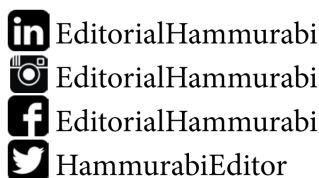


GABRIEL CELIS DANZINGER
JORGE ORTEGA GUTIÉRREZ

MANUAL DE CONVENIO MARCO

Eh Editorial Hammurabi®



Eh EDITORIAL HAMMURABI

MANUAL DE CONVENIO MARCO

© Es propiedad de los autores:

Gabriel Celis Danzinger - Jorge Ortega Gutiérrez

ISBN: 978-956-6072-32-4

Tiraje 500 ejemplares 1ª Edición, diciembre 2020

Editor: Manuel Alvarez Cabello

Teléfono: +56955258948

Correo electrónico: manuel.alvarez@editorialhammurabi.com

Sitio web: www.editorialhammurabi.com

Portada y diagramación: Editorial Hammurabi

Impresión: Impreso en Grafica LOM

IMPRESO EN CHILE / PRINTED IN CHILE



ADVERTENCIA

La Ley N° 17.336 sobre Propiedad Intelectual prohíbe el uso no exceptuado de obras protegidas sin la autorización expresa de los titulares de los derechos de autor. El fotocopiado o reproducción por cualquier otro medio o procedimiento, de la presente publicación, queda expresamente prohibido.

Usos infractores pueden constituir delito.

(Las opiniones vertidas en este trabajo son responsabilidad exclusiva del autor)

Dedicado a mi valiente hijo Agustín

GABRIEL CELIS DANZINGER

A mi amada Denisse y a mis hijas Mariana y Valentina

JORGE ORTEGA GUTIÉRREZ

*Busca siempre la justicia por el camino de la
sinceridad y sin otras armas que las de tu saber.*

Decálogo de Ángel Ossorio y Gallardo

ÍNDICE

ABREVIATURAS	17
INTRODUCCIÓN.....	19

CAPÍTULO PRIMERO LA FISONOMÍA DEL CONVENIO MARCO

I. NOCIONES GENERALES SOBRE LA ACTIVIDAD CONTRACTUAL DE LA ADMINISTRACIÓN	21
1. Administración Pública y contratos administrativos	21
2. Concepto y caracterización del contrato administrativo	23
3. Los mecanismos de contratación administrativa	24
II. EL CONVENIO MARCO EN EL CONTEXTO DE LOS MODELOS DE ADQUISICIÓN ESTATAL	25
1. La contratación administrativa y agregación de demanda	25
2. Compras públicas desagregadas y colaborativas	26
2.1. La compra pública no colaborativa o desagregada	27
2.2. La compra pública colaborativa o agregada	27
2.2.1. Compra pública coordinada	28
2.2.2. Compra pública centralizada	31
3. El modelo centralizado en Chile. Convenio Marco	34

4. Las técnicas de racionalización adquisitiva en el ordenamiento jurídico nacional	35
III. LOS ASPECTOS ESTRUCTURALES DEL CONVENIO MARCO EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO CHILENO ..	35
1. Concepto de Convenio Marco	35
2. Características del Convenio Marco	37
2.1. Es un procedimiento administrativo especial	37
2.2. Es un mecanismo de agregación de demanda	38
2.3. Es un mecanismo centralizado de compra para satisfacción de necesidades descentralizadas	39
2.4. Es un mecanismo de carácter colectivo	39
2.5. Es un mecanismo que se desarrolla en dos fases o etapas	39
2.6. Es un mecanismo que genera una doble vinculación	40
2.7. Es un mecanismo que da lugar a un sistema de transaccionalidad directa	40
2.8. Es un mecanismo para la satisfacción de necesidades potenciales	40
2.9. Es un mecanismo de contratación directa	41
2.10. Es un mecanismo de carácter obligatorio y previo a la licitación pública	41
3. Procedencia del Convenio Marco	42
3.1. Excepciones a la aplicación del Convenio Marco	43
4. Ámbito subjetivo de aplicación	44
4.1. La Dirección de Compras y Contratación Pública (DCCP)	45
4.2. Los proveedores adjudicados	46
4.3. Las entidades contratantes	48
4.3.1. Entidades sujetas obligatoriamente al procedimiento de Convenio Marco	48
4.3.2. Entidades con sujeción parcial al Convenio Marco	48
4.3.3. Entidades adheridas voluntariamente	49

4.3.4. Servicios de Bienestar	51
4.3.5. Universidades estatales	52
4.4. La Contraloría General de la República	52
5. Los principios de la contratación pública en su aplicación al Convenio Marco	54
5.1. Principio de estricta sujeción a las bases	54
5.2. Principio de publicidad de los documentos	57
5.3. Principio de gratuidad de los documentos	57
5.4. Principio de cautela del patrimonio público	58
5.5. Principio de control de la Administración	59
IV. EL CONVENIO MARCO EN EL DERECHO COMPA- RADO	61
1. El Convenio Marco en la República de Colombia	61
2. El Convenio Marco en la República Oriental del Uruguay	63
3. El Convenio Marco en la República del Perú	65
4. El Convenio Marco en la República de Costa Rica	67
5. El Convenio Marco en España	69

CAPÍTULO SEGUNDO

LA SUSCRIPCIÓN DEL CONVENIO MARCO POR PARTE DE LA DIRECCIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA

I. LA LICITACIÓN DE LOS CONVENIOS MARCO	73
1. La licitación pública como regla general	73
2. Particularidades de la licitación pública del Convenios Marco	75
2.1. Iniciación del procedimiento	75
2.2. Análisis preliminar por parte de la DCCP	76
2.3. Exigencia de garantías	78
2.4. Adjudicación múltiple	79

2.5. Suscripción del contrato administrativo	81
2.6. Término anticipado del contrato	83
3. Principales disposiciones de los Convenios Marco	84
3.1. Vigencia de las condiciones comerciales	84
3.2. Deshabilitación, actualización e incorporación de bienes y/o servicios adjudicados	86
3.3. Ofertas o descuentos especiales	87
3.4. Rechazo de la orden de compra	87
3.5. Sanciones y multas	88
3.6. Acuerdos complementarios	89
3.7. Procedimiento de Grandes Compras	90
4. Obligaciones del proveedor adjudicado	91
4.1. Obligaciones vinculadas a la publicación del catálogo elec- trónico	91
4.2. Obligaciones vinculadas a la habilidad de los proveedores adjudicados	92
4.3. Obligaciones vinculadas a la emisión de la Orden de Compra	93
4.4. Obligaciones vinculadas al uso del Sistema de Información de la DCCP	94
II. LA PUBLICACIÓN DEL CONVENIO MARCO: EL CA- TÁLOGO ELECTRÓNICO	95
1. Generalidades	95
2. Breve referencia al E-government o gobierno electrónico y la contratación pública electrónica	95
3. El Sistema de Información de la Dirección de Compras y Contratación Pública. El Portal ChileCompra	97
4. La Tienda Convenio Marco: El catálogo electrónico de la DCCP	99
4.1. Generalidades	99
4.2. Concepto	100

4.3. Características	101
4.4. El Sistema de catalogación de la Tienda Convenio Marco: UNSPSC	103
5. Mecanismos de Control en el Convenio Marco	105
5.1. El control de juridicidad en sede administrativa	105
5.2. El control jurisdiccional	108
5.2.1. La acción de Amparo Económico	109
5.2.2. Acción contencioso-administrativa ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia	110
5.3. El control de gestión, operativo o de resultados	112
5.4. El Control ciudadano o social	114

CAPÍTULO TERCERO
LAS ADQUISICIONES MEDIANTE CONVENIOS MARCO

I. GENERALIDADES	117
II. EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA	118
1. Definición	118
2. Contenido de la Orden de Compra	119
3. Procedimiento de emisión de la Orden de Compra	120
4. Estados de la Orden de Compra	122
5. Oportunidad de emisión de la Orden de Compra	123
6. Efectos de la emisión de la Orden de Compra	124
7. Oportunidad de la emisión de la Orden de Compra en las adquisiciones vía Convenio Marco	125
8. Efectos de la Orden de Compra en el Convenio Marco	127
9. Cobro por la emisión de la Orden de Compra relacionada a un Convenio Marco	128
III. EL PROCEDIMIENTO DE GRANDES COMPRAS	128
1. Concepto	128

2. Régimen normativo del procedimiento de Grandes Compras	129
3. Características	130
4. Supuestos de aplicación del procedimiento de Grandes Compras	134
4.1. Adquisiciones vía Convenio Marco	134
4.2. Cuantía superior a 1000 UTM	134
4.2.1. Fragmentación	136
4.3. La omisión del procedimiento de Grandes Compras por razones de urgencia, emergencia o imprevisto	137
5. Desarrollo procedimental de las Grandes Compras	137
5.1. Iniciación	138
5.1.1. La comunicación de la intención de compra	138
5.1.2. Antelación de la comunicación y plazo de presentación de ofertas	140
5.1.3. El Comunicado de Intención de Compra	140
5.2. Instrucción del procedimiento de Grandes Compras	148
5.2.1. Etapa o período de presentación de las ofertas	149
5.2.2. Etapa de Evaluación de ofertas	150
5.2.3. La Oferta Dinámica. Criterio adicional de uso exclusivo en procedimientos de Grandes Compras	152
5.3. Finalización del procedimiento de Grandes Compras	153
5.3.1. Acto administrativo de selección	153
5.4. El acuerdo complementario	156
5.5. Emisión de la orden de compra	157
5.6. La re-selección o selección sustitutiva de la oferta	158
5.7. Formas anormales o extraordinarias de finalización del procedimiento de Grandes Compras	158
5.7.1. La deserción	159
5.7.2. La revocación e invalidación	159

6. Impugnación del procedimiento de Grandes Compras. El principio de impugnabilidad de los actos administrativos	161
6.1. Medios de impugnación de los actos administrativos.	162
6.1.1. Los recursos administrativos	162
6.1.2. Impugnación jurisdiccional	163
6.1.3. Impugnación por medio del Sistema de Información	164
6.1.4. La impugnación ante la Contraloría General de la República	165
6.1.5. La situación de los reclamos de ilegalidad municipal y de gobierno y administración regional	166
ANEXO JURISPRUDENCIAL	169
BIBLIOGRAFÍA.....	219