estado.	- Dirección de Presupuestos.
- Ventanilla única de la empresa.	- Ministerio de Economía
- Ventanilla única del ciudadano consumidor.	- Servicio Nacional del Consumidor.
- Sistema nacional de información territorial.	- Ministerio de Bienes Nacionales.
- Programas de formación en tecnologías de la información.	- Subsecretaría de Telecomunicaciones, Secretaría General de la Presidencia, Instituto Tecnológico de Chile.
- Programa nacional de infocentros	
Proyectos sectoriales	Institución responsable
- Factura electrónica.	- Servicio de Impuestos Internos.
- Nuevo sistema de identificación	- Servicio de Registro Civil e Identificación.
- Declaración de evaluación de impacto ambiental electrónico.	- Comisión Nacional de Medioambiente
- Uso de timbre digital en la emisión de certificados por Internet.	- Servicio de Registro Civil e Identificación.
- Emisión de certificados de reclutamiento por Internet.	- Dirección General de Movilización Nacional.
- Servicios electrónicos para el registro de marcas y propiedad intelectual.	- Departamento de Propiedad Industrial, Subsecretaría de Economía.
- Informe de endeudamiento en el sistema financiero a través de Internet.	- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.
- Sistema de apoyo a los establecimientos subvencionados.	- Ministerio de Educación.
- Sistema integrado de servicios de atención al trabajador.	- Ministerio del Trabajo y Previsión Social.

Fuente: Ganga y Aguila, basado en Chateau 2004.

Lo anterior es concordante con lo expresado por Albornoz et al (2002), quienes sostienen que acelerar la informatización del Estado, además de reducir los costos en la administración del Estado, genera un incentivo en las personas y empresas para conectarse a la red, pues se puede acceder de manera rápida y expedita a información sobre trámites y otros temas de interés, realizar trámites en línea, participar de licitaciones, concursar en algún proyecto, etc.

A su vez, Zavala (s/f) manifiesta que “la construcción de portales y sitios web son parte fundamental del conjunto de estrategias que han seguido los gobiernos de diversos países para acercarse y mantener informada a la ciudadanía. Estos instrumentos han permitido que la sociedad en su conjunto pueda acceder a un cúmulo de servicios, trámites e información clasificada y ordenada desde un mismo sitio, a cualquier hora y lugar, a un bajo costo. La importancia y utilidad de los portales es tal que algunos países han destinado enormes recursos financieros y técnicos en la elaboración de una política nacional de impulso y desarrollo de portales. En este sentido son digno de hacer mención los esfuerzos que en la materia han realizado Canadá, Estados Unidos, Singapur entre muchos otros”. Winograd (s/f) plantea que no es suficiente que el gobierno se vuelva más accesible a través del uso de la tecnología, más bien necesita entregar servicios de una manera transparente, que gane la confianza de los ciudadanos. Para cada ciudadano, el *e-gobierno* representa la posibilidad de traer el gobierno a su casa o a la comunidad.

Según representantes de instituciones estatales y privadas, el Estado está conciente que para enfrentar el tema de la introducción de las tecnologías de información a las funciones gubernamentales, es preciso un trabajo conjunto entre el mundo privado y el mundo estatal, como único mecanismo para llegar al establecimiento de un gobierno digital al servicio de las personas, eficiente y moderno en los próximos años. Alfredo Piquer (2002), Presidente de Optimisa, manifiesta que un *e-government* tiene un efecto multiplicador, pues no sólo mejora la infraestructura de servicios y la competitividad del país, sino que motiva al resto de la sociedad.

Esta nueva forma de gestión gubernamental se expresa en la existencia de 213 sitios web de servicios públicos; el portal trámite fácil, la red enlaces, la instalación de 200 infocentros al nivel vecinal y local, el proyecto electrónico Chilecompra, diseñado para mantener información actualizada sobre las operaciones de abastecimiento del sector público nacional utilizando Internet, otorgando una cuota de transparencia a los procesos de compras, ya que permite una participación sin discriminación en todos los procesos, de proveedores que deseen hacer negocios con el Estado y que estén inscritos en el portal. Es claro entonces, que Chilecompra, se ha transformado en un aporte nacional a la modernización del Estado y la transparencia (Jorquera, 2004). Sobre este último punto, Víctor Moya (2002) destaca el tema de la transparencia como fundamental, dado que afortunadamente en la actualidad, existe total nitidez en los llamados a licitación y luego en las adjudicaciones de los proyectos.

Sistema Electrónico de compras y contrataciones públicas: Chilecompra

El gobierno central, gobiernos regionales, intendencias, gobernaciones, municipios, fuerzas armadas, entidades autónomas como el Banco Central, Contraloría General de la Republica, Consejo de defensa del Estado, así como el Poder Legislativo y el Poder Judicial se encuentran regidos por la Ley de Compras Públicas N° 19.886 (Ministerio de Hacienda, 2003), que sirve como marco normativo flexible y como ente regulador del mercado de las Compras Públicas, por estar constituido por reglas básicas de transparencia y procedimientos en materia de compras y contrataciones, por tanto, la Ley de Compras Públicas crea tres nuevas entidades para cumplir con sus características de eficiencia, transparencia y ahorro: La Dirección de Compras Públicas, el Tribunal de Contratación Pública y el portal <http://www.chilecompra.cl>

El gobierno de Chile, utiliza como medio oficial para publicar las compras y transacciones que requiere para su funcionamiento, el llamado Portal Chilecompra. Una de las características que tiene este sistema electrónico de información es su gratuidad y el libre acceso público.

Desde la perspectiva de los organismos del Estado, todos aquellos que son regidos por la Ley N° 19.886 deben cotizar, licitar, contratar, adjudicar y desarrollar todos sus procesos de Adquisición y Contratación de Bienes y Servicios utilizando solamente los Sistemas Electrónicos que establezca la Dirección de Compras y Contratación Pública. De esta forma, el gobierno Central, los Gobiernos Regionales, las Intendencias,

las Gobernaciones, los Municipios y las Fuerzas Armadas, deberán informar en el portal respectivo (Chilecompra) de todas sus compras y contrataciones, hecho que da mucha transparencia al proceso.

Con el uso del Sistema de compras y contrataciones públicas y su interrelación con otras herramientas promovidas por el Gobierno (firma digital y factura electrónica), el ciclo de compras del Estado pasará a ser totalmente digital. Tal situación representa un impulso al desarrollo del gobierno y comercio electrónico en Chile.

El sistema de compras y contrataciones públicas opera a través de la tecnología Internet. Gracias a esta tecnología los compradores (servicios o entidades públicas), proveedores (persona natural o jurídica que ofrece un bien o servicio) y todas aquellas personas que deseen conocer qué están comprando los servicios públicos, pueden ingresar a www.chilecompra.cl y revisar la información contenida en dicha página.

Cada vez que una entidad pública necesita adquirir un bien o contratar algún servicio, surge una orden de compra electrónica, que es enviada vía correo electrónico a todos los proveedores inscritos en Chilecompra y que se registran en un determinado rubro del “catálogo de rubros”.

El mecanismo para comprar con el Estado Chileno depende del tipo de adquisición. Una adquisición se entiende por licitación o propuesta pública, licitación o propuesta privada y trato o contratación directa. De acuerdo al art. 7° ley 19.886, la Licitación o Propuesta Pública es el “Procedimiento administrativo de carácter con-

cursal, mediante el cual la administración realiza un llamado a través del sistema de información, convocando a los interesados para que, sujeto a las bases fijadas, formulen propuestas, de entre las cuales el organismo seleccionará y aceptará la más conveniente. La Licitación o Propuesta Privada por su parte, es 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”. Procede hacer una propuesta privada, en el caso que en una Licitación Pública no se presenten interesados o bien las ofertas recibidas no resulten convenientes a sus intereses. El Trato o Contratación Directa 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.

Existe otra modalidad de compras que se conoce como compra por Convenio Marco. Un Convenio Marco se traduce en un catálogo, que contiene una descripción de los bienes y servicios ofrecidos y las condiciones de contratación por proveedores a los que se les adjudicó un Convenio Marco. Cada servicio estará obligado a consultar el catálogo antes de proceder a llamar a una licitación pública, licitación privada o trato o contratación directa. Si el Catálogo contiene el bien y servicio requerido, el servicio deberá adquirirlo emitiendo directamente al proveedor inscrito en

dicho catálogo, una orden de compra, salvo que obtenga directamente condiciones más ventajosas, a través del sistema de información, mecanismo de contrataciones apropiado de acuerdo a la Ley de Compras y al Reglamento. La suscripción de estos convenios marco será voluntaria para las municipalidades y las fuerzas armadas y de orden y seguridad pública, de acuerdo al artículo 30 letra d) incisos 3° y 4° de la Ley de Compras.

Queda excluida de Chilecompra toda aquella información relativa a contrataciones calificadas como de carácter secreto, reservada o confidencial, gastos de representación, impuestos, consumos básicos, arriendos de inmuebles, gastos de edificios o comunidades, gastos bancarios, gastos notariales, compras impugnables a caja chica, adquisiciones inferiores a 1 UTM.

Análisis de Chilecompra en la Región de Los Lagos

Un Proveedor es cualquier persona natural o jurídica, chilena o extranjera, que acreditando su situación financiera e idoneidad técnica, está habilitada para participar en llamados realizados a través del Sistema de Información, para la contratación o compra de un bien o servicio necesario para la gestión pública.

Para inscribirse en el portal, el proveedor debe llenar un formulario en línea que se encuentra en el sitio www.chilecompra.cl. Una vez completado este formulario el sistema le envía un correo electrónico al proveedor con los datos necesarios para que pueda ingresar al sistema y ofrecer bienes y servicios, nombre de usuario,

organización y clave de acceso. Dentro del ambiente proveedor se puede revisar las licitaciones publicadas para participar en ellas; de adjudicarse una adquisición, se envía la orden de compra respectiva.

A través de la firma de un protocolo de acuerdo de trabajo conjunto entre el director de la dirección de compras y contrataciones públicas y el intendente de la décima región de Los Lagos, se creó la Coordinación Regional de Chilecompra en mayo del 2003, integrada por un Coordinador regional y un profesional de apoyo. Dentro de sus funciones están la formación de mesas de trabajo sectoriales con los distintos órganos involucrados en el nuevo sistema de compras públicas; la elaboración de un plan de trabajo que contemple aspectos de la difusión, implementación, formación y estructura de Chilecompra a nivel regional, tanto a usuarios compradores como proveedores, entre otras.

Para hacer una evaluación del sistema Chilecompra se hizo un muestreo a la población usuaria. La población objeto de estudio, corresponde a las personas naturales y jurídicas de la Región de los Lagos que ofrecen un bien o servicio, que están inscritos en el Sistema de Compras y Contrataciones Públicas al mes de marzo del año 2004 y, que al momento de inscribirse en el portal de Chilecompra registraron un mail de contacto o correo electrónico. En ese caso la población alcanzaba para el momento del estudio a 5.480 individuos. Los datos se obtuvieron de la base de datos de la Dirección de Compras Públicas. Fueron requeridos a través de una solicitud emanada de la Coordinación Regional de Chile-

compra Décima Región. La muestra se determinó, para efecto de la aplicación de la encuesta que recoge la opinión de los proveedores de la Décima Región, con respecto al sistema electrónico de compras públicas; se trató de una muestra representativa a través del método de muestreo aleatorio simple (235 proveedores), con un margen de confiabilidad del 95%. En la investigación se utilizaron fundamentalmente fuentes secundarias de recolección de información, es decir, información de libros, documentos escritos, revistas, medios de información. Se revisaron diversos tipos de material impreso específicamente para la elaboración del marco teórico, entre los cuales cabe mencionar, libros relacionados con el tema, documentos oficiales y leyes. A través de Internet se extrajeron varios datos e información que sirvieron de base para la ejecución de la investigación. Entre estos datos se puede indicar los correos electrónicos de los proveedores regionales, que envió la Dirección de Compras Públicas.

Para recoger las impresiones de los proveedores de la región respecto del sistema electrónico de compras y contrataciones públicas, se extendió una encuesta de 23 preguntas de tipo cerradas y semicerradas, y se aplicaron durante el mes de septiembre del año 2004. La encuesta se envió electrónicamente a los proveedores de la región que contaban con correo electrónico para el mes de marzo del año 2004, tabulándose un total de 247 encuestas. Una vez obtenidos los datos, éstos fueron procesados a través del software Dyane versión 2.

El mayor porcentaje de proveedores encuestados correspondió a la provincia de Llan-

quihue, con cerca de un tercio de los encuestados, seguidos de empresarios de la Provincia de Valdivia, Osorno, Chiloé y en menor número proveedores de la Provincia de Palena. Los resultados obtenidos se aprecian en la **Tabla 3**:

Tabla 3
Porcentaje de proveedores encuestados

Área geográfica	Porcentaje
Provincia de Valdivia	34,4%
Provincia de Llanquihue	27,1
Provincia de Osorno	22,1
Provincia de Chiloé.	6,9
Provincia de Palena	0,8
No contesta	8,1

Fuente: Ganga y Aguila, 2005

Los principales resultados obtenidos de la encuesta aplicada a proveedores de la X región, dejan en evidencia el alto número de micro y pequeños empresarios inscritos en el nuevo sistema de compras públicas. Esta información es semejante a la obtenida por la dirección de compras públicas en la encuesta que aplicó en el mes de agosto del año 2004, en donde un grupo muy parecido de los encuestados a nivel nacional señaló pertenecer a estos grupos de empresarios. Los porcentajes promedian el 54% de los proveedores encuestados en cuanto a microempresarios y un 33% en el caso de los pequeños. Por su parte, el 13% restante representa a los medianos y grandes empresarios con una diferencia en los porcentajes de alrededor de un 4,5% aproximadamente.

Considerando los motivos que tuvieron los proveedores para inscribirse en Chilecompra, más de la mitad de los proveedores respondieron que se habían inscrito en Chilecompra porque era necesario hacerlo para vender a las instituciones públicas, lo que permite esbozar la idea de que este porcentaje representa a los usuales proveedores del sector público y el porcentaje restante, que representa un ejemplo de la trascendencia de este nuevo sistema, al permitir la participación de nuevos empresarios en el mercado de las compras públicas. Al mismo tiempo, un grupo de proveedores, que supera la mitad de los encuestados, señaló que las oportunidades de negocios a las que podían acceder con la inscripción en Chilecompra, era uno de los motivos principales por el cual se inscribieron en este sistema de compras; porcentaje que permite deducir la clara visión que poseen estos empresarios, al ver en el mercado de las compras públicas una buena alternativa para aumentar sus ventas y ampliar su mercado.

Por otro lado, del alto porcentaje de proveedores regionales encuestados que declaró no haber tenido dificultades al momento de inscribirse en Chilecompra, se puede inferir que este alto porcentaje puede deberse a que los procedimientos para inscribirse como proveedor en Chilecompra sean entendibles y fáciles de realizar. Por su parte, el porcentaje de proveedores que presentó dificultades en la inscripción, mayoritariamente corresponde a microempresarios, los que declararon en un alto porcentaje que la dificultad radicó en el desconocimiento del manejo de la plataforma electrónica Chilecompra; situación parecida manifestaron los pequeños empresarios de la zona.

En este sentido, el que micro y pequeños empresarios sean quienes presentaron mayores inconvenientes en la inscripción, muestra que este segmento es más proclive a la falta de conocimiento y destreza en temas relacionados con las nuevas tecnologías, por ende, es más fácil encontrar en estos grupos, a personas que carecen de un buen dominio de un PC e Internet, no así en las medianas y grandes empresas en las cuales es más factible encontrar personas capacitadas en estas materias.

Respecto al lugar desde dónde se conectan a Internet y por ende a www.chilecompra.cl, el mayor porcentaje de proveedores encuestados (76,9%) se conecta desde su lugar de trabajo. La conexión desde cyber café o infocentros es pequeña, no representa más del 6.5% de los encuestados, siendo micro y pequeños empresarios los que utilizan estos centros.

Estas cifras se pueden comparar a las obtenidas por la Dirección de Compras Públicas, las cuales muestran que el 71% de los encuestados a nivel nacional se conecta a Internet desde su lugar de trabajo para acceder al portal de Chilecompra. La respuesta de la décima región en aquella oportunidad mostró que el 62% de los proveedores se conectaba de igual manera. En cuanto a quienes se conectan desde su domicilio, la respuesta nacional a esta alternativa fue de un 20%, en tanto, la respuesta de la X^a región en aquella oportunidad fue de un 15%. Este porcentaje varía considerablemente en comparación a las cifras obtenidas en la encuesta regional que se presenta en este estudio, en la cual los proveedores declaran con un 28% de frecuencia que se conectan desde

su domicilio para acceder al portal de Chilecompra.

Por otro lado, del total de proveedores que manifestaron tener claridad en los procedimientos que deben realizar para ofrecer en Chilecompra (65.9%), la mitad corresponde a microempresarios. Si bien es cierto, que existe un alto porcentaje de proveedores que declara entender los procedimientos que deben realizar para ofertar en Chilecompra, también es cierto que existe un porcentaje de proveedores que no tiene esa claridad (cerca de un tercio de los encuestados), lo que evidentemente puede constituir un impedimento o inconveniente para participar en igualdad de condiciones en las licitaciones y de esta forma, tener la oportunidad de adjudicarse una adquisición de bienes o servicios.

La tasa de participación de los proveedores en las licitaciones de los servicios públicos informadas a través del sistema, mayoritariamente se concentra en el rango de 0 a 5 ofertas, lo que indica que existe una moderada participación de los proveedores de la X^a región en este sistema, que permite presumir a su vez, que estos proveedores se van adaptando paulatinamente a esta nueva forma de vender al Estado. Lo mismo ocurre con la tasa de adjudicaciones, en la cual un altísimo número de proveedores de la región se ha otorgado entre 0 y 5 adquisiciones.

Si se analiza las respuestas de los proveedores regionales en cuanto al grado de conocimiento que poseen de los contenidos que se encuentran en www.chilecompra.cl, hay que recordar que del total de encuestados la mayoría manifiesta poseer un grado de conocimiento regular sobre

estas materias, y un porcentaje levemente menor estima que es bueno. Esta situación, permite inferir que los proveedores no sólo utilizan la plataforma electrónica básicamente para realizar ofertas, sino que también dedican tiempo a la revisión del material existente en la página Internet de Chilecompra.

Desde el punto de vista de la evaluación que hacen los proveedores del grado de utilidad que tiene para ellos la información contenida en Chilecompra, las cifras indican que la información contenida en Chilecompra es de calidad, oportuna y confiable siendo realmente un aporte para los proveedores que visitan la página Internet del sistema de compras públicas.

Al analizar las calificaciones que los proveedores otorgan a los servicios ofrecidos por Chilecompra (mesa de ayuda, noticias, centro información, contacto), se señala el grado de aprobación y satisfacción de los proveedores respecto a los servicios; la gran mayoría califica a los servicios como buenos y sólo un 0.8% los califica como malos, representando la opinión de micro y pequeños empresarios. Los proveedores que no conocen los servicios representan el 24%, cifra significativa que puede deberse a que estos proveedores no suelen revisar la página Internet de Chilecompra o que no han tenido la necesidad de utilizar estos servicios.

Otra de las interrogantes planteadas tiene que ver con el conocimiento que tenían los proveedores, de los bienes y servicios que más se demandan en la región. Los resultados muestran que un alto porcentaje de los proveedores no conoce estos bienes y servicios, de los cuales el

mayor porcentaje pertenece a las microempresas y el menor a empresas medianas. Esta realidad explicaría el porqué de la concentración de oferentes en rubros que no tienen mayor demanda en la región, es decir, que el desconocimiento de esta demanda o bien y la escasez de oferentes en aquellos rubros que más se demandan en la X^a región, podría ser la causa de la falta de proveedores en esas áreas de la economía, con mayor solicitud regional.

Los proveedores en su gran mayoría (85,0%) no se han capacitado para trabajar con Chilecompra, mayoritariamente son micro y pequeños empresarios. De acuerdo a esta cifra y a otras ya mencionadas, se podría interpretar que si bien los proveedores no han recibido capacitación en el uso del portal de Chilecompra, la capacitación no ha sido necesaria para un gran porcentaje de los proveedores encuestados, ya que la baja participación puede deberse a que los empresarios no han tenido dificultades o problemas para un correcto uso del portal de Chilecompra, puesto que un número importante de proveedores ha declarado no haber tenido inconvenientes en la inscripción y otro tanto manifiesta no presentar mayores inconvenientes en los procedimientos que deben realizar para ofertar en Chilecompra; por lo tanto, las capacitaciones realizadas hasta este momento se podrían catalogar como suficientes en la medida que satisface la necesidad de capacitación regional.

En cuanto al grado de transparencia, los resultados muestran que más del 65% de los encuestados considera que Chilecompra sí contribuye a otorgar un mayor grado de transparencia

a los procedimientos de compras. Esta cifra hace presumir que el objetivo central de Chilecompra se está cumpliendo, si bien existe un porcentaje de proveedores que piensa que Chilecompra no entrega esa cuota extra de transparencia en los procesos de compras, esto puede deberse a situaciones específicas que van del desconocimiento del sistema por parte de los proveedores, a la poca claridad en las actas de adjudicación que emanan de las entidades públicas y que el sistema no explica detalladamente las razones por las cuales le adjudica una determinada licitación a un proveedor y no a otro.

Considerando el tema de la Coordinación Regional de Chilecompra, se destaca la gran cantidad de proveedores que no conoce la existencia de ésta, porcentaje que supera el 85% de los proveedores encuestados. Sólo el 10.9% conoce la presencia de Chilecompra en la región a través de su Coordinación. Sobre este último porcentaje cabe mencionar que aunque es bastante bajo, la evaluación realizada por aquellos proveedores que sí conocen esta Coordinación es positiva, es decir, que los proveedores regionales encuestados consideran la gestión de la coordinación como buena en un 44%. Estas cifras permiten suponer que el gran desconocimiento que existe entre los proveedores regionales de la existencia de la Coordinación regional de Chilecompra se debe, entre otras cosas, a la poca difusión de este sistema en la región. Además, hay que mencionar que esta coordinación llevaba en funcionamiento poco más de un año y que sólo se constituye del coordinador y un profesional de apoyo, los que realizan diversas funciones de socialización y de capacitación operativa sobre el uso

del portal, tanto a proveedores como a las instituciones del sector público. Cerca de la mitad de los proveedores encuestados califica la difusión del sistema en la región como regular y solo un 0,8% la considera excelente.

Por último, es importante destacar la evaluación que hacen los proveedores de sus experiencias con Chilecompra. Es así, como un 17,4% del total de proveedores que respondieron la encuesta califican su experiencia como mala, el 38.4% estima que es regular, un 40.4% cree que ha sido buena y un 2% la considera excelente. Estos dígitos exhiben que la generalidad de los proveedores encuestados de la región están conformes con su experiencia con Chilecompra exponiendo un grado de satisfacción moderada. Sobre el porcentaje de proveedores que calificó su experiencia como mala, se puede mencionar que varios de ellos manifestaron que esta experiencia se debió a situaciones tales como la poca claridad en lo que solicitan las instituciones públicas y en las adjudicaciones, la dificultad y el poco tiempo que tienen para realizar sus ofertas, la abundancia de competencia, las demoras en el pago, entre otras situaciones. Sobre ese particular hay que señalar que es entendible la opinión que expresan los proveedores, puesto que se puede constatar que varias de esas situaciones se dan efectivamente en algunas licitaciones. Tal como se demuestran en el portal, lo atinente con las licitaciones publicadas; es posible que sea por lo novedoso del sistema, tanto para los proveedores como para los funcionarios públicos que también han debido adaptarse a este sistema electrónico de compras públicas.

Recomendaciones

Una vez conocidos los resultados de la investigación, se exponen algunas recomendaciones que pueden convertirse en un aporte para el funcionamiento del Sistema de Compras Públicas en la región, además, de servir de referencia para la elaboración de futuras investigaciones relacionadas con el tema. Estas recomendaciones se centran principalmente en dos ámbitos: la capacitación y la difusión.

Si bien es cierto, que la Dirección de Compras Públicas y la Coordinación Regional de Chilecompra han realizado varias capacitaciones, tanto a proveedores como a compradores, también es cierto, que a pesar de haberse efectuados éstas, existe aún personas que no conocen o no comprenden el funcionamiento de esta plataforma electrónica de compras públicas. Por lo tanto, en primer lugar sería prudente realizar un estudio que permita determinar la real necesidad de capacitación en el uso correcto de Chilecompra, ya sea de los usuarios compradores como proveedores.

En el caso particular de los proveedores (principalmente micro y pequeños empresarios de la región), sería bueno también precisar, el nivel de conocimiento que poseen de las tecnologías de la información y las comunicaciones (conocimientos computacionales: Word, Excel, Internet), de manera tal, que de evidenciarse un bajo nivel de conocimientos en esas materias, se enfoquen esfuerzos a la realización de talleres de capacitación paralelos en los temas que corresponda potenciar, de manera de entregar una base

para el entendimiento del manejo correcto de la plataforma electrónica de compras públicas. Con estas medidas, se promueve un acercamiento de este segmento de empresas a las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Se puede considerar también, la posibilidad de idear un proyecto de capacitación o asesoría, enfocada a los micro y pequeños empresarios de la región -que sientan que no pueden competir en igualdad de condiciones con empresas más avanzadas-, en materias relacionadas con la manera eficiente de vender a las instituciones del Estado, de tal manera, de entregar los conocimientos y herramientas fundamentales para la elaboración de un buena oferta; materias que deben contemplar desde la fijación del precio del producto o servicio, calidad, garantías y períodos razonables de entrega de los mismos, todos aspectos, que conforman los criterios habitualmente utilizados por las instituciones compradoras para la adjudicación de algunas licitaciones.

Otro de los aspectos que se puede considerar es la asociatividad, como estrategia para competir en el mercado de las compras públicas. Este aspecto puede ser útil, por ejemplo, en el caso de los pequeños productores de leña. Estos productores son generalmente personas de escasos recursos que tienen un stock limitado del producto, y, a veces por no contar con los requerimientos de la institución que licita, quedan fuera del proceso licitatorio. Por lo tanto, si estos productores se asociaran, podrían sin mayores problemas, dar respuesta a las exigencias de las distintas instituciones que requieran de este producto. Lo mismo puede ocurrir con personas desempleadas, que

pueden unirse para ofrecer un servicio en común, y poder de esta manera, acceder a las oportunidades de negocios que el mercado de compras públicas ofrece.

Desde el punto de vista de los usuarios compradores, se debe insistir en la necesidad de elaborar buenas bases de licitación, es decir, recalcar a las instituciones compradoras que expliquen de manera clara, que es lo que están solicitando, para que los proveedores puedan efectuar sus ofertas conforme a lo que se les solicita. Elaborando buenas bases de licitaciones, se contribuye a que no se resienta el aporte a la transparencia que este sistema le brinda al mercado de las compras públicas.

Por tanto, los compradores deben poseer un conocimiento acabado de todos los aspectos vinculados con el Sistema de Compras Públicas, entre ellos, el marco legal y normativo del Sistema: Ley 19.886 “Ley de Compras Públicas”, Condiciones de Uso del portal y Reglamento de Compras Públicas.

Por otro lado, según los resultados de la encuesta, se aprecia la poca difusión que el Siste-

ma de compras ha tenido en la región. Dada esta situación, se hace necesario dar a conocer esta nueva forma que tienen las instituciones públicas para comprar bienes y contratar servicios, por medio de una política de difusión más amplia, con el objetivo de acercar este Sistema de Compras a la comunidad.

Para impulsar este acercamiento del sistema con la comunidad, se puede programar una intervención radial de la Coordinación Regional de Chilecompra, en las radioemisoras con mayor cobertura regional. En esta participación, se podría explicar los elementos más importantes de este sistema de compras, acentuando las diferencias con respecto al antiguo sistema. De esta manera, el público en general, y en particular los empresarios que no conocen este Sistema, al escuchar esta intervención, podrán enterarse de la existencia de éste y de como funciona el mercado de las compras públicas, y quizás también, interesarse en participar de él.

Entre los temas más importantes que se deberían contemplar en la difusión del sistema están:

<ul style="list-style-type: none">- En qué consiste chilecompra- Cómo funciona este Sistema de compras Públicas- Quiénes pueden participar en este Sistema	<ul style="list-style-type: none">- Cuáles son los beneficios para los servicios públicos, los ciudadanos y los proveedores- Algunas estadísticas regionales y nacionales que indiquen como se va desarrollando este Sistema de Compras.
--	---

A su vez, dentro de la misma participación de la Coordinación de Chilecompra en los espacios radiales, se debe dar cabida a la comunicación directa y abierta, a través de contactos telefónicos, de la Coordinación con la comunidad. De esta forma, se podrá dar respuesta a las inquietudes de los oyentes.

Desde el punto de vista de la difusión en medios escritos y televisivos, se debería considerar la posibilidad de emitir información relevante sobre lo que está ocurriendo con el Sistema en la región, es decir, la evacuación de noticias vinculadas al avance de este Sistema.

Todas estas maneras de difundir el Sistema de compras en la región, puede incentivar la inscripción de nuevos proveedores, que quizás, aún no conocen la existencia de esta nueva modalidad de hacer transacciones con el Estado y por ende, no pueden acceder a las oportunidades de negocios que ahí se generan.

Conclusiones

Producto de la masiva incorporación de tecnologías de la información y comunicaciones (TICs), en las diversas actividades de la vida de los seres humanos, el comercio electrónico se ha transformado en un protagonista indiscutido, a la hora de mejorar las relaciones comerciales entre proveedores y consumidores y viceversa. Es verdad que estas tecnologías tuvieron en un comienzo muchas dificultades de instrumentalización, pero en el hogar, se han transformado en un mecanismo vital en el desarrollo de la economía mundial, principalmente gracias a las in-

numerables ventajas que quedaron nítidamente expuestas en este trabajo.

Ahora bien, contextualizándonos en los resultados obtenidos en esta indagación, se puede extraer que Chilecompra es un sistema que brinda servicios y beneficios a los proveedores del Estado, además contribuye a la masificación del comercio electrónico y por ende, a una mayor competitividad, logrando con ello un intercambio más abierto y menos discriminatorio, lo que puede traducirse en productos y servicios de calidad, y por supuesto precios más convenientes.

Esta nueva forma de llevar a cabo los procesos de compras cambia significativamente la relación del Estado con sus proveedores, lo acerca a las tecnologías de la Información, que son la base de la economía de estos días, consideradas como un capital que apunta a una mayor productividad de las empresas y de toda la economía. Gracias a estas tecnologías, se eliminan las fronteras y se pueden optar a mejores posibilidades de negocios y a la generación de nuevos productos, optimizándose a su vez los procesos y mejorando la calidad junto con reducir los costos de transacción.

Es claro que el Gobierno de Chile ha percibido oportunamente las señales que se están produciendo en el mercado internacional, captando con mucha asertividad la tendencia mundial de dinamizar, mejorar y eficientar la interacción del Estado con las empresas y las personas, a través de la utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Bibliografía

- Albornoz, P., Vergara, E y Failla, F. (2002). *Tecnologías de Información en la Pequeña y mediana empresa y el papel del Estado*. Tesis. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Sistemas de Información y Auditoría. Universidad de Chile. Recuperado el 23 de abril de 2005 de <http://www.cybertesis.cl>
- Benvenuto, A. (2002). *Comercio y firma electrónica en Chile* Presentación Conferencia académica permanente de investigación contable XII asamblea anual. Recuperado el 2 de noviembre de 2004 de: <http://scholar.google.cl/scholar?hl=es&lr=&q=cache:4cpCeBr673QJ:www.adminmag.cl/CAPIC/investigacion1.doc+clasificaci%C3%B3n+del+comercio+electr%C3%B3nico>
- Chateau, J. (2004). *Gobierno Electrónico en Chile: Estado del Arte*. Chile: Gobierno de Chile, Universidad de Chile.
- Censo (2002). INE Recuperado el 14 de septiembre de 2005 de <http://www.ine.cl/cd2002/index.php>
- Elsenpeter, R. y. Velte, T. (2001). *Fundamentos de Comercio Electrónico*. México. McGraw-Hill. Interamericana Editores S.A.
- Fritis, S., Olivera, C., y Salas, D. (2003). *Gestión de Compras por Internet*. Tesis. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Sistemas de Información y Auditoría. Universidad de Chile. Recuperado el 12 de junio de 2004 de: <http://www.cybertesis.cl>
- Illanes, P. (1999). *El Sistema Empresa. Una visión integral de la administración*. 6ª Ed. Chile. Leeds impresores.
- Jorquera, C. E. (2004). Opinión vertida en Presentación estudio conjunto de la Cámara Comercio Santiago y Chilecompra. Recuperado el 12 de febrero de 2005 de: http://www.chilecompra.cl/portal/noticias/fr_noticias.html
- Lever, G. (2004). Presentación estudio conjunto de la Cámara Comercio Santiago y Chilecompra. Recuperado el 2 de noviembre de 2004 de: http://www.chilecompra.cl/portal/noticias/fr_noticias.html
- Ley Nº 19.886 (2003). *Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios*. Chile: Biblioteca del Congreso Nacional. Disponible en Internet: http://www.guiaweb.gob.cl/recursos/documentos/Agenda_Gobierno_Electronico_20022005.pdf
- Ministerio Secretaría General de la Presidencia de Chile. (2002). *Agenda Gobierno Electrónico 2002-2005*. Disponible en Internet: <http://www.guiaweb.gob.cl/recursos/documentos.htm#bdragenda>
- Ministerio de Hacienda. (2003). Recuperado el 2 de marzo de 2005 de: http://www.hacienda.gov.cl/publicaciones.php?opc=showContenido&id=315&nav_id=139&code=sa3v1FxiXU7sU
- Moya, V. (2002). Opinión vertida en E-Government Hacia un Chile Digital. *Gerencia La revista de Tecnologías de Información para la gerencia*. Recuperado el 12 de noviembre de 2002 del sitio web: <http://www.gerencia.cl/articulo.mv?sac=5&num=68&mag=1&wmag=20>
- Navarro, L, Pastor J, Pastor, A. (2004). Resultados del estudio realizado en las empresas aragonesas en Internet mediante la realización de una encuesta por medios telemáticos.). Recuperado el 12 de febrero de 2005 de: <http://www.madrimasd.org/revista/revista16/investigacion/investigacion2.asp>

- Piquer, A. (2002). E-Government Hacia un Chile Digital. *Gerencia La revista de Tecnologías de Información para la gerencia*. Recuperado el 10 de enero de 2005 del sitio web: <http://www.gerencia.cl/articulo.mv?sec=5&num=68&mag=1&wmag=20>
- Porter, M. E. (1985). *Estrategia competitiva*. México: Compañía Editorial Continental S.A. de C.V.
- Winograd, M. (s/f) *Un enfoque de tres fases hacia el futuro del e-Gobierno*. Recuperado el 10 de enero de 2005 del sitio web: <http://www.punto-gob.gob.mx/wb/distribuidor.jsp?seccion=170>
- Zavala, Z. (s/f) *El uso de los portales gubernamentales en las sociedades*. Recuperado el 10 de enero de 2005 del sitio web: <http://www.puntogob.gob.mx/wb/distribuidor.jsp?seccion=167>