

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2023-2026

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

MINISTERIO	MINISTERIO DE HACIENDA	PARTIDA	08
SERVICIO	DIRECCION DE COMPRAS Y CONTRATACION PUBLICA	CAPITULO	07

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios (Ley N° 19.886), más conocida como Ley de Compras Públicas, publicada en el diario oficial con fecha 30 de julio del año 2003. Esta ley entró en vigencia el 29 agosto del mismo año.

Decreto N° 250 del Ministerio de Hacienda que aprueba Reglamento de la ley de compras, publicado el 24 de septiembre de 2004. Este Decreto entró en vigencia el 23 de octubre de 2004.

Misión Institucional

La Dirección ChileCompra tiene como misión generar eficiencia en la contratación pública con altos estándares de probidad y transparencia, a través del Sistema de Compras Públicas que conecta las necesidades de compra de los Organismos Públicos con la oferta de los Proveedores.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Prioridad	Tipo de Objetivo	Descripción
1	Estratégico	Conducir la política fiscal, administrando las finanzas públicas con responsabilidad, transparencia, equidad y perspectiva de mediano plazo.
3	Estratégico	Elevar el crecimiento potencial a través de la inversión pública y privada, local y externa, velando por una eficiente utilización de los recursos y una inserción provechosa en la economía mundial, desde una perspectiva de desarrollo sostenible, inclusivo, con igualdad de género y responsable con el medioambiente.
5	Estratégico	Acercar la economía a las personas, reconociendo sus necesidades, problemas y aspiraciones; incorporando una perspectiva de género, un enfoque sustentable a la política económica y una visión responsable con el medioambiente, consultando opciones y comunicando con claridad las decisiones de política y su fundamento.
6	Estratégico	Promover una gestión de los recursos del sector público eficiente, transparente, inclusiva, con perspectiva de género y que considere el valor de los ecosistemas y la biodiversidad, mediante la utilización de regulaciones, incentivos, tecnología, datos, procesos de modernización y comunicación.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Prioridad	Tipo de Objetivo	Descripción	Objetivos del Ministerio Relacionados
1	Estratégico	Fomentar la integridad de todos los actores del Sistema de Compras Públicas a través de altos estándares de transparencia y probidad, monitoreo constante del sistema y la mejora continua de la información disponible.	1

2	Estratégico	Maximizar la eficiencia en las Compras Públicas, tanto en el costo total (precio) como en el costo por transacción (proceso), a través de la óptima aplicación de los modelos y herramientas de compra que permitan al Estado un buen uso de los recursos.	3
3	Gestión Institucional	Entregar un servicio simple, resolutivo y confiable, centrado en el usuario, a través de la digitalización, transformación digital y amplio acceso del Sistema de Compras Públicas.	5
4	Gestión Institucional	Aplicar inteligencia de negocio a los procesos de compras públicas, que permita poner a disposición información, tanto a nuestros usuarios - organismos públicos y empresas proveedoras - como a la ciudadanía, para una mejor toma de decisiones, obtención de resultados y control social.	6
5	Gestión Institucional	Lograr sinergias y sincronización entre los procesos y las personas a través de la cultura del compromiso, para alcanzar los objetivos de la estrategia organizacional, dando sentido a nuestro trabajo diario.	6

Productos Estratégicos Institucionales

Número	Producto Estratégico	Aplicación de Enfoque de Género	Aplicación de Enfoque de Derechos Humanos	Bien / Servicio Final
1	Operación y Mantenimiento de la Plataforma de Compras para la ejecución de Modalidades de Compra	- No Aplica	- No Aplica	- Licitación Pública - Licitación Privada - Convenios Marco - Trato Directo
2	Servicios de apoyo a los usuarios	- No Aplica	- No Aplica	- Información para el proceso de compra - Formación y asistencia a Usuarios - Monitoreo Procesos de Compra