



GOBIERNO DE CHILE
 MINISTERIO DE HACIENDA
 AFC 6.52-09

Handwritten initials



Handwritten signature

MINISTERIO DE HACIENDA
29 DIC. 2009
TOTALMENTE TRAMITADO DOCUMENTO OFICIAL

APRUEBA CONVENIO DE DESEMPEÑO
 DEL DIRECTOR DE COMPRAS Y
 CONTRATACION PÚBLICA.

MINISTERIO DE HACIENDA CHILE OFICINA DE PARTES
130140109
RECIBIDO

SANTIAGO, 11 DIC. 2009

CONTRALORIA GENERAL TOMA DE RAZON		
RECEPCION		
DEPART. JURIDICO		
DEPART. T. R. Y REGIST		
DEPART. CONTABIL.		
SUB. DEPT. C. CENTRAL		
SUB. DEPT. E. CUENTAS		
SUB. DEPT. C.P.Y. BIENES NAC.		
DEPART. AUDITORIA		
DEPART. V.O.O., U. y. T.		
SUB. DEPT. MUNICIPI.		
REFRENDACION		
REF. POR \$	_____	
IMPUTAC.	_____	
ANOT. POR \$	_____	
IMPUTAC.	_____	
DEDUC. DTO.	_____	

EXENTA Nº 1678 /

VISTOS: Lo dispuesto en el artículo sexagésimo primero de la ley Nº 19.882; los decretos supremos de Hacienda Nºs 1.580, de 2005 y 1.785, de 2007; la Resolución Nº 1600, de 2008, de la Contraloría General de la República; y, los antecedentes adjuntos, dicto la siguiente,

Handwritten signature

RESOLUCIÓN:

**CONVENIO DE DESEMPEÑO ENTRE EL MINISTRO DE HACIENDA, EL
MINISTRO SECRETARIO GENERAL DE LA PRESIDENCIA Y LA TESORER A
GENERAL DE LA REPUBLICA**

En Santiago de Chile, a tres de noviembre de 2009, el Ministro de Hacienda, Andrés Velasco Brañes, el Ministro Secretario General de la Presidencia de la República, José Antonio Viera-Gallo Quesney y el Director de la Dirección de Compras y Contratación Pública, Felipe Goya Goddard, de conformidad con lo establecido en el artículo sexagésimo primero de la ley N° 19.882 y su Reglamento, contenido en el Decreto Supremo de Hacienda No 1.580, de 2005, vienen en suscribir el siguiente convenio de desempeño para el período 10 de Junio de 2009 al 10 de junio de 2012:

PRIMERO: Don Felipe Goya Goddard, fue designado Director de Compras y Contratación Públicas por Decreto Supremo de Hacienda No 669, de 2009, a contar del 10 de junio de 2009 y por el plazo de tres años, sin perjuicio de la facultad de ser renovado en los términos previstos en el artículo quincuagésimo séptimo de la ley No 19.882.

SEGUNDO: Las metas y los objetivos de resultado que se consignan en el texto del citado convenio son coherentes con los determinados para la Dirección de Compras y Contratación Pública, conforme a sus sistemas de planificación, presupuestos, programas de mejoramiento de la gestión y convenios de desempeño colectivo. Asimismo, dichas metas y objetivos son concordantes con las prioridades establecidas por el gobierno, la programación ministerial, la misión institucional, objetivos y estratégicos y productos relevantes del Servicio.

TERCERO: En el contexto antes citado, el convenio que contiene los compromisos del Director de Compras y Contratación Pública es del siguiente tenor:



CONVENIO DE DESEMPEÑO
ALTA DIRECCION PÚBLICA

I. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre	Felipe Goya
Cargo	Director Nacional
Institución	Dirección de Compras Públicas
Fecha nombramiento	10 de Junio 2009
Dependencia directa del cargo	Ministerio de Hacienda
Período de desempeño del cargo	10/06/2009 al 09/06/2012

II. PERIODO DE EVALUACION DEL CONVENIO

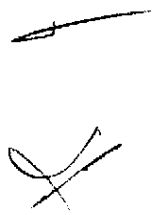
Primera evaluación	09/06/2010
Segunda evaluación	09/06/2011
Tercera Evaluación	09/06/2012

III. DESAFIOS DEL CARGO

El principal desafío consiste en completar la digitalización del ciclo de compras públicas (licitaciones, gestión de contratos, pagos y análisis) y de esta forma continuar agregando valor a los distintos grupos de interés del mercado. La propuesta de valor se resume en los siguientes conceptos:

- Los **compradores** esperan poder hacer su trabajo con más calidad y a menores costos.
- Los **proveedores**, esperan un mercado público transparente, accesible, competitivo y no arbitrario.
- **Organismos de control** esperan poder tener una relación amplia de colaboración con ChileCompra
- La **comunidad** espera confiar en la integridad del mercado público.

Agregar valor a cada uno de estos grupos implica asumir que, en realidad cada uno de ellos contiene cientos o miles de tipos de usuarios distintos y que requieren soluciones y servicios adecuados a su realidad. Por ejemplo: la capacidad de procesamiento de información de licitaciones que tiene una empresa grande es muy distinta a la de una empresa pequeña y por lo tanto requieren herramientas diferentes. Por lo tanto, el trabajo deberá basarse sobre la base de la segmentación de usuarios y del diseño y puesta en marcha de herramientas que respondan a las necesidades de cada uno de estos segmentos.



IV. COMPROMISOS DE DESEMPEÑO:

Identifican los objetivos que el alto directivo se compromete a lograr a través de su gestión directiva. Aluden en consecuencia a logros que son atribuibles principalmente a la gestión específica del directivo, en el marco de las competencias o atributos bajo los cuales fue seleccionado por el sistema de Alta Dirección Pública.

PRIMER AÑO 10 JUNIO 2009 – 9 JUNIO 2010

META ESTRATÉGICA N°1:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
2,5% Ahorro Estado en compras de bienes y servicios al utilizar www.mercadopublico.cl ¹	Objetivo N°1: Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas ² .	28 %
Indicador: (Ahorro Estimado ³ /Monto transado en www.mercadopublico.cl) ⁴ *100		
Medio de Verificación: Estudio realizado por empresa externa. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté entregado en los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable.		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades ⁵ .		

META ESTRATÉGICA N°2:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
70 % Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas ⁶	Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas ⁷ .	12%
Indicador: (Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas en Junio año X ⁸ /total licitaciones adjudicadas Junio Año X) *100		
Medio de Verificación: Informe mensual del Área Mercado Público de la Dirección de Compras ⁹ .		

¹ El ahorro se mide en función del monto transado y considera múltiples fuentes de ahorro. Entre ellas: Ahorros por efectos del registro de proveedores, ahorros por efectos de la competencia o precio (número de ofertas por proceso), ahorros en procesos, ahorros por el uso de convenios marco, ahorros por agregaciones de demanda, ahorro en inventario, etc. También debería recoger el ahorro para los proveedores por costos de transacción.

² Este objetivo da cuenta de una de las funciones básicas de un sistema de comercio electrónico como www.mercadopublico.cl, ya que tiene efecto en la utilización eficiente de los recursos del Estado y en la disminución de los costos de transacción con el mercado público.

³ El ahorro estimado requiere una metodología compleja para su cálculo. Hasta la fecha se han utilizado dos aproximaciones alternativas: a) diferencia entre el precio adjudicado y precio más barato (o segundo si se adjudicó al más barato) complementado con evaluación de canasta contra mercado para ajustar por corrimientos generales y b) a partir de la distribución de precios en el mercado público y diferencias entre estadístico de primer y segundo orden. Estas dos metodologías corresponden a ahorro por incremento en la competencia y deben ser complementadas por el ahorro por proceso de distintas naturaleza. Con todo, la metodología dependerá de la oferta del proveedor que realice las futuras mediciones de ahorro. Estos proveedores se seleccionarán mediante licitaciones públicas en su debido momento.

⁴ Este monto se calcula a partir de los montos de las órdenes de compra que han sido enviadas a través de www.mercadopublico.cl.

⁵ Este presupuesto está en el anteproyecto del presupuesto 2010 de ChileCompra y se espera, del mismo modo, contar con los respectivos presupuestos 2011 y 2012.

⁶ Se medirá mensualmente, pero para efectos de evaluación se considerará sólo la medición del mes de Junio de cada año

⁷ Este objetivo da cuenta de una de las funciones básicas de un sistema de comercio electrónico como www.mercadopublico.cl, ya que tiene efecto en la utilización eficiente de los recursos del Estado y en la disminución de los costos de transacción con el mercado público.

⁸ X es 2010, 2011 y 2012 respectivamente

⁹ Este informe se lleva a cabo contando los registros correspondientes en la base de datos de la página www.mercadopublico.cl y permite el cálculo exacto de este indicador.

Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades¹⁰.

META ESTRATÉGICA N°3:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
50% Satisfacción general de compradores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público.	15%
Indicador: N° de compradores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl ¹¹ /N° de compradores encuestados*100		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades ¹² .		

META ESTRATÉGICA N°4:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
50% Satisfacción general de proveedores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público	15%
Indicador: N° de proveedores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl ¹³ /N° de proveedores		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades ¹⁴ .		

META ESTRATÉGICA N°5:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
3 % de compras¹⁵ con criterios de sustentabilidad Solo se consideran rubros relevantes según estándar UNSPSC¹⁶ y experiencia comparada	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	15%
Indicador: (compras últimos 3 meses del año t con criterios de sustentabilidad /total compras en el mismo periodo)*100		
Medio de Verificación: Informe de Área de Mercado Público de ChileCompra. El informe se construye en base a muestreo de licitaciones y consultas a base de datos del sistema. Se espera que este informe esté disponible dentro del mes siguiente al periodo de evaluación		
Supuesto Básico: Se mantiene un apoyo político explícito a esta política de compra. (Hoy día es		

¹⁰ Este presupuesto está en el anteproyecto del presupuesto 2010 de ChileCompra y se espera, del mismo modo, contar con los respectivos presupuestos 2011 y 2012.

¹¹ Esta medición se hará en base a una encuesta con error muestral 5% máximo que considerará como población aquellos compradores usuarios intensivos del sistema. La satisfacción general se mide mediante una pregunta específica dentro de la encuesta que será diseñada y aplicada por la empresa que adjudique la respectiva licitación.

¹² Este presupuesto está en el anteproyecto del presupuesto 2010 de ChileCompra y se espera, del mismo modo, contar con los respectivos presupuestos 2011 y 2012.

¹³ Esta medición se hará en base a una encuesta con error muestral 5% máximo que considerará como población aquellos proveedores usuarios del sistema. La satisfacción general se mide mediante una pregunta específica dentro de la encuesta que será diseñada y aplicada por la empresa que adjudique la respectiva licitación. No se considera satisfacción neta si no que absoluta.

¹⁴ Este presupuesto está en el anteproyecto del presupuesto 2010 de ChileCompra y se espera, del mismo modo, contar con los respectivos presupuestos 2011 y 2012.

¹⁵ Considera licitaciones y órdenes de compra directas o por convenio marco.

¹⁶ UNSPSC es el estándar de clasificación que usa ChileCompra. Este estándar es desarrollando por las Naciones Unidas.

112

parte de los anuncios presidenciales del 21 de mayo de 2008).

META ESTRATÉGICA N°6:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
10% Tasa de variación de proveedores transando en Mercado Público¹⁷	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	15%
Indicador: ((N° Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X/ N° Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X-1)*100)-100		
Medio de Verificación: Consulta base de datos www.mercadopublico.cl		
Supuesto Básico: Se mantienen los recursos para la red de centros de emprendimiento ¹⁸ .		

SEGUNDO AÑO 10 JUNIO 2010- 9 JUNIO 2011
Aplican las notas al pie del primer año cuando corresponde

META ESTRATÉGICA N°1:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
3% Ahorro Estado en compras de bienes y servicios al utilizar www.mercadopublico.cl	Objetivo N°1: Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas.	28 %
Indicador: Ahorro Estimado/Monto transado en www.mercadopublico.cl)*100		
Medio de Verificación: Estudio realizado por empresa externa. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté entregado en los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°2:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
72 % Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas	Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas.	12%
Indicador: (Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas en Junio año X ¹⁹ /total licitaciones adjudicadas Junio Año X) *100		
Medio de Verificación: Informe mensual del Área Mercado Público de la Dirección de Compras.		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°3:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
55% Satisfacción general de compradores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público.	15%
Indicador: N° de compradores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl /N° de compradores encuestados*100		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		

¹⁷ Por proveedor transando se entiende los proveedores que ofertan o que reciben órdenes de compra.

¹⁸ Los centros de emprendimiento atienden a los proveedores que tienen mayores dificultades para acceder al mercado público, generalmente MIPES. Estas dificultades pueden ser variadas, incluyen aspectos tales como: brecha digital, conectividad o conocimiento de la ley de compras. El trabajo en incrementar los proveedores del mercado se hace con foco en este segmento, puesto que los proveedores más grandes relevantes ya están en su mayoría registrados, además que representan sólo un parte pequeña de la base de empresas de Chile.

¹⁹ X es 2010, 2011 y 2012 respectivamente

Supuesto Básico: Que se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		
META ESTRATÉGICA N°4:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
55% Satisfacción general de proveedores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público	15%
Indicador: N° de proveedores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl /N° de proveedores		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°5:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
10 % de compras con criterios de sustentabilidad Solo se consideran rubros relevantes según estándar UNSPSC y experiencia comparada	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	15%
Indicador: (compras últimos 3 meses del año t con criterios de sustentabilidad /total compras en el mismo periodo)*100		
Medio de Verificación: Informe de Área de Mercado Público de ChileCompra. El informe se construye en base a muestreo de licitaciones y consultas a base de datos del sistema. Se espera que este informe esté disponible dentro del mes siguiente al periodo de evaluación		
Supuesto Básico: Se mantiene un apoyo político explícito a esta política de compra. (Hoy día es parte de los anuncios presidenciales del 21 de mayo de 2008).		

META ESTRATÉGICA N°6:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
10% Tasa de variación de proveedores transando en Mercado Público²⁰	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	15%
Indicador: ((N° Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X/ N° Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X-1)*100)-100		
Medio de Verificación: Consulta base de datos www.mercadopublico.cl		
Supuesto Básico: Se mantienen los recursos para la red de centros de emprendimiento.		

TERCER AÑO 10 JUNIO 2011-9 JUNIO 2012

Aplican las notas al pie del primer y segundo año cuando corresponde

META ESTRATÉGICA N°1:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
3,15% Ahorro Estado en compras de bienes y servicios al utilizar www.mercadopublico.cl	Objetivo N°1: Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas.	28 %
Indicador: Ahorro Estimado/Monto transado en www.mercadopublico.cl)*100		
Medio (s) de Verificación: Estudio realizado por empresa externa. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté entregado en los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto(s) Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a		

²⁰ Por proveedor transando se entiende los proveedores que ofertan o que reciben órdenes de compra.

financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.

META ESTRATÉGICA N°2:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
75% Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas	Incrementar la efectividad del encuentro entre la oferta y la demanda en el mercado de las compras públicas.	12%
Indicador: (Licitaciones adjudicadas con 3 o más ofertas en Junio año X/total licitaciones adjudicadas Junio Año X) *100		
Medio de Verificación: Informe mensual del Área Mercado Público de la Dirección de Compras.		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°3:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
60% Satisfacción general de compradores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público.	15%
Indicador: N° de compradores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl /N° de compradores encuestados*100		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°4:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
60% Satisfacción general de proveedores con www.mercadopublico.cl	Incrementar la satisfacción de los clientes del mercado público	15%
Indicador(es): N° de proveedores que se declaran satisfechos con www.mercadopublico.cl /N° de proveedores		
Medio de Verificación: Encuesta realizada por externos. El resultado de esta medición estará en el informe que en su momento produzca la empresa que gane la respectiva licitación. Se espera que este informe esté dentro de los 3 meses posteriores al cierre del periodo evaluable		
Supuesto Básico: Que no se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades.		

META ESTRATÉGICA N°5:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
15 % de compras con criterios de sustentabilidad Solo se consideran rubros relevantes según estándar UNSPSC y experiencia comparada	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	12%
Indicador: (compras últimos 3 meses del año t con criterios de sustentabilidad /total compras en el mismo periodo)*100		
Medio de Verificación: Informe de Área de Mercado Público de ChileCompra. El informe se construye en base a muestreo de licitaciones y consultas a base de datos del sistema. Se espera que este informe esté disponible dentro del mes siguiente al periodo de evaluación		
Supuesto Básico: Se mantiene un apoyo político explícito a esta política de compra. (Hoy día es		

parte de los anuncios presidenciales del 21 de mayo de 2008).

META ESTRATÉGICA N°6:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
10% Tasa de variación de proveedores transando en Mercado Público	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	9%
Indicador: $((N^{\circ} \text{ Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X} / N^{\circ} \text{ Proveedores que transan sus productos en el portal MP año X-1}) * 100) - 100$		
Medio de Verificación: Consulta base de datos www.mercadopublico.cl		
Supuesto Básico: Se mantienen los recursos para la red de centros de emprendimiento.		

META ESTRATÉGICA N°7:	Lineamiento estratégico al cual se vincula	Ponderación
25% de contratos relevantes²¹ gestionados en línea.	Instalar los conceptos básicos para un mercado público sustentable y de amplio acceso.	9%
Indicador: $\text{Contratos relevantes gestionados en línea en plataforma } \frac{\text{www.mercadopublico.cl/Total contratos esperados}}{\text{Total contratos esperados}}$		
Medio de Verificación: Informe mensual del área de mercado público de la Dirección de Compras		
Supuesto Básico: Es política del Estado transparentar activamente los contratos que se produzcan reducciones en el presupuesto asignado destinado a financiar ítems relevantes para el cumplimiento de las actividades ²² .		

I. Apoyo del Superior

En esta sección del convenio se deberán consignar los apoyos directos e indirectos que la jefatura se compromete a brindar a lo largo del período de desempeño de su colaborador, así como también los explícitamente solicitados por el alto directivo público, en los ámbitos claves para su gestión y estrechamente vinculados a las metas estratégicas formuladas.

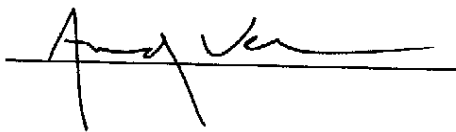
Es básico que el superior apoye las opciones de políticas de compra subyacentes en este convenio. Estas opciones son un mercado de amplio acceso, pero también con proveedores responsables en términos sociales y ambientales. Este apoyo debe ser constante en el tiempo, puesto que este tipo de políticas requieren ser proyectadas en el mediano plazo.

Desde el punto de vista financiero, este convenio requerirá financiamiento adecuado para el nivel de operaciones que se obtenga. Esto no implica aumentos sustanciales, sin embargo deberán ser financiados ciertos sistemas necesarios para la implementación de los planes de trabajo asociados.

Tan relevante como lo anterior, será el apoyo para financiar un aumento en las contrataciones del servicio. La incorporación de nuevos servicios que completen el ciclo electrónico de compras requiere de nuevas unidades operacionales en la institución. Por ejemplo, la administración de contratos en línea requiere un equipo operacional que se haga cargo de este punto, así como de refuerzos en el call center.

²¹ Por contrato relevante se entiende licitaciones en las que deba existir un contrato complementario a la Orden de Compra

²² Este presupuesto está en el anteproyecto del presupuesto 2010 de ChileCompra y se espera, del mismo modo, contar con los respectivos presupuestos 2011 y 2012.

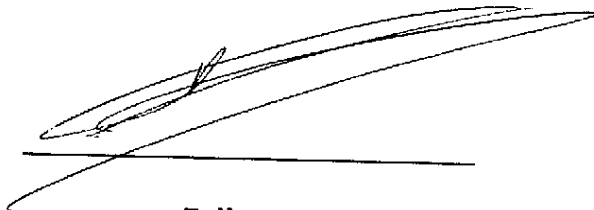


Andrés Velasco
Ministro de Hacienda

MA2



José Antonio Viera-Gallo
Secretario General de la Presidencia



Felipe Goya
Director ChileCompra

