

LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) Y SU IMPACTO EN EL SISTEMA DE COMPRAS Y CONTRATACIONES PÚBLICAS: El caso de la región de Los Lagos en Chile

Francisco Ganga Contreras

Universidad de Los Lagos, Chile
fganga@ulagos.cl

Marcela Águila Sánchez

Universidad de Los Lagos, Chile

Resumen

Este trabajo pone de relieve el impacto que sobre las organizaciones tienen las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la llamada nueva sociedad de la información –o del conocimiento–. Para ello aborda los principales fundamentos teóricos vinculados con las TIC y pone de manifiesto el papel protagónico que ha asumido el gobierno de Chile, en lo que a comercio electrónico se refiere, con el establecimiento de un sistema de compras y contrataciones públicas en línea (ChileCompra). Asimismo, presenta los resultados de una encuesta aplicada a proveedores de la región de Los Lagos sobre cómo perciben ellos este nuevo sistema, que funciona desde el 2003. Específicamente, se busca conocer cuál es la realidad actual y el impacto de las TIC en la región de Los Lagos, cuáles son los principales inconvenientes que enfrentan los proveedores de esta región para operar con el nuevo sistema y cuál es su grado de satisfacción con estos servicios.

Palabras clave: Internet, tecnologías de información, compras públicas, comercio electrónico, gobierno electrónico.

Abstract

This article underscores the impact of Information and Communication Technologies (ICTs) on organizations in the new information or knowledge society. In this effort, it addresses the main theoretical foundations of ICTs and highlights the leading role placed by the Chilean government in e-trade by creating an on-line government procurement system (ChileCompra). Additionally, it presents the results of a survey to suppliers in the Los Lagos region on their perception of this new system, in operation since 2003. Specifically, it aims at finding out what is the present status and impact of ICTs in the Los Lagos region, what are the main inconveniences suppliers find in this region to operate the new system and how satisfied they are with these services.

Key words: Internet, information technologies, government procurement, e-trade, e-government.

Introducción

Vivimos en un mundo donde las tecnologías de información y comunicación (TIC) juegan un papel preponderante y creciente en los diversos quehaceres humanos. Es casi una verdad irrefutable que la velocidad y la naturaleza de los cambios que enfrentan nuestras sociedades son impelidas por estas nuevas tecnologías, que han modificado drásticamente las relaciones sociales en todos los campos y, por supuesto, en el sector público, que no puede ser mero espectador de la forma como se desarrollan estos acontecimientos.

Así, consciente de que el desarrollo de las TIC posibilita el procesamiento de inmensos recursos de información y los transforma –de manera transparente, ágil y económica– en medios y soportes para las actividades y los procesos productivos, comerciales, financieros, administrativos y de servicios, el gobierno chileno dictó la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios (N.º 19.886), más conocida como Ley de Compras Públicas y vigente desde el 29 de agosto del 2003. Entre otras disposiciones, esta norma creó la Dirección de Compras y Contrataciones Públicas (ChileCompra), organismo de servicio público de carácter descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda y sometido a la supervigilancia de la Presidencia de la República. Su principal objetivo es otorgar transparencia a todas las compras públicas, y, de este modo, favorecer el ahorro y la eficiencia organizativa en la gestión de operaciones de las compras del aparato estatal.

Ante este nuevo escenario, decidimos realizar un estudio que permitiera, por un lado, conocer la realidad y los efectos de las TIC en la región de Los Lagos y, por

otro, recoger opiniones de los proveedores respecto de su grado de satisfacción con los nuevos sistemas implementados por el gobierno de Chile en sus procesos habituales de negocios.

Con el propósito de obtener la información necesaria para el desarrollo de este trabajo, utilizamos fuentes secundarias (libros, revistas, documentos, leyes y páginas electrónicas), pero, principalmente, una encuesta aplicada a una muestra significativa de proveedores, es decir, una fuente primaria.

El trabajo realizado nos permite formular una serie de conclusiones y comentarios sobre la información recogida.

1. «El Estado en línea»: antecedentes

La Agenda Digital, fruto del trabajo conjunto entre el gobierno y las empresas y cuyo último texto fue lanzado en marzo del 2004, dio origen al Plan de Acción 2004-2006, que contempla 34 iniciativas agrupadas en seis áreas de acción: acceso; educación y capacitación; gobierno electrónico; empresas; industria TIC y marco jurídico-normativo. Todas ellas se orientan al desarrollo de Chile mediante el empleo –por parte de personas, instituciones y empresas– de las tecnologías de información y comunicación, con énfasis en la promoción del acceso universal y el uso debido, en especial a través de Internet.

Esta agenda se propone que Chile sea un país desarrollado en el campo informático, lo que significa contar con una infraestructura de información sólida y segura, disponible en todo el país y asequible a toda la población. Ello supone el esfuerzo por alfabetizar digitalmente a los ciudadanos

y el desarrollo de una fuerza de trabajo calificada en el manejo de las TIC.

Este proyecto, impulsado y regulado por el gobierno, pretende poner al servicio del ciudadano un «Estado en línea» y lograr que cada ente público contribuya al desarrollo digital del país.

El Plan de Acción 2004-2006 destaca que, en el año 2003, casi el 100% de las grandes y medianas empresas y el 40% de las pequeñas contaban con conexión a Internet. No obstante, en lo que se refiere a los usos más avanzados de las TIC, se verifican significativos déficits. Las empresas usan Internet para conocer el estado de sus cuentas corrientes y sus depósitos y para informarse sobre lo que hace el sector público, pero efectúan escasas transacciones –con excepción de algunos servicios básicos que tienen rápida masificación en Internet–. Al mismo tiempo, sólo el 15% de las empresas se relaciona con sus proveedores y sus clientes vía esta red. Más aun, sólo el 25% de estas tiene un sitio web.

Asimismo, el plan de acción mencionado señala que los principales obstáculos percibidos por los empresarios y los gerentes para la adopción de tecnologías digitales son el desconocimiento, la falta de percepción de su relevancia, la inseguridad y la desconfianza, los obstáculos de comunicación con los encargados de informática, así como la complejidad y el costo. Muchos empresarios aún no piensan en el retorno de la inversión del uso avanzado de las TIC. Sin embargo, los que han implementado estas soluciones tienen una impresión favorable: el 66% considera que aumentó la eficiencia, el 57% señala que incrementó la productividad y el 49% declara haber reducido sus costos.

Visto de esta manera, no habría duda de los beneficios que el sistema de compras y contrataciones públicas, ChileCompra, le ofrece a los proveedores del Estado, con base en los principios del proyecto: gratuidad, universalidad y no discriminación. No obstante, tampoco puede negarse el desafío enorme que supone para quienes deberán asimilar este cambio tecnológico, social, económico y cultural. Así lo plantea también Isidoro Felcman (1988), quien manifiesta que la cultura y los valores del contexto donde se produce la innovación son tan importantes como los equipos, la maquinaria, los métodos y los sistemas de las organizaciones. Los factores socioculturales podrían explicar los probables fracasos de estos proyectos. Por lo tanto, no se enfrenta sólo un cambio tecnológico, sino también un cambio social y cultural.

Con la creación de sistemas que permiten el manejo y el procesamiento de datos, fundamentales para distintos procedimientos administrativos, el mundo se inserta en la era del conocimiento, se ha convertido en una sociedad de la información. Parte importante de esta «sociedad» son los sistemas de información propiamente dichos y, por supuesto, Internet. Esta última es la herramienta clave para concretar transacciones con el Estado a través del nuevo sistema de compras del sector público. Pero es innegable que no todos los ciudadanos o los agentes económicos tienen acceso a computadoras y, menos aun, conexión a Internet.

En la décima región, o región de Los Lagos, el promedio de hogares que tienen computadoras es de 7,4%, de un total de 1 073 135 habitantes, mientras las conexiones a Internet en hogares llegan en promedio a 2,5%. No obstante, en las comunas de Valdivia, Puerto Montt, Puerto Varas, Cas-

tro, Osorno, Chaitén, Ancud y Llanquihue, el número de hogares con computadoras supera el 10% (Instituto Nacional de Estadísticas –INE–, Censo 2002).

Por otro lado, en el año 2003, en todo el ámbito nacional había más de 48 mil proveedores inscritos en el sitio www.chilecompra.cl, cifra que superaba la meta propuesta de 30 mil. Entre los proveedores registrados, las micro y pequeñas empresas (mypes) se consolidaron como la segunda fuerza de ventas en el portal de compras del Estado, con una participación de 24% en las ventas totales (por concepto de órdenes de compra) en el 2004. Con esto superaron su relevancia dentro de la actividad económica nacional, que alcanza 13%. Tal como puede observarse en el cuadro 1, en el periodo comprendido entre enero y abril del 2005, la participación de las

mypes en ChileCompra se ha incrementado en 6 puntos porcentuales, alcanzando el 30%. Por su parte, las grandes empresas concentran alrededor del 60% del total de las ventas en ChileCompra, participación significativamente inferior comparada con el 80% que representan en la actividad económica nacional (Cámara de Comercio de Santiago, 2005).

La región de Los Lagos concentra el 6,4% de los proveedores inscritos en el ámbito nacional (más de 6 mil en términos absolutos), de los cuales el 78% se adjudicó al menos una compra en el año 2003 (ChileCompra y CCS, 2004). Sobre este punto, hay que resaltar que no hay claridad respecto del tamaño de los proveedores regionales inscritos en el portal (pueden ser pequeños, medianos o grandes empresarios) ni sobre a qué comunas de la región pertenecen. Ello

Cuadro 1. Participación de las mypes en las ventas a ChileCompra (por clase de actividad económica)

Clase de actividad económica (mypes)	2004	2005 (enero-abril)
Industria manufacturera	41%	43%
Productos metálicos, maquinaria y equipos, y otros	22%	25%
Papel e imprentas	9%	5%
Textil, prendas de vestir y cuero	3%	3%
Otros ¹	2%	2%
Maderas y muebles	2%	2%
Alimentos, bebidas y tabaco	2%	4%
Química, petróleo, caucho y plástico	1%	2%
Servicios financieros y empresariales²	30%	38%
Servicios personales ³	10%	2%
Transportes y comunicaciones	9%	10%
Construcción	8%	6%
Administración pública	2%	1%
Comercio, restaurantes y hoteles	1%	–
Total ventas mypes	100%	100%
% de las ventas totales a ChileCompra	24%	30%

1. Equipos y suministros de limpieza, instrumentos musicales, juegos, juguetes, etc.

2. Incluye servicios financieros, seguros, arriendo de inmuebles y servicios prestados a empresas.

3. Incluye educación y salud, pública y privada, y otros servicios.

Fuente: Cámara de Comercio de Santiago (CCS), con datos de ChileCompra.

se enmarca en el desconocimiento general de cómo se distribuye el mercado ofertante regional.

2. Evaluación del sistema de compras públicas en el ámbito regional: justificación y alcances

Con la entrada en vigencia de la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios (N.º 19.886), más conocida como Ley de Compras Públicas, la forma en que el Estado realiza sus compras sufrió un cambio sustancial. Como lo señala su propio texto, esta disposición legal constituye un marco normativo que guía los procesos de compras y contrataciones, de modo que los funcionarios públicos ahorran tiempo y ven aumentar la eficiencia en sus labores. Por su parte, para los proveedores del Estado este sistema significa nuevas oportunidades de negocios en un mercado más abierto, transparente y competitivo.

No obstante, a un año de la entrada en vigencia de la Ley de Compras Públicas, no existe información ni en el ámbito regional ni en el local respecto de la evaluación del sistema de compras públicas por parte de los proveedores regionales del Estado, lo que implica desconocer la evaluación que estos realizan de la plataforma electrónica de compras y, por ende, las probables situaciones positivas o negativas que se presentan en el portal y que puedan elevar o entorpecer su operacionalidad. Este punto se complementa con la escasa respuesta regional (alrededor de 1,6%) a las encuestas de medición de la calidad de servicio del sistema realizadas por la Dirección de Compras y Contrataciones Públicas (ChileCompra) a una muestra de proveedores del ámbito nacional. Sin duda, los proveedores

constituyen una parte importante e imprescindible de este sistema; por lo tanto, saber qué opinan del proceso es elemental como mecanismo retroalimentador y es una de las razones fundamentales de este trabajo exploratorio.

Otro de los motivos que impulsan este trabajo es lo concerniente al acceso a Internet y a la capacidad de los proveedores inscritos en el portal para operar en el sistema. Este segundo aspecto, que se podría catalogar como «destreza operativa digital» y que pueden o no tener los comerciantes o empresarios regionales para desenvolverse sin dificultades en Internet y, de esta manera, ofertar en el sistema electrónico de compras y contrataciones públicas, es un tema poco conocido y que tan sólo puede medirse de acuerdo con las experiencias vividas por estos protagonistas del proceso. Nos referimos también a su grado de participación en el sistema, a su nivel de satisfacción respecto a los servicios ofrecidos y a su opinión respecto a la gestión de la Coordinación Regional de ChileCompra. Reunir estas experiencias, evaluar las aptitudes de los proveedores y las posibles dificultades que percibieron al inscribirse y ofertar en www.chilecompra.cl son materia de la presente investigación. Se tratará de dar respuesta a estas inquietudes con el objetivo de entregar información útil tanto para la Coordinación Regional de ChileCompra como para la Dirección de Compras Públicas y la masa de ofertantes de la región de Los Lagos.

Uno de los aspectos importantes del nuevo sistema de compras públicas es su contribución a la transparencia de los procesos de compras y contrataciones de bienes y servicios; por lo tanto, conocer si los proveedores perciben esa cuota de limpieza que se inyecta a los procedimien-

tos de compras es otra de las razones que sustentan la realización de este estudio.

Esta investigación tiene evidentemente una justificación práctica, dado que sus resultados permitirán conocer cómo valoran los empresarios y demás personas que constituyen el conjunto de ofertantes regionales este nuevo sistema de compras públicas, además de identificar los reales efectos que el sistema puede tener en sus negocios, aspectos que servirán como base para mejorar sustantivamente la forma como opera este sistema y, por ende, contribuirán a su fortalecimiento tanto en el ámbito regional como en el nacional.

Sintetizando, la idea central del trabajo apunta a resolver una serie de interrogantes que emergen del contexto de los nuevos escenarios organizacionales, caracterizados por la fuerte influencia de las TIC. Estas interrogantes pueden resumirse en las siguientes:

- ¿Cuál es la realidad actual y el impacto de las TIC en la región de Los Lagos, en Chile?
- ¿Cuáles son los principales inconvenientes que tienen los proveedores de la región de Los Lagos para operar con los nuevos sistemas de compra y contrataciones (ChileCompra) que ha impulsado el gobierno?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción de los proveedores con los servicios que ofrece ChileCompra y esta nueva forma de vender al Estado?

Por todo lo expresado anteriormente, y dada la escasa o nula información existente en la región de Los Lagos acerca de los proveedores del sistema de compras públicas, se lleva a cabo este trabajo exploratorio.

3. Fundamentos teóricos

3.1. Las tecnologías de información

Vivimos en un mundo altamente globalizado, complejo e hipercompetitivo, donde sería prácticamente imposible convertirse en una organización viable prescindiendo de las TIC. Estas herramientas son utilizadas masivamente no solamente porque hacen posible la disminución de los costos, sino también por su impacto positivo en la información requerida en los procesos de toma de decisiones. Además, son un soporte estratégico cuando se trata de apostar por la excelencia del servicio.

Al respecto, Illanes (1999) sostiene que la utilización creciente de las TIC corresponde a una tendencia moderna en las organizaciones. La tecnología es puesta al servicio de la información como un medio para favorecer las decisiones así como el servicio a los consumidores y, por esa vía, obtener ventajas importantes sobre la competencia. Las TIC permiten a las organizaciones un manifiesto direccionamiento estratégico, lo que facilita la creación de nuevos productos y mercados, el establecimiento de nuevos canales de distribución y la reducción apreciable de los costos de las actividades de negocios. Banegas (2000), por su parte, complementa lo dicho al sostener que las TIC incluyen el conjunto de actividades de investigación, desarrollo, fabricación, integración, instalación, comercialización y mantenimiento de componentes, subconjuntos, productos y sistemas físicos y lógicos, fundamentados en la tecnología electrónica, así como la explotación de servicios basados en esas tecnologías, la producción y la difusión de contenidos con soportes electrónicos y las aplicaciones de Internet.

Chile, obviamente, no ha podido sustraerse de esta realidad. Hoy las TIC representan nada menos que el 3,4% del producto interno bruto nacional. Ya en el 2004, el PIB de la industria TIC fue de 3 199 millones de dólares, lo que le permitió alcanzar una participación en el PIB similar a la de los sectores silvoagropecuarios, y electricidad, gas y agua (Instituto Nacional de Estadísticas, 2006).

Tal es el impacto que tienen las TIC en nuestros países y, por supuesto, en nuestras organizaciones, que algunos autores afirman que están redefiniendo parte de los patrones conductuales que regulan la interacción social. Esto significa que, 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. En este orden de cosas, es axiomático que 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 (Lever, 2004; Fazio y Goldstein, 2003).

Volviendo al caso de Chile, según el Instituto Nacional de Estadísticas (2006), su principal sector productor es telecomunicaciones, ya que representa el nada despreciable porcentaje de 63% del PIB; en segundo lugar se ubican los servicios TI (tecnológicos de información), cuya participación en el producto fue de 24% en el 2004. Asimismo, y con relación al tipo de producto que ofrece esta industria en todo el país, los servicios son predominantes, pues alcanzan el 97% de la oferta nacional de TIC; entre ellos, telecomunicaciones y distribución de programas (que comprende la televisión por cable y la satelital) tienen el liderazgo, al representar el 62%; en tanto,

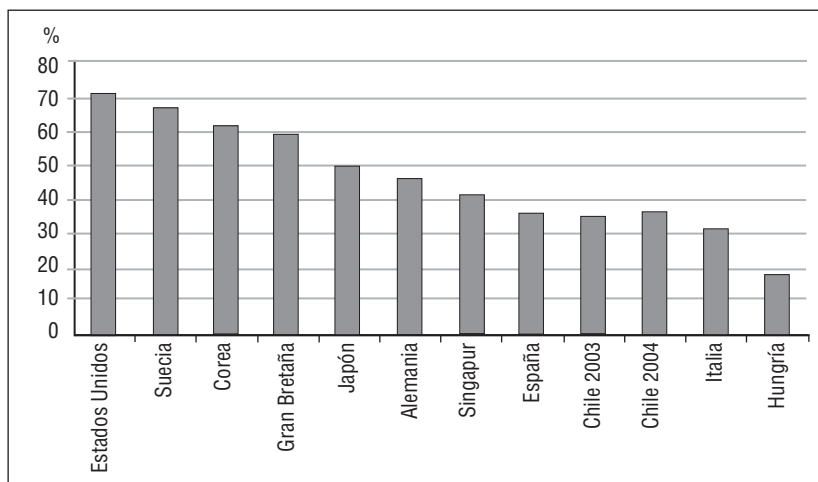
los servicios de Internet equivalen al 7%, al igual que los servicios profesionales en TI; por último, el comercio TIC alcanza el 6% y el soporte técnico representa el 5%.

3.2. La importancia de Internet

Dentro de las TIC, Internet se ha transformado en una poderosa herramienta. No sólo sirve para acceder a información profusa, sino que, de manera muy significativa, permite a las organizaciones mostrar sus productos y servicios y aprovechar la posibilidad de mejorar sustantivamente la calidad de lo que ofertan.

Para entender este fenómeno, el análisis preliminar puede llevarse a cabo desde dos perspectivas, una netamente conceptual y la otra técnica. Desde el aspecto netamente conceptual, muchos autores sostienen que Internet no es más que una red de redes de computadoras alrededor del mundo que tienen la capacidad para comunicarse entre ellas por medio de un lenguaje común denominado TCP/IP (Donovan, 1997; Castells, 2001; Criado y Fernández, 2002). Desde el punto de vista técnico, Internet es una red que funciona dividiendo la información en micropartes autónomas e independientes, que reciben el nombre de paquetes y se transmiten desde el origen al destino final a través de las diversas vías disponibles (Abbate, 2000).

Estados Unidos es el líder mundial en cuanto a número de usuarios de Internet: más del 70% de su población; le siguen muy de cerca Suecia y Corea, cuyos usuarios de Internet superan el 60% de sus respectivas poblaciones. Chile está apenas por debajo de España, pues 35% de su población es usuario habitual de la red de redes (ver *gráfico 1*).



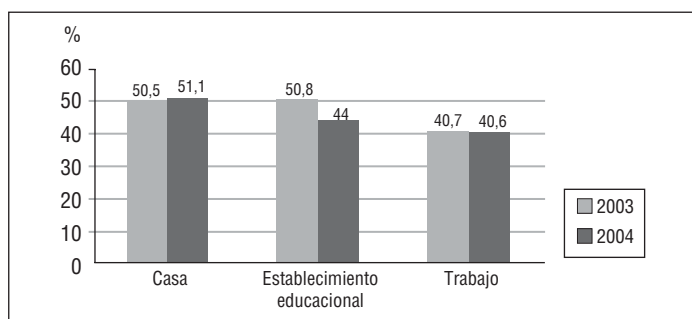
Fuente: Godoy, 2005.

Gráfico 1:
Usuarios de Internet en ciertos países

En cuanto al lugar de conexión a Internet, es relevante destacar que en Chile más del 51% de la población accedió a esta herramienta desde su hogar (ver *gráfico 2*) en el año 2004, porcentaje que representa un incremento de 0,6% respecto del año 2003. Por el contrario, el acceso desde establecimientos educacionales y centros de trabajo disminuyó en 6,8% y 0,1%, respectivamente.

3.3. El comercio electrónico

El comercio electrónico es un término relativamente nuevo que se relaciona con la utilización de las TIC en las transacciones de una organización; es decir, con el uso de la tecnología para ofertar y vender «en línea» los productos de una compañía. Pero, como lo plantea Elsenpeter y Velte (2001), el comercio electrónico es un concepto y



Fuente: Godoy, 2005.

Gráfico 2
Lugar desde donde se conectan los usuarios de Internet en Chile

una filosofía más amplia que comprende mucho más que vender a los consumidores, y si se crea y ejecuta correctamente puede brindar una serie de ventajas financieras a las empresas, así como mayor rapidez para hacer llegar los productos y los servicios al mercado o incrementar la base de clientes.

Parte del comercio electrónico es el *e-business*, que consiste en aprovechar la comodidad, la disponibilidad y el alcance universal para mejorar las organizaciones existentes o crear nuevas organizaciones virtuales. IBM define el *e-business* como una manera segura, flexible e integrada de brindar un valor diferenciado combinando los sistemas y los procesos que rigen las operaciones de negocios básicas con la simplicidad y el alcance que hace posible la tecnología de Internet (Amor, 2000).

Hay varios tipos de comercio electrónico: el que se realiza entre empresa y consumidor (B2C), el que se realiza entre empresas (B2B), el que se realiza entre consumidores (C2C), y el que se realiza entre empresas y gobierno (B2G). El más grande y próspero es el comercio electrónico entre empresas. Se trata de fusionar en línea dos negocios capaces de optimizar sus operaciones y su rentabilidad mediante la tecnología. «Para muchos negocios, los beneficios del B2B en el comercio electrónico los llevan de las prácticas comerciales convencionales a una nueva oficina sin papeleo». (Elsenpeter y Velte, 2001).

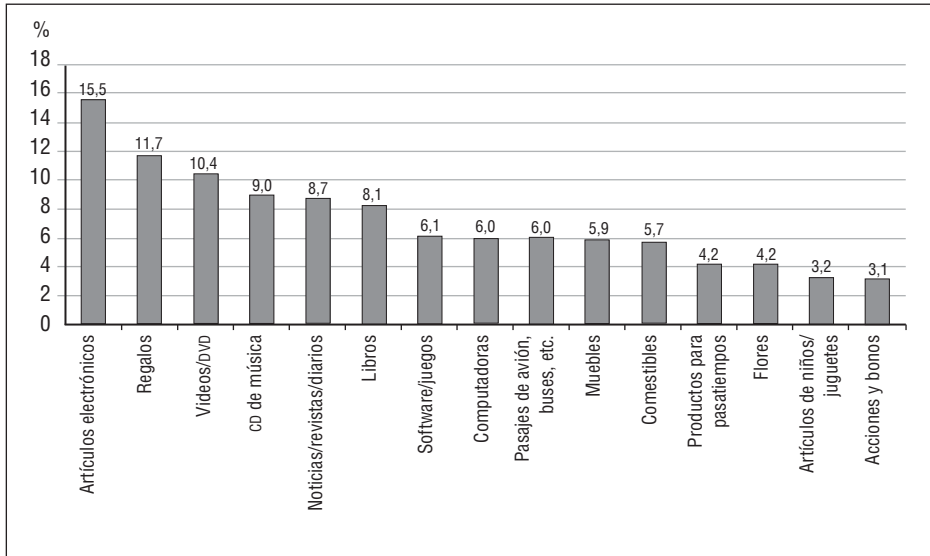
Ante tantas transacciones en línea, se han creado lugares donde se plasman transacciones comerciales, facilitando así la transmisión electrónica de información y la reunión de demandantes y oferentes, es decir, una plaza de mercado o *marketplace*. Un *marketplace* reúne diversas ofertas de

vendedores y compradores interesados, lo que en conjunto implica beneficios, como la reducción de los costos de compra y los costos de venta para los proveedores. Como *marketplace*, Internet agrupa las relaciones comerciales *online* de clientes y proveedores y comercializa productos en gran escala. En todo el mundo son varias las organizaciones que se han beneficiado de los mercados digitales a causa de la reducción de los costos administrativos, las oportunidades de mejores acuerdos con los proveedores en plazos de entrega, calidad y precio, y la calidad garantizada de la información (Fritis, Olivera y Salas, 2003). Un ejemplo de *marketplace* lo constituye la plataforma electrónica ChileCompra, punto de encuentro de compradores (servicios públicos) y proveedores del Estado. Este sistema es diferente del comercio electrónico tradicional, dado que funciona sobre la base de un intermediario que hace eficientes las relaciones comerciales.

Por lo tanto, el comercio electrónico permite potenciar las relaciones comerciales en la sociedad de la información. En la actualidad se transa una amplia gama de productos y servicios, desde artículos electrónicos hasta acciones y bonos financieros, pasando por regalos, videos, pasajes y juguetes, por mencionar sólo algunos (ver *gráfico 3*).

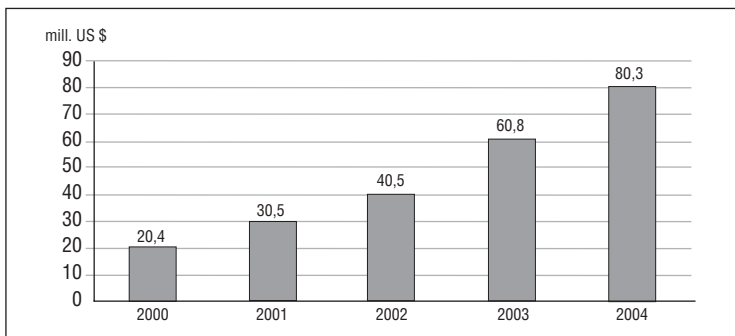
Lo anterior significa que los montos de las transacciones en el ámbito del comercio electrónico dibujan una clara pendiente positiva. En Chile, el monto transado en el comercio entre empresas y consumidores pasó de 20,4 millones de dólares en el 2000 a 80 millones de dólares en el 2004, tal como puede observarse en el *gráfico 4*.

No obstante, debe destacarse que el comercio entre empresas representa en este



Fuente: Centro de Estudios de la Economía Digital, 2004, basado en WIP Chile (PUC/CCS).

Gráfico 3
Productos más comprados en Internet

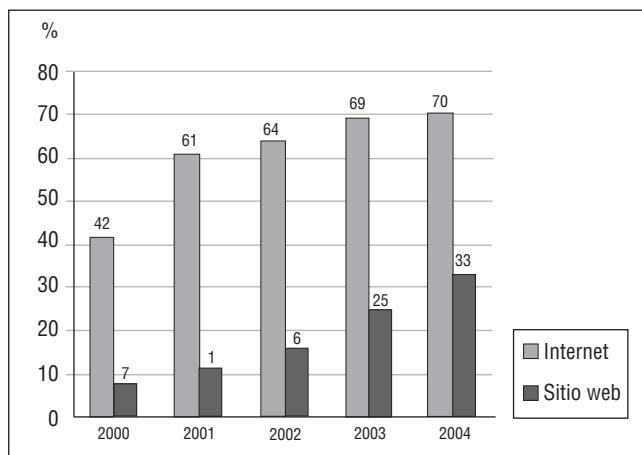


Fuente: Centro de Estudios de la Economía Digital, 2004.

Gráfico 4
Evolución de los montos transados por el comercio electrónico en Chile

país casi la totalidad de las ventas electrónicas (98,5%), comercio que en el 2003 mostró un incremento de 70% respecto del año anterior, lo que le permitió alcanzar la suma de 3 972 millones de dólares (Centros de Estudios de la Economía Digital, 2004).

En consonancia con la tendencia anterior, otro dato relevante es el porcentaje de empresas que tienen conexión a Internet y/o sitio web. Como puede observarse en el *gráfico 5*, ha habido un aumento notable en ambos casos durante los últimos años.



Fuente: Centro de Estudios de la Economía Digital, 2004.

Gráfico 5

Porcentaje de empresas con conexión a Internet y sitio web

3.4. El gobierno electrónico

Uno de los conceptos imprescindibles de esclarecer, de la forma más simple posible, es el de gobierno electrónico, también conocido como *e-government*. Gartner (2000) plantea que el gobierno electrónico, a diferencia del comercio electrónico, se enfoca particularmente en las tareas de *back-office*, lo que conduce a la interacción de la ciudadanía con el gobierno. Lo anterior implica reconocer que el gobierno electrónico se relaciona con los procesos y estructuras que se crean con la nítida intención de incrementar las potencialidades de las TIC en lo que a oferta electrónica de servicios gubernamentales se refiere.

Desde la perspectiva histórica, se debe señalar que el origen de este fenómeno es relativamente reciente. Los primeros antecedentes sobre el tema se encuentran en Dinamarca, en los años setenta. En esa época, múltiples municipios se organizaron con el objetivo de compartir información a través de la utilización de los sistemas

informáticos con que contaban. El surgimiento de Internet en los años noventa provocó una explosión de esta tendencia. Partió de Estados Unidos y se extendió a muchos países de Europa.

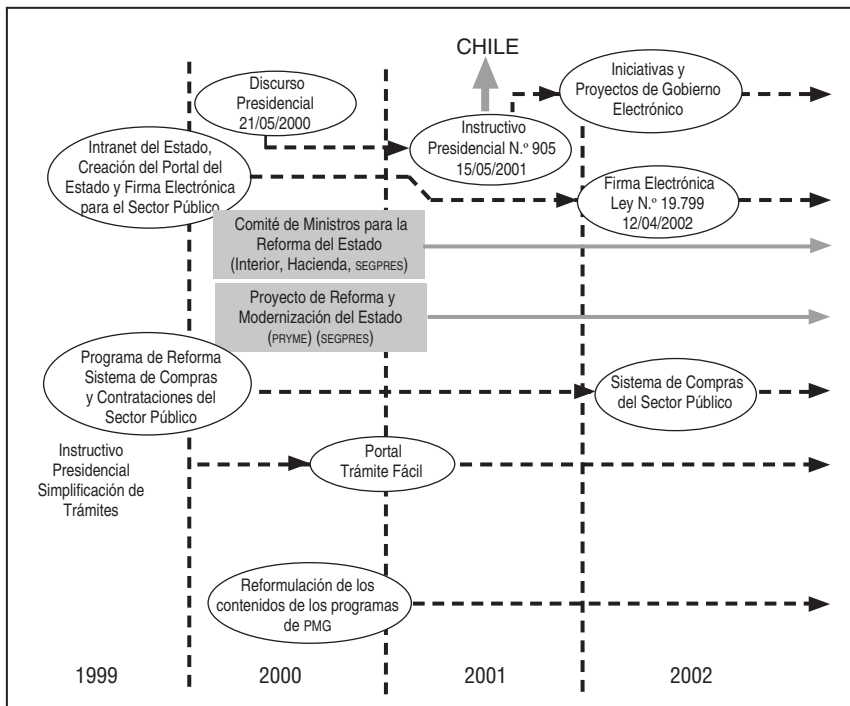
En el caso de Chile, el desarrollo del gobierno electrónico coincidió con el arribo del nuevo siglo y fue propulsado por el instructivo presidencial del 11 de mayo del 2001 y por la Agenda del Gobierno Electrónico 2002-2005. Los objetivos planteados en cuanto a la gestión pública son aumentar los niveles de eficiencia en la gestión pública, disminuir significativamente los costos de transacción y coordinación en la interacción entre entes públicos, generar incentivos y prácticas que faciliten modalidades de gestión innovadoras y creativas, agregar mayor valor público como horizonte permanente de las actividades del sector, y mantener y/o superar constantemente los grados de transparencia de esas actividades. Pero también se han definido objetivos desde el punto de vista de la ciudadanía. Estos son: acelerar el tránsito hacia una

administración centrada en el ciudadano; mejorar la calidad de los servicios que se proveen y las modalidades de provisión; facilitar el cumplimiento de las obligaciones de los ciudadanos; disminuir significativamente los costos de transacción entre ciudadanos y agentes públicos; suprimir paulatinamente las barreras, las ineficiencias y la irracionalidad en la interacción entre los agentes privados y el sector público; facilitar el escrutinio ciudadano de la información, las actividades y la calidad de las operaciones presentes en el sector público; y transformar el sector público en facilitador del crecimiento y de una distribución más equitativa del bienestar social (servicio de impuestos internos). La siguiente figura presenta una síntesis de los

principales hechos históricos relacionados con el gobierno electrónico en Chile.

4. El sistema de compras y contrataciones públicas en Chile

Con la entrada en vigencia de la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios (N.º 19.886), a la que estamos haciendo referencia en este trabajo, se uniforman los procedimientos administrativos de contratación de suministros de bienes muebles y servicios necesarios para el funcionamiento de la administración pública, con lo que se crea la institucionalidad necesaria para velar por la transparencia y la eficiencia de



Fuente: Chateau y Varas, 2003.

Gráfico 6
Hitos históricos del gobierno electrónico en Chile

las compras, además de preservar la igualdad de competencia, considerar el debido proceso y generar ahorros significativos para el Estado al aumentar la eficiencia, la productividad y la rapidez de los procesos de compras y contratación de los organismos públicos.

A lo anterior se añade el impacto positivo de las compras públicas en el comercio electrónico y el posicionamiento internacional del país en materia de innovación tecnológica, así como el incremento de las oportunidades de negocios para las empresas y las personas naturales.

La Ley de Compras Públicas es un marco normativo flexible, constituido por reglas básicas de transparencia y procedimientos en materia de compras y contrataciones; por tanto, es el ente regulador del mercado de las compras del Estado. El *cuadro 2* presenta los organismos regidos por esta ley.

4.1. Las instituciones del sistema

La Ley de Compras Públicas crea tres nuevas entidades para cumplir con su mandato: la Dirección de Compras y Contratación Pública, el Tribunal de Contratación Pública y el Sistema Electrónico de Compras Públicas o sitio web www.chilecompra.cl.

La Dirección de Compras y Contratación Pública

La Dirección de Compras y Contratación Pública tiene la misión de desarrollar políticas e iniciativas con el objeto de hacer transparente y crear valor en el mercado de compras estatales mediante la introducción de instrumentos tecnológicos y de gestión de excelencia, para beneficio de empresas, organismos públicos y ciudadanos. Entre sus objetivos estratégicos figuran:

- Consolidar un sistema de compras públicas transparente y de amplio acceso, instalando canales de información para que los proveedores y el público en general puedan participar ampliamente de todas las oportunidades y resultados de las contrataciones del gobierno.
- Aumentar el ahorro y la eficiencia del gasto público, accediendo a los mejores precios y condiciones disponibles en el mercado.
- Disminuir los costos operacionales en la gestión de contratación.
- Favorecer el comercio y el gobierno electrónico incentivando el uso de Internet e integrando la plataforma de compras a otros sistemas y organismos públicos.

Cuadro 2. Organismos públicos regidos por la Ley N.º 19.886

ENTIDADES CENTRALES	ENTIDADES AUTÓNOMAS	OTROS ÓRGANOS DEL ESTADO
<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno central • Gobiernos regionales • Intendencias • Gobernaciones • Municipios (mayo 2004) • Fuerzas armadas (2005) 	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Central • Contraloría General de la República • Consejo de Defensa del Estado 	<ul style="list-style-type: none"> • Poder Legislativo • Poder Judicial

Fuente: Ley N.º 19.886.

Tribunal de Contratación Pública

De acuerdo con lo establecido por la Ley de Compras, este tribunal lo integran tres abogados especialistas, designados por el presidente de la República de una terna propuesta por la Corte Suprema. Su función es garantizar la transparencia y la igualdad, de modo que cualquier persona, natural o jurídica, podrá reclamar ante él por actos u omisiones ilegales o arbitrarias que la afecten durante los procesos de licitación (entre el periodo de publicación de las bases y la adjudicación).

El Tribunal deberá pronunciarse sobre estos actos y decretar las medidas necesarias para garantizar el imperio del derecho en los procedimientos. La demanda deberá resolverse dentro del plazo perentorio de diez días hábiles, contados desde el momento en que el afectado haya conocido el acto u omisión que se impugna o desde la publicación de aquel. Acogida la tramitación, el Tribunal oficiará al organismo público respectivo para que, en el plazo de diez días hábiles, informe sobre la materia objeto de impugnación.

El Sistema Electrónico de Compras Públicas o ChileCompra

El portal ChileCompra (www.chilecompra.cl) es el medio oficial de publicación del Gobierno de Chile para sus compras y contrataciones. Al ser el único punto de información, disminuye los costos en que los organismos públicos incurren al efectuar la publicación de sus convocatorias a licitación en diarios de circulación nacional. Al respecto, se podrá publicar las convocatorias exclusivamente a través de este sistema, sin necesidad de hacerlo en otros medios, salvo resolución fundada que lo justifique.

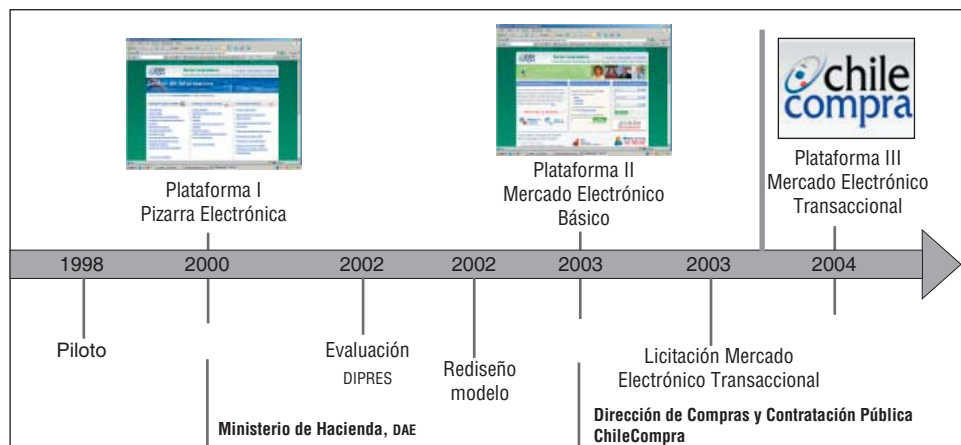
Este sistema electrónico de información es de acceso público y gratuito y su administración recae en la Dirección de Compras y Contratación Pública. Los organismos públicos regidos por la Ley N.º 19.886 deben cotizar, licitar, contratar, adjudicar y desarrollar todos sus procesos de adquisición y contratación de bienes y servicios utilizando solamente los sistemas electrónicos que establezca la Dirección de Compras y Contratación Pública. Así, el gobierno central, los gobiernos regionales, las intendencias, las gobernaciones, los municipios y las fuerzas armadas deberán informar en www.chilecompra.cl todas sus compras y contrataciones.

Con el uso de este sistema y su interrelación con otras herramientas promovidas por el gobierno, como la firma digital y la factura electrónica, el ciclo de compras del Estado pasará a ser totalmente digital. Tal situación refleja o representa un impulso al gobierno electrónico y al comercio electrónico en general. La nueva plataforma será capaz de soportar los procesos transaccionales de las compras y podrá equipararse a los mercados electrónicos de compras de los gobiernos más avanzados del mundo.

En el *gráfico 7* se pueden observar claramente las distintas etapas que se han debido cubrir para materializar la implantación del sistema de compras públicas.

4.2. Estadísticas generales de ChileCompra

Según la información y las estadísticas presentadas por ChileCompra en sus reportes de gestión y en el estudio en conjunto realizado con la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en el año 2003 se transaron en el portal de ChileCompra más de 1 200 millones de dólares con un volu-



Fuente: ChileCompra, 2005.

Gráfico 7
Evolución del proyecto implantación de nueva plataforma del mercado electrónico transaccional

men promedio mensual de 15 mil operaciones de organismos públicos.

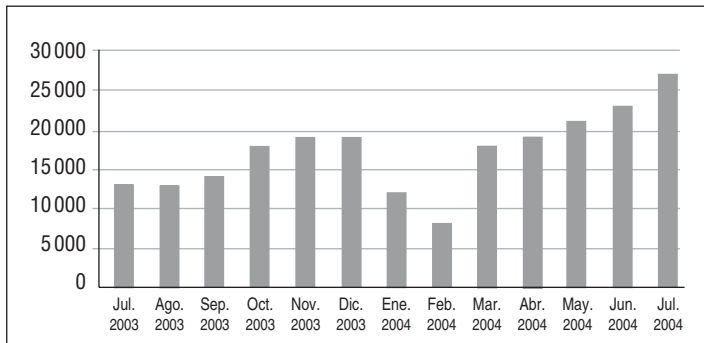
Las compras públicas concretadas electrónicamente a través del portal ChileCompra experimentaron un rápido crecimiento durante el primer trimestre del 2004, llegando a totalizar negocios por un monto de casi 62 millones de dólares, cuatro veces el registrado en igual periodo del año anterior. El número total de transacciones, por su parte, mostró una expansión aun mayor, pasando de aproximadamente 10 mil órdenes de compra *online* entre enero y marzo del 2003 a más de 34 mil en el 2004. En julio del 2004 se ingresaron más de 27 mil oportunidades de negocios. Este aumento en comparación con igual periodo del año anterior se debe a la incorporación paulatina de los municipios al sistema, con lo que las oportunidades de negocios publicadas en www.chilecompra.cl sumaron alrededor de 128 mil en los primeros siete meses del 2004. De este conjunto de transacciones, la región Metropolitana generó el 42%, seguida de

la octava y quinta regiones, en tanto que la décima región generó el 7% de oportunidades en el portal (ver *gráficos 8 y 9*).

Las apreciaciones preliminares de ChileCompra revelan una tasa de ahorro en las adquisiciones de aproximadamente 7% para las reparticiones públicas que están operando en el sistema. Con ello, el ahorro estimado para las arcas fiscales sería de 90 millones de dólares anuales. Este cálculo triplica las metas de ChileCompra para el 2004, contenidas en su plan estratégico 2002-2004 (ChileCompra y CCS, 2004).

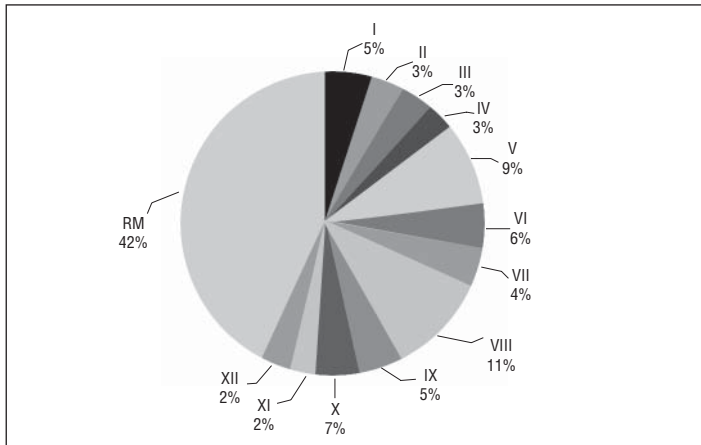
La tasa de participación efectiva de las empresas es elevada. En el ámbito nacional, el 64% de los proveedores activos hizo al menos una oferta dentro del sistema, y de estos un 70% se adjudicó al menos una compra pública.

La región de Los Lagos (décima región) supera las cifras nacionales, pues aproxi-



Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

Gráfico 8
Número de oportunidades de negocios (julio 2003-julio 2004)



Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

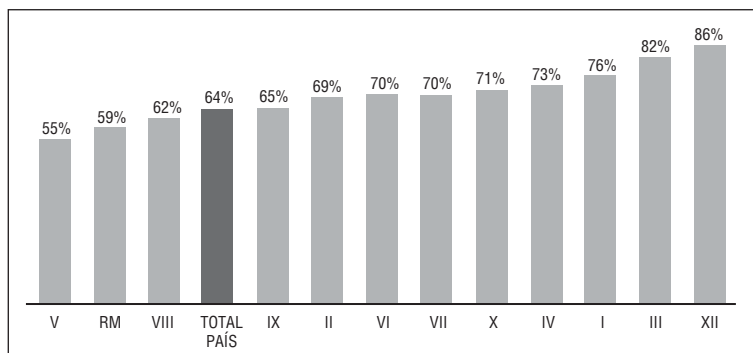
Gráfico 9
Aportes regionales a las oportunidades de negocios
(enero-julio 2004)

madamente el 71% de los proveedores realizó una oferta en el sistema y de estos el 78% se adjudicó al menos una compra pública (ver *gráficos 10 y 11*).

Por su parte, el número de proveedores inscritos en el portal ChileCompra ascendió a 64 mil a marzo del 2004 (ver *gráfico 12*), casi triplicando el número que hubo en diciembre del 2002. El análisis de las cifras muestra que la tasa promedio mensual de

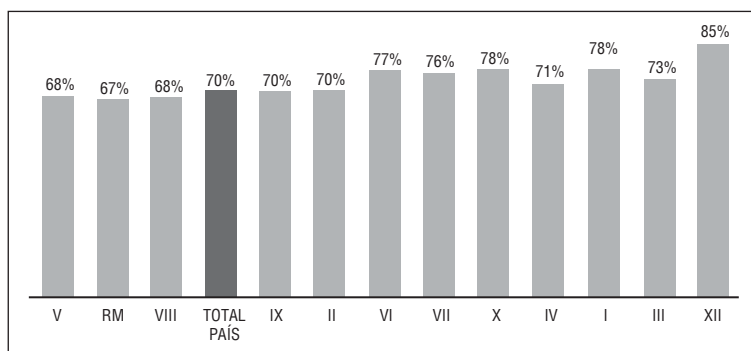
crecimiento de los proveedores ha tendido a estabilizarse en torno a 3% durante el primer trimestre del 2004, dejando atrás las tasas de crecimientos explosivos del 2003 (7,4%) y años anteriores (ChileCompra y CCS, 2004).

Complementando la información precedente, en el *cuadro 3* se indica el número de proveedores inscritos en los años 2002, 2003 y los primeros siete meses del 2004,



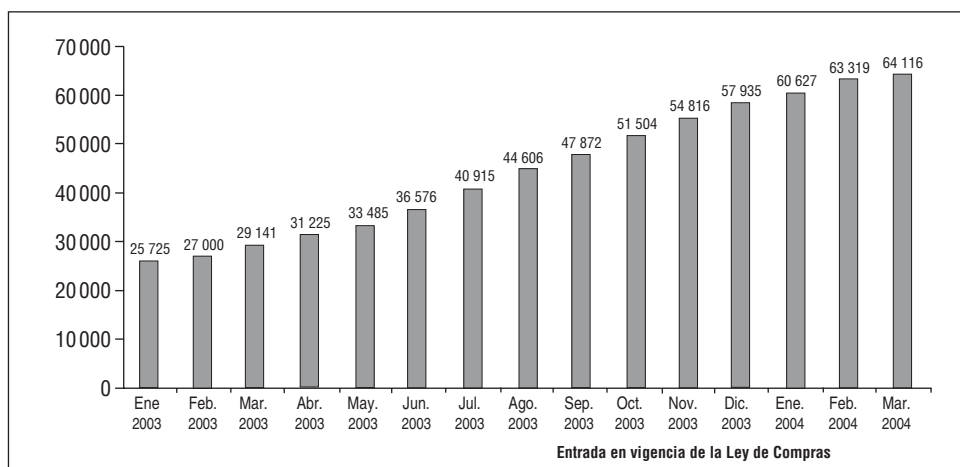
Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

Gráfico 10
Provedores inscritos que ofertaron al menos una vez en el 2003
(según región)



Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

Gráfico 11
Provedores activos que se adjudicaron al menos una compra en el 2003
(según región)



Fuente: ChileCompra 2004.

Gráfico 12
Número mensual de proveedores de ChileCompra (año 2004)

Cuadro 3. Número de proveedores inscritos en ChileCompra (a julio del 2004)

Años	2002	2003	2004 Enero-julio	Total a julio 2004
Número de proveedores	24 660	32 285	21 637	78 582

Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

lo que hace un total de más de 78 mil inscritos.

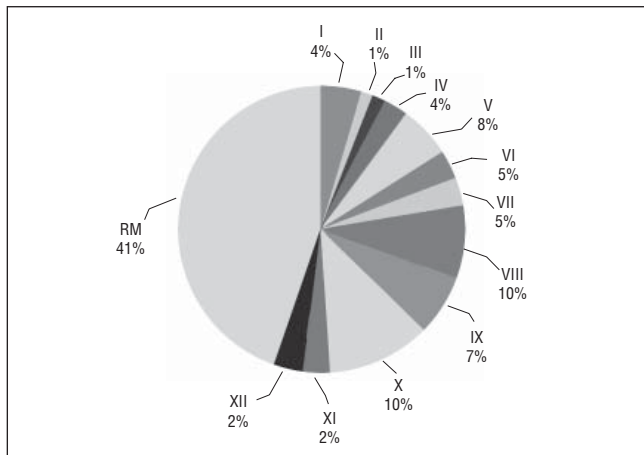
En cuanto a la región de Los Lagos, el porcentaje de proveedores inscritos en ChileCompra alcanzó a 10% del total considerando todo el país a julio del 2004. El *gráfico 13* muestra cómo se distribuye el total de proveedores por regiones.

La masiva incorporación de microempresarios y de pequeños y medianos proveedores al portal ChileCompra es uno de los grandes logros del sistema de compras públicas en línea. Al mes de marzo del 2004, las mypes constituyeron el 91,9% del total de proveedores del Estado inscritos en el sistema, con un número superior a 58 mil.

El restante 8,1% corresponde a medianas y grandes empresas. La participación de estos dos grupos de empresas en las ventas a través de la plataforma ascendió a 62%. Por su parte, las microempresas representaron el 18% de las ventas en ChileCompra, a pesar de que su participación en las ventas totales de la economía nacional no supera el 3% (ver *cuadro 4*). Por último, el restante 20% corresponde a las pequeñas empresas.

5. El sistema de compras públicas en la región de Los Lagos: percepción de los proveedores

A fin de conocer cómo perciben los proveedores de la región de Los Lagos el



Fuente: ChileCompra y CCS, 2004.

Gráfico 13
Aportes regionales a las oportunidades de negocios
(enero-julio 2004)

Cuadro 4. Proveedores inscritos por tamaño de empresa (según montos de facturación a marzo del 2004)

Tamaño de empresas	Número de empresas	%
Microempresas hasta UF 2 400	45 784	72,5
Pequeña empresa de UF ¹ 2 401 a UF 25 000	12 246	19,4
Mediana empresa de UF 25 001 a UF 100 000	3 744	5,9
Gran empresa: Más de UF 100 000	1 404	2,2
Total proveedores	63 178	100

1. La UF o unidad de fomento equivale aproximadamente a 30,51 dólares, según valor del 31 de agosto del 2005.

Fuente: ChileCompra.

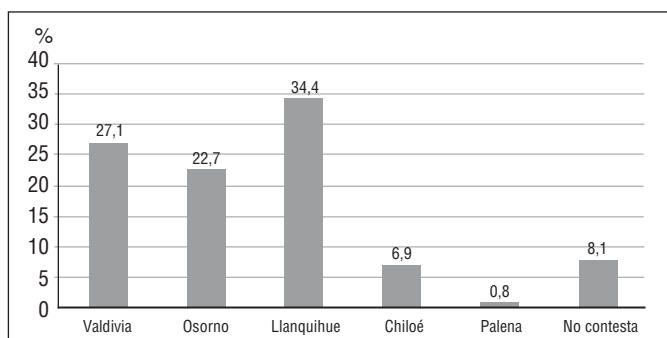
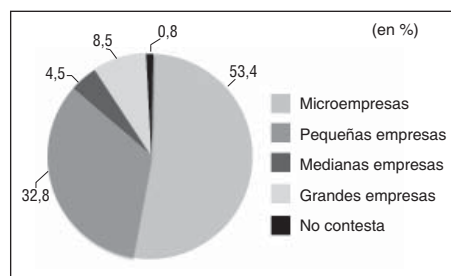
servicio de ChileCompra, se aplicó una encuesta a todas aquellas personas naturales y jurídicas de la región que ofertan bienes y servicios y que se encontraban inscritas en el Sistema de Compras y Contrataciones Públicas al mes de marzo del 2004. Se encuestaron finalmente a 247 proveedores, de una población de 5 480, y la muestra quedó con un margen de confiabilidad de 95%.

Procedencia de los encuestados

El mayor porcentaje de proveedores encuestados, el 34,4%, correspondió a la provincia de Llanquihue. Otras dos provincias concentraron también porcentajes significativos: Valdivia, con 27,1%, y Osorno, con 22,7%. Menor participación tuvieron Chi-loé, con 6,9%, y Palena, con 0,8%. El porcentaje restante no mencionó la localización de su empresa. El siguiente gráfico muestra la distribución de los encuestados.

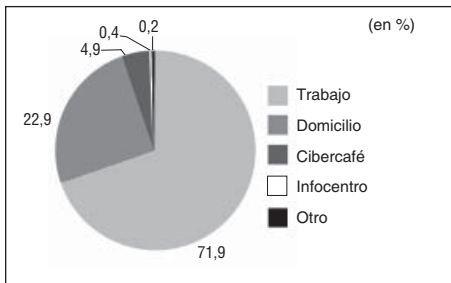
Tamaño de las empresas

En cuanto al tamaño de las empresas (determinado por el número de trabajadores), más de la mitad de los encuestados son microempresarios, seguidos de cerca por pequeños empresarios, que son aproximadamente un tercio del total. Por su parte, las medianas y grandes empresas representan en conjunto menos del 15% de los encuestados. Un porcentaje muy bajo, inferior al 1%, no contestó esta pregunta.



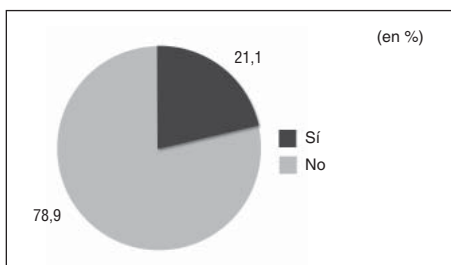
Conectividad a Internet

Un altísimo porcentaje de los encuestados (superior al 70%) se conecta a Internet desde su lugar de trabajo para acceder al portal de ChileCompra, mientras casi el 23% lo hace desde sus domicilios. Un porcentaje inferior al 5% se conecta desde un cibercafé y una proporción muy pequeña recurre a infocentros. Quienes utilizan estos últimos locales son pequeños y microempresarios. Finalmente, el 0,2% de «Otros» corresponden a quienes se conectan desde casas de familiares o amigos.



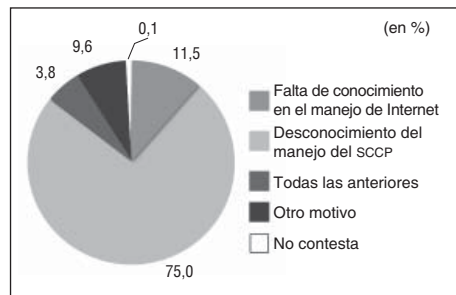
Dificultad en la inscripción

La encuesta arrojó que la mayoría de los proveedores (casi el 80%) manifestó no haber tenido dificultad alguna al momento de inscribirse en www.chilecompra.cl, en tanto que el porcentaje restante declaró haber experimentado inconvenientes en ese proceso.



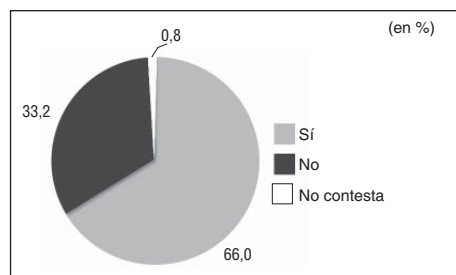
Tipo de problemas en la inscripción

Del grupo de proveedores que manifestó haber tenido problemas al inscribirse, la gran mayoría declaró que esta dificultad radicó en su desconocimiento del manejo de la plataforma electrónica ChileCompra. El segundo problema en importancia fue el desconocimiento del acceso a Internet o del uso de computadoras, mientras que prácticamente un 10% mencionó «Otros motivos», como la dificultad de encontrar en el catálogo de rubros la actividad específica desarrollada, lo engorroso del trámite de inscripción o la poca claridad de la información.



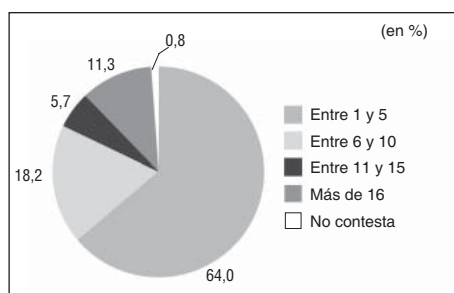
Claridad en los procedimientos

Un alto porcentaje de los proveedores manifestó entender los procedimientos que deben realizarse para ofertar en ChileCompra. En tanto, un tercio de los empresarios encuestados no comprende con claridad estos procedimientos y un ínfimo porcentaje no contestó esta pregunta.

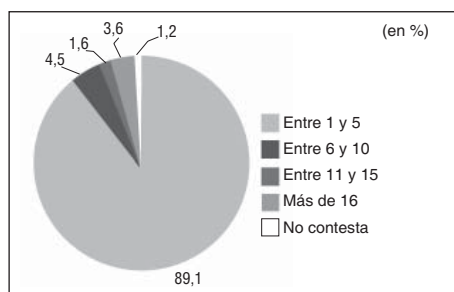


Número de ofertas realizadas

Más de 60% de los proveedores encuestados declaró haber realizado entre 0 y 5 ofertas en el sistema. Casi una quinta parte de encuestados ha hecho entre 6 y 10 ofertas. En menor porcentaje se encuentran quienes han realizado entre 11 y 15 ofertas, mientras el grupo que hizo más de 16 ofertas supera el 11%. Un porcentaje muy bajo se abstuvo de responder.

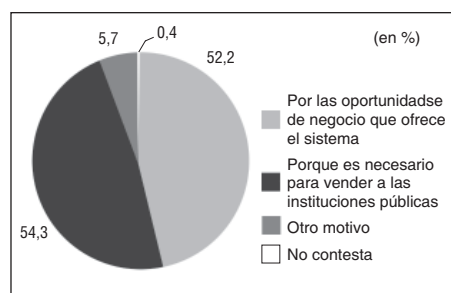
*Número de ofertas adjudicadas*

Casi la totalidad de los encuestados se ha adjudicado entre 1 y 5 adquisiciones. Esta cifra contrasta notoriamente con el 10% de los empresarios que se han adjudicado más de 6 ofertas o adquisiciones.

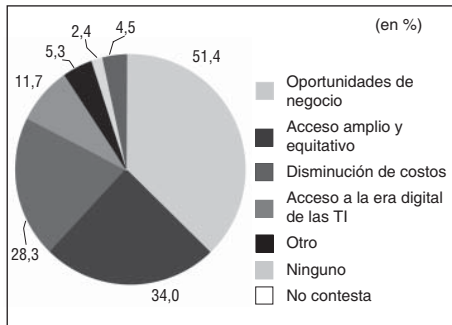
*Motivos de la inscripción*

Los encuestados manifestaron que el principal motivo por el cual se inscribieron en ChileCompra fue la obligación de hacerlo

para poder vender a las instituciones públicas. No obstante, casi el mismo porcentaje señaló que lo hizo por las nuevas oportunidades de negocios que ofrece el sistema. Un porcentaje muy reducido de los encuestados señaló otras razones, como la posibilidad de tener información sobre propuestas públicas y desarrollar proyectos interesantes, o el hecho de que un servicio público se los solicitó o los inscribió directamente.

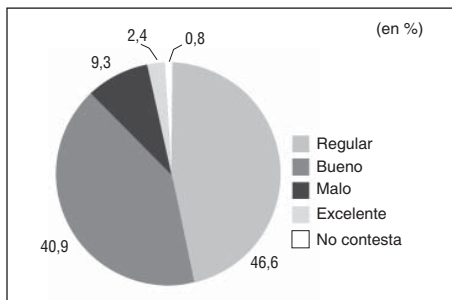
*Beneficios para los proveedores del sistema*

Algo más de la mitad de los proveedores encuestados percibe el acceso a oportunidades de negocios de manera oportuna y con reglas claras como el beneficio más evidente de ChileCompra. Por su parte, un tercio de los proveedores señaló el acceso amplio y equitativo a la demanda de los servicios públicos. Otro grupo importante (28,3%) mencionó la disminución de los costos de transacción, el 11,7% se refirió al acceso a la era digital de las tecnologías de información como la ventaja del sistema. Asimismo, el 5,3% declaró percibir otros beneficios, como conocer la demanda en servicios del Estado, la transparencia del sistema o la posibilidad de ofertar en servicios que antes no eran asequibles. Finalmente, es de destacar un porcentaje bajo de proveedores que no percibe beneficio alguno.



Grado de conocimiento de los contenidos de ChileCompra

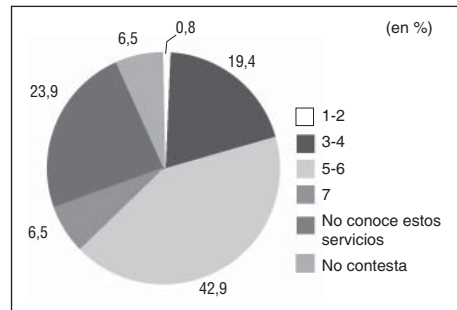
La evaluación del grado de conocimiento que poseen los proveedores de los contenidos o la información que se encuentra en la página de ChileCompra muestra que la mayoría de proveedores (46,6) cree poseer un conocimiento regular de los contenidos presentados en el sitio web. Un porcentaje levemente menor (40,9) declara un grado de conocimiento bueno de estos contenidos. Por su parte, quienes manifiestan tener poco conocimiento de este aspecto no superan el 10% de los encuestados, en tanto sólo un 2,4% cree tener un excelente conocimiento de estos contenidos.



Valuación de los servicios ofrecidos

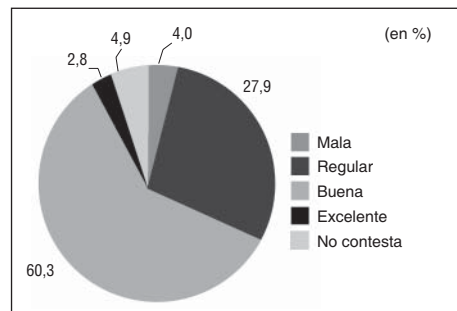
Los proveedores también calificaron los servicios ofrecidos por ChileCompra: mesa de ayuda, noticias, centro de información,

contacto. La mayoría otorgó puntajes entre 5 y 6, lo que se podría considerar una buena evaluación, pues muestra el grado de aprobación de estos servicios. Sin embargo, es significativo que un porcentaje relativamente alto (23,9) declaró no conocer estos servicios. En todo caso, es muy destacable el bajo porcentaje que los considera malos.



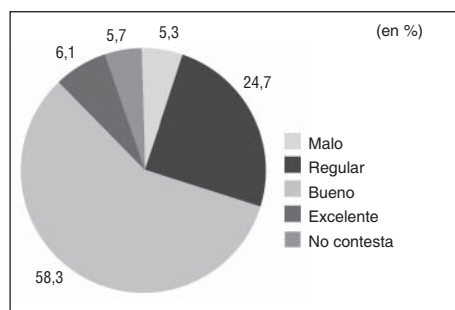
Utilidad de la Información que proporciona ChileCompras

Sobre el grado de utilidad de la información contenida en ChileCompra, la mayoría de los proveedores (60%) opina que esta información es buena e inclusive un porcentaje muy pequeño la califica de excelente. No obstante, cerca del 30% la considera regular y un porcentaje muy bajo la califica como mala.



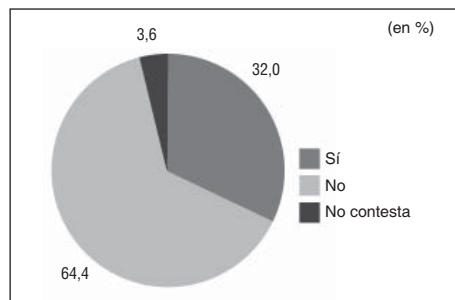
Valoración del funcionamiento general del sistema

En cuanto al funcionamiento general del sistema ChileCompra, se advierte que los proveedores lo valoran en general mejor que a su utilidad. Casi el 60% de los encuestados piensa que el funcionamiento del portal es bueno y 6% opina que es excelente. Menos del 25% lo considera regular y sólo el 5% lo califica como malo.



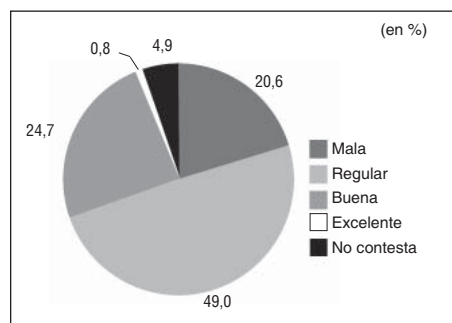
Bienes y servicios demandados

Cuando se les pregunta a los encuestados sobre los bienes y servicios que más demandan las entidades públicas de la región, una amplia mayoría declara no conocer cuáles son los bienes y servicios más requeridos, en tanto que aproximadamente un tercio sí cree conocer la demanda regional.



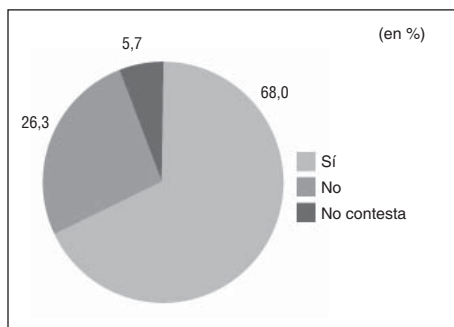
Difusión del sistema

En cuanto a la difusión del sistema de compras en la región, casi el 50% de los encuestados la considera regular y un grupo cercano al 24%, piensa que es buena. Es de destacar, sin embargo, el gran porcentaje de proveedores que la considera mala, poco más del 20% de los encuestados, y el bajo porcentaje que la califica como excelente. Cerca de un 5% de los encuestados no respondió esta pregunta.



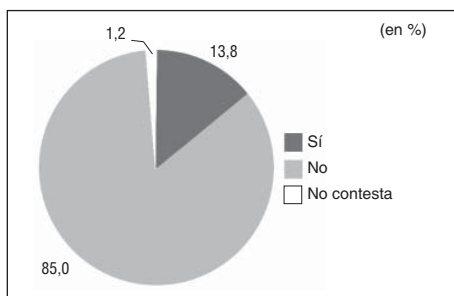
Aporte a la transparencia

Otro aspecto importante en cuanto a los resultados de la encuesta es lo concerniente al grado de transparencia que este sistema le añadiría a los procesos de compras y contrataciones públicas. Los resultados muestran que un gran sector, cercano al 70% de los proveedores encuestados, cree que ChileCompra sí es un aporte valioso para el incremento de la transparencia en los procesos de compras y contrataciones. En tanto, un porcentaje notoriamente menor cree que ChileCompra no contribuye al logro de mayor transparencia en los procedimientos. Un pequeño porcentaje de los proveedores no respondió esta pregunta.



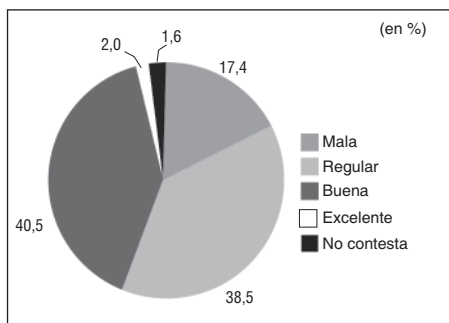
Asistencia a capacitaciones

En cuanto a la asistencia a talleres de capacitación sobre el uso de la plataforma electrónica ChileCompra, los resultados de la encuesta indican que un elevadísimo porcentaje de proveedores no ha concurrido a estos talleres. Este hecho es de extrema preocupación, pues la poca asistencia dificulta notoriamente el uso óptimo de esta herramienta electrónica.



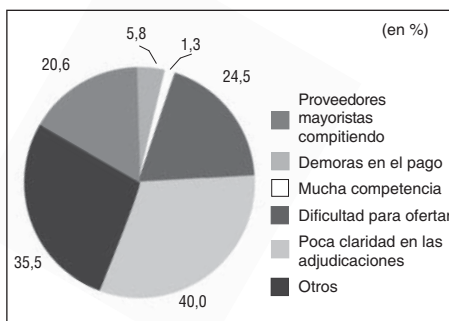
Apreciación de la experiencia con ChileCompra

Respecto a la experiencia con ChileCompra, las respuestas se concentraron en quienes la consideran regular y buena, siendo esta última alternativa la que captó el mayor porcentaje. Hay que agregar el alto porcentaje de encuestados que califican su experiencia como mala y la baja tasa de proveedores que la considera excelente.



Experiencias negativas con ChileCompra

Con relación al tema anterior, entre las causas de malas experiencias que declaran haber tenido los proveedores con ChileCompra se señala mayormente la poca claridad de las adjudicaciones. Le siguen la dificultad para ofertar, la competencia de los proveedores mayoristas, mucha competencia en general, las demoras en el pago. Un porcentaje significativo de encuestados señala «otras causas» como: poca claridad en lo que se solicita, poca transparencia, escasa información, centralismo, poco tiempo entre la publicación de la adquisición y la fecha de cierre, entre otros aspectos.



Conclusiones

Este trabajo nos ha permitido acercarnos a una nueva manera de hacer negocios y

percatarnos de la influencia decisiva que ejercen hoy las tecnologías de información y comunicación en la forma como se gestionan las organizaciones. En este orden de cosas, el uso masivo de Internet en todos los campos de la vida humana ha mostrado que las nuevas herramientas pueden afectar positivamente la calidad de los servicios y los productos ofertados en el mercado. Pero sin duda, nuestro foco de atención estuvo centrado en el comercio electrónico, cuya expansión está cambiando radicalmente la relación comercial entre empresas, entre consumidores, entre empresas y consumidores y, por supuesto, entre empresas y el gobierno.

Chile no ha estado ajeno a esta realidad, y con la entrada en vigencia de la Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios (Ley N.º 19.886) se abre la puerta para el desarrollo del comercio electrónico en el ámbito público. El portal ChileCompra constituye el medio oficial de publicación del gobierno de Chile para realizar compras y contrataciones, y su puesta en funcionamiento permite contar con un solo punto de información, con lo cual disminuyen sensiblemente los costos en que incurren los organismos públicos al efectuar las convocatorias a licitación en diarios de circulación nacional.

Pero quizá lo más significativo de este hecho es que la utilización del nuevo sistema de compras y contrataciones públicas y su complementación e interrelación con otras herramientas TIC promovidas por el gobierno de Chile (firma digital y factura electrónica) han transformado el ciclo de compras en un proceso totalmente digital.

No menos importante es darse cuenta de que las empresas en general han resul-

tado muy dúctiles a los nuevos contextos tecnológicos. Prueba de ello es el vertiginoso incremento de las ventas al sector público por medios electrónicos durante el primer trimestre del 2004, periodo en que se realizaron negocios por casi 62 millones de dólares, cifra cuatro veces superior a las ventas del mismo trimestre del año anterior.

Esta nueva forma de hacer negocios ha impactado decisivamente en la tasa de ahorro de los procesos de suministro, que llega aproximadamente a 7% en promedio en las diferentes reparticiones públicas que operan con el sistema.

En el caso específico de la región de Los Lagos, podemos indicar que, en general, las opiniones de los proveedores son bastante positivas, especialmente en relación con las facilidades que otorga el sistema para inscribirse como proveedores oficiales en el portal ChileCompra, así como respecto de la claridad de los procedimientos para ofertar productos y servicios.

En cuanto a los beneficios, los proveedores perciben claramente una serie de ellos: el acceso transparente a nuevas oportunidades de negocios, la disminución de los costos de transacción y el hecho de ser parte de un modelo digital que los coloca en condiciones de competir con los países desarrollados.

Asimismo, los proveedores reconocen tener un adecuado conocimiento de los contenidos del portal ChileCompra, tanto así que un alto porcentaje de los encuestados valoró como muy útil la información disponible. En el mismo sentido, el funcionamiento general del sistema electrónico de compras y contrataciones tiene un alto nivel de aprobación; sólo un porcentaje muy

reducido de los encuestados lo califican como deficiente o malo.

No obstante, el estudio puso de manifiesto algunas experiencias negativas de los proveedores con relación al sistema. Al respecto, debe preocuparnos que un alto porcentaje de encuestados haya considerado que existe poca claridad en las adjudicaciones. De la misma manera, debe alertarnos el hecho de que algunos proveedores mencionaron la escasa información que se entrega, el poco tiempo entre la publicación de la adquisición y la fecha de cierre, y la excesiva competencia, especialmente de los grandes proveedores. A esta realidad debe adicionarse la escasa participación de los proveedores en los talleres de capacitación implementados por el gobierno con el fin de mejorar las competencias en el uso de la plataforma de ChileCompra.

Como corolario de todo lo anterior, se puede señalar que el nuevo sistema de compras y contrataciones públicas cumple, claramente, con las expectativas de los proveedores de la región de Los Lagos, quienes no tienen inconvenientes en reconocer las ventajas que les proporciona el comercio electrónico.

Es evidente que a partir de esta experiencia se modifica sustancialmente la relación tradicional del Estado con sus proveedores, fortaleciendo la limpieza de los procesos, el fomento del uso de la tecnología, la mejora de la estructura de costos, la eficiencia en la gestión organizativa y la promoción de la gestación de nuevos negocios.

Bibliografía

ABBATE, J. 2000. *Inventing the Internet*. Cambridge: Mit Press.

AMOR, D. 2000. *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Buenos Aires: Pearson Education.

BANEGAS, J. 2000. *Definición y concreción del hipersector de las tecnologías de la información en España*. Madrid: Economía de Europa 0100. Instituto Universitario Ortega y Gasset.

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO. 2005. Mypes se consolidan como segunda fuerza proveedora del Estado. [http://www.ccs.cl/html/comunicados_prensa/download/informe%20mypes209-08-05.doc].

CASTELLS, M. 2001. *La galaxia Internet*. Barcelona: Areté.

CENTRO DE ESTUDIO DE LA ECONOMÍA DIGITAL. 2004. Nuestra economía digital crece, pero no aumenta la inversión en infraestructura. [http://www.acti.cl/actualidad/noticias/economia_digital2004.htm].

CHATEAU, J. y VARAS, S. (coord.). 2003. Gobierno electrónico en Chile: estado del arte. Gobierno de Chile y Universidad de Chile. Dirección de Compras y Contrataciones Públicas [http://www.acti.cl/actualidad/noticias/economia_digital2004.htm].

CHILE. Agenda Gobierno Electrónico 2002-2005 [<http://www.modernización.cl>].

CHILE. Agenda Digital 2004-2006 [<http://www.agendadigital.cl>].

CHILECOMPRA. 2003 [<http://www.compras-chile.cl/portal/portalInvitado/iniciportal.aspx>].

- CHILECOMPRAY CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO. 2004. Informe de gestión mayo 2004 [<http://www.chilecompra.cl>].
- CHILE. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE) Censo 2002. [<http://www.ine.cl/cd2002/index.php>].
- . 2006. [http://www.ine.cl/ine/canales/chile_estadistico/home.php].
- CHILE. Ley N.º 19.886. *Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministros y Prestación de Servicios* [http://www.chilecompra.cl/portal/centro_informaciones/fr_ley_compras.html].
- CHILE. Reglamento de la Ley N.º 19.886 [http://www.chilecompra.cl/portal/noticias/fr_24092004_LeyDiarioOficial.html].
- CHILE. MINISTERIO DEL INTERIOR, SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO REGIONAL Y ADMINISTRATIVO. 1997. *Diccionario de administración pública chilena*. Chile. Editorial Jurídica Cono Sur Ltda.
- CHILE. SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS (SII). Internet, hacia un gobierno electrónico [http://www.sii.cl/sii_internet/sii_internet.html].
- CRIADO, J. I. y FERNÁNDEZ, D. 2002: Internet y Unix: 30 años de vidas paralelas. *Mundo Linux*, n.º 43, págs. 60-64.
- DONOVAN, J. 1997. *The next industrial revolution*. Englewood Cliffs (N. J.): Prentice Hall.
- ELSEN PETER, R. y VELTE, T.J. 2001. *Fundamentos de comercio electrónico*. México D. F. McGraw-Hill. Interamericana.
- FAZIO, M. y GOLDSTEIN R. 2003. Algunas reflexiones sobre la medición del impacto social de las TIC. Elaborado para el proyecto Olística en su actividad de deconstrucción de las principales metodologías internacionales [<http://www.funredes.org/olistica/documentos/doc13/doc13-1.html>].
- FELCMAN, I. L. 1988. *Burocracia pública: tecnología, informática, transmisión cultural y condicionantes políticos*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- FRITIS, S., OLIVERA, C. y SALAS, D. 2003. Gestión de compras por Internet, tesis presentada a la Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Sistemas de Información y Auditoría [<http://www.cybertesis.cl>].
- GARTNER, S. 2000. State and local government market, 2000 through 2005. Gartner Group, Inc.
- GODOY, S. 2005. ¿Cómo está y adónde va el uso de Internet en Chile? Chile. Resultados WIP-Chile 2003-2004.
- ILLANES, P. 1999. *El sistema empresa: una visión integral de la administración*. 6ª ed. Santiago de Chile: Universitaria.
- LEVER, G. 2004. Presentación del estudio conjunto de la Cámara Comercio de Santiago y ChileCompra. [http://www.chilecompra.cl/portal/noticias/fr_noticias.html].