

## **TERMINOS DE REFERENCIA**

### **JEFE/A DEPARTAMENTO DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA DE USUARIOS**

#### **I.- Antecedentes de la institución**

ChileCompra es un Servicio Público descentralizado, relacionado con el Ministerio de Hacienda, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República, creado por la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y que comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003. ChileCompra es un servicio emblemático en la modernización del Estado, instaló con éxito una reforma al mercado de las compras públicas inédita en su profundidad y alcance, y actualmente sigue impulsando metas que permiten continuar por la senda de la innovación, ampliando el mercado a más proveedores y por consiguiente asegurando más transparencia y eficiencia en la contratación pública.

Es así como ChileCompra fue creado con la misión de generar un cambio sustancial en unas compras públicas que ya no respondían a las necesidades reales de los mercados y sus actores. Se planteó como objetivo crear un sistema transparente, probo, eficiente y accesible a empresas de todos los tamaños a través de un sistema electrónico abierto, disponible sin costo para todos los usuarios a través de Internet.

En la actualidad, el marco regulatorio ha permitido contar con un Sistema de Compras y Adquisiciones con centralización normativa y autonomía operacional, basado en la transparencia, la competencia y criterios objetivos de adopción de decisiones. A través de la plataforma de licitaciones del Estado, [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl) - se conectan actualmente las necesidades de compra del sector público con la oferta de alrededor de 112.000 proveedores.

Las cifras avalan lo anterior: Durante el 2019 los montos totales transados por los organismos del Estado a través de la plataforma de ChileCompra, [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl), alcanzaron US\$ 11.500 millones (8,1 millones de millones de pesos); de estos, a través del catálogo de Convenios Marco los organismos públicos hicieron compras por más de US\$ 2.592 millones (1,8 millones de millones de pesos). En cuanto a la participación por montos, las Mipymes alcanzaron en el periodo un 55%, cifra que es equivalente a más de 3,5 veces la participación de este segmento en la economía nacional (15%), y que asciende a USD 6.371 millones.

La Dirección de Compras y Contratación Pública (ChileCompra) definió su estrategia institucional para el periodo 2020 – 2024, cuyos principales lineamientos son los siguientes:

La misión es: “Generar eficiencia en la contratación pública con altos estándares de probidad y transparencia.”

Su visión es transformar la contratación pública para potenciar un Estado moderno, eficiente y efectivo para los ciudadanos.

Asimismo, se establecen los siguientes objetivos estratégicos en los que ChileCompra se tiene que focalizar para alcanzar con éxito la visión:

**Transparencia y Probidad:** En términos de transparencia, gracias a ChileCompra la ciudadanía ha podido conocer qué compra el Estado, quién, cómo, cuándo, por cuánto, a quién y por qué el Estado realiza sus compras de bienes y servicios; en definitiva, saber cómo se hace uso de los recursos de todos los chilenos. Hoy, a 17 años de sus inicios, ChileCompra busca fomentar la integridad de todos los actores del Sistema de Compras Públicas, tanto los Jefe/a de División Adopción y Gestión de Usuarios – Dirección de Compras y Contratación Pública - ChileCompra compradores públicos como los proveedores del Estado, a través de altos niveles de transparencia y probidad en toda acción de compras públicas.

**Eficiencia:** Se trata de maximizar la eficiencia en las Compras Públicas, tanto en el costo total (valor por dinero) como en el costo por transacción (procesos); ello de manera a contribuir a que los organismos públicos asuman una mayor responsabilidad en el buen uso de los recursos fiscales. Esta articulación se da gracias a la capilaridad en el alcance de las compras públicas para el aparato del Estado: ChileCompra impacta transversalmente en la gestión de todos los organismos del Estado, sean éstos centralizados o descentralizados.

**Buen Servicio:** se trata de entregar un servicio simple, resolutivo y confiable, centrado en el usuario, que permita mejorar su satisfacción y alcanzar la transformación de la contratación pública. Esto se logrará entendiendo que existen distintos tipos de usuarios que requerirán propuestas de valor diferenciadas. A través de las compras públicas resulta factible entonces amplificar iniciativas de modernización del Estado relacionadas con simplificar procesos internos en el sector público, disminuir la burocracia y facilitar la entrega de servicios a la ciudadanía a través de la digitalización de las compras.

**Inteligencia de Negocio:** A partir de la información disponible en el Sistema de Información de Compras y Contratación Pública, se busca contar con inteligencia de negocio que permita mejorar la toma de decisiones estratégicas y operativas relacionada a los procesos de compra.

Excelencia Organizacional: en términos de la gestión interna, ChileCompra persigue el logro de sinergias y sincronización entre los procesos y las personas a través de la cultura del cumplimiento, para alcanzar los objetivos de la estrategia organizacional, dando sentido a nuestro trabajo diario.

Finalmente, sus productos estratégicos son los siguientes:

1. Plataforma Mercado Público: Plataforma electrónica donde los organismos del Estado realizan sus procesos de compras y los proveedores ofrecen sus productos y servicios, sobre la base de la oferta y demanda con reglas y herramientas comunes.

2. Compras Colaborativas: Modelo de contratación que busca generar eficiencia y ahorro para el Estado a partir de la agregación de demanda entre Servicios Públicos. Este modelo de contratación se materializa a través de distintas modalidades de compra que buscan promover la interacción de diferentes partes o actores del sistema de compras públicas con la finalidad de buscar en conjunto condiciones que resultan más ventajosas en la adquisición, como lo son las Compras Coordinadas por Mandato, donde ChileCompra licita en representación de varias instituciones públicas, para comprar bienes o servicios en términos y condiciones específicos; las Compras Coordinadas Conjuntas entre dos o más entidades que agregan demanda y efectúan una única compra para adquirir el mismo bien o servicio (compra por volumen) donde ChileCompra acompaña en la compra y los Convenios Marco, Jefe/a de División Adopción y Gestión de Usuarios – Dirección de Compras y Contratación Pública - modalidad de compra de bienes y servicios a través de un catálogo electrónico o tienda virtual.

Asimismo, este Modelo considera el Servicio de Asesoría estratégica que implica orientar a los organismos públicos en la implementación de mejores prácticas de compra con foco en la eficiencia.



3. Servicios a Usuarios: Servicios de apoyo, asesoría y formación que tienen por objetivo entregar orientación, conocimientos y competencias necesarias a compradores y proveedores del Estado para que puedan operar adecuadamente el Sistema de Compras Públicas, realizar buenos procesos de compras, fomentar una gestión transparente del mercado público, facilitando además el acceso, participación y competitividad de los proveedores mediante la promoción activa de oportunidades de negocio.

4. Observatorio ChileCompra: Sistema integrado de alertas, monitoreo y gestión activa a las instituciones compradoras y al comportamiento de los proveedores del Estado, utilizado como herramienta de prevención y detección de errores. Realiza un constante monitoreo de la probidad y eficiencia en los procesos de compras públicas efectuados por los organismos del Estado, así como el fomento de buenas prácticas en los procesos de compra a través de [www.mercadopublico.cl](http://www.mercadopublico.cl).

Más información en [www.chilecompra.cl](http://www.chilecompra.cl)

### A.- PERFIL DE COMPETENCIAS

<b>NOMBRE CARGO</b>	JEFE/A DEPARTAMENTO DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA DE USUARIOS (Reemplazo)
---------------------	---

#### 1.- REQUISITOS MÍNIMOS Y DESEABLES

REQUISITOS	MINIMOS	DESEABLES
<b>FORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título profesional de carreras de diseño gráfico, diseño integral, diseño industrial, u otras.</li> <li>- Postítulo en investigación, diseño de servicios, innovación, entre otras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Especialización en alguno de los siguientes ámbitos (cursos, diplomados, o seminarios):               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usabilidad y arquitectura de la información</li> <li>• Experiencia de usuarios</li> <li>• Diseño de servicios</li> <li>• Innovación</li> <li>• Metodologías ágiles</li> </ul> </li> </ul>
<b>AÑOS DE EXPERIENCIA</b>	<p><b>5 años de experiencia en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aplicación de metodología de Diseño de experiencia de usuarios (UX) en proyectos digitales</li> </ul> <p><b>1 año de experiencia en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- liderar procesos de diseño de servicio con equipos multidisciplinarios</li> </ul>	<p><b>Experiencia en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectos de gobierno</li> <li>- Proyectos de alta complejidad, que contemplen todas las aristas del servicio (front, back, touch points)</li> <li>- Transformación digital</li> </ul>
<b>CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- User research (métodos cualitativos y cuantitativos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño visual</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de servicios (user journey map, service blueprints, persona profiles, etc.)</li> <li>- Diseño de interacción</li> <li>- Arquitectura de información</li> <li>- Prototipado</li> <li>- Facilitación y conducción de talleres de co-creación con usuarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de prototipado como sketch e invision</li> <li>- Medición en analytics y hotjar</li> <li>- inglés intermedio</li> <li>- Metodologías ágiles</li> </ul>
--	--	--

## 2.- COMPETENCIAS REQUERIDAS

Competencias Transversales	
<b>Trabajo en equipo</b>	Capacidad para colaborar con los demás, formar parte de un grupo y trabajar con otras áreas de la organización con el propósito de alcanzar, en conjunto, la estrategia organizacional, subordinar los intereses personales a los objetivos grupales. Implica tener expectativas positivas respecto de los demás, comprender a los otros, y generar y mantener un buen clima de trabajo
<b>Orientación al usuario</b>	Capacidad para actuar con sensibilidad ante las necesidades de un cliente y/o conjunto de clientes, actuales o potenciales, externos o internos, que se pueda/n presentar en la actualidad o en el futuro. Implica una vocación permanente de servicio al cliente interno y externo, comprender adecuadamente sus demandas y generar soluciones efectivas a sus necesidades
<b>Responsabilidad</b>	Disposición a actuar en pos de la consecución del cumplimiento de tareas, compromisos u obligaciones adquiridas por él mismo, asignadas por sus superiores y/o por las personas a su cargo. Tiene clara conciencia del cuidado de los bienes que se le han asignado para la realización del trabajo. Respeto las normas y procedimientos establecidos en la ley, salvaguardando la transparencia, probidad, y ética, aun en situaciones adversas y bajo presiones de cualquier índole.
<b>Orientación a los resultados con calidad</b>	Capacidad para orientar los comportamientos propios y/o de otros hacia el logro o superación de los resultados esperados, bajo estándares de calidad establecidos, fijar metas desafiantes, mejorar y mantener altos niveles de rendimiento en el marco de las estrategias de la organización. Implica establecer indicadores de logro y hacer seguimiento permanente

Competencias Específicas			
Nombre competencia	Nivel de desarrollo	Definición nivel de desarrollo requerido	Frecuencia de uso
Liderazgo	B	Capacidad para comunicar la misión, visión, objetivos y políticas de la organización, y motivar a todos a identificarse y participar de ellos. Capacidad para conducir equipos a los que a su vez les reportan otros equipos, de manera eficaz y positiva, aun cuando exista cierta oposición inicial, y ser un modelo a seguir en materia de liderazgo para sus colaboradores directos e indirectos. Capacidad para analizar las metas globales e individuales de cada grupo y tomar decisiones que faciliten la consecución de las mismas. Implica ser considerado, dentro de su área, un referente en materia de liderazgo, tanto formal como informal.	Alta
Orientación al cliente interno y externo	A	Capacidad para anticiparse a los pedidos de los clientes tanto internos como externos y buscar permanentemente la forma de resolver sus necesidades. Capacidad para proponer en su área acciones de mejora, tendientes a incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, y brindar soluciones de	Alta



		excelencia a sus necesidades. Capacidad para establecer con los clientes relaciones duraderas basadas en la confianza.	
Calidad y mejora continua	B	Capacidad para diseñar métodos de trabajo para su área que permitan optimizar los recursos disponibles –personas, materiales, etc.– y agregar valor a través de ideas, enfoques o soluciones originales o diferentes en relación con las tareas de las personas a cargo y/o los procesos y métodos de la organización. Capacidad para generar la disposición permanente a brindar aportes que signifiquen una solución a situaciones inusuales y/o que permitan perfeccionar, modernizar u optimizar el uso de los recursos a cargo. Capacidad para constituirse en un referente en su área en materia de calidad y mejora continua.	Media
Colaboración	A	Capacidad para brindar apoyo y ayuda a los otros (pares, superiores y colaboradores), responder a sus necesidades y requerimientos, mediante iniciativas anticipadoras y espontáneas, a fin de facilitar la resolución de problemas o dudas aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente. Capacidad para apoyar decididamente a otras personas y para difundir formas de relación basadas en la confianza. Capacidad para promover el espíritu de colaboración en toda la organización y constituirse en un facilitador para el logro de los objetivos planteados. Capacidad para implementar mecanismos organizacionales tendientes a fomentar la cooperación interdepartamental como instrumento para la consecución de los objetivos comunes.	Alta
Pensamiento analítico	A	Capacidad para comprender situaciones o problemas complejos y desagregarlos en sus diversos componentes. Capacidad para interrelacionar dichos componentes, establecer los vínculos causales complejos y reconocer las posibles causas de un hecho, o las consecuencias de una acción o una cadena de acontecimientos. Capacidad para identificar las relaciones existentes entre los distintos elementos de un problema o situación para, así, anticipar los obstáculos y planificar los pasos a seguir. Capacidad para desarrollar cursos de acción alternativos en línea con las posibles derivaciones de la situación.	Media
Influencia y Negociación	A	Capacidad para persuadir a otras personas y exhibir actitudes que generen un impacto positivo en los demás, a fin de producir cambios de opiniones, enfoques o posturas mediante la utilización de argumentos sólidos y honestos. Capacidad para desarrollar conceptos, demostraciones y explicaciones fundadas y veraces, dirigidos a respaldar posiciones y criterios. Capacidad para inclinar y acercar posiciones mediante el ejercicio del razonamiento conjunto, y contemplar los intereses de todas las partes intervinientes y los objetivos organizacionales como base para alcanzar el resultado esperado. Capacidad para desarrollar estrategias complejas que le permitan influenciar a otros y construir acuerdos satisfactorios para todas las partes, mediante la aplicación del concepto ganar-ganar.	Alta

## **B.- DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

### **1.- CARACTERIZACIÓN**

NOMBRE CARGO	Jefe/a Departamento Diseño de Servicios y Experiencia de Usuarios
DIVISIÓN	División Tecnología
REPORTA A	Jefe/a División Tecnología



## 2.- PROPÓSITO DEL CARGO

Liderar al equipo de diseño de servicios y experiencia de usuarios y velar por la incorporación de metodologías y herramientas de diseño de servicios y experiencia de usuario en equipos multidisciplinarios de trabajo.

Responsable del diseño de servicios y experiencias digitales que se implementen en la Institución con el objetivo de agregar valor público y que permitan alcanzar eficiencia y eficacia en el sistema de compras públicas.

Responsable de establecer lineamientos, estándares y principios relativos a: experiencia de usuarios, usabilidad, accesibilidad, y diseño de interfaz en la institución y velar por el correcto cumplimiento de ellos por parte de los equipos internos y externos.

Responsable de propiciar una cultura colaborativa, de diseño centrado en las personas e innovación pública al interior y exterior de la organización.

Potenciar y asegurar el desarrollo profesional de los integrantes del equipo de diseño de servicios y experiencia usuario.

## 3.- FUNCIONES PRINCIPALES

- Fomentar la cultura de trabajo colaborativo en equipos multidisciplinarios y de desarrollo ágil, para diseñar servicios y experiencias digitales en el sistema de compras públicas.
- Responsable de la aplicación de metodologías de diseño centrado en usuario en el desarrollo de los servicios digitales de Chilecompra.
- Responsable de la experiencia de usuario del sistema de compras públicas, velando por la mejora continua en los viajes de usuario de los principales arquetipos.
- Responsable de establecer lineamientos metodológicos, estándares y principios en relación a: experiencia de usuarios, usabilidad, accesibilidad, y diseño de interfaz en la institución y velar por el correcto cumplimiento de ellos por parte de los equipos internos y externos.
- Colaborar con las áreas de negocio y equipos de desarrollo para velar por la experiencia de usuario del sistema de compras públicas.
- Otras funciones que le sean encomendadas por la Dirección o su superior jerárquico.

## 4. Compensación

### Calidad jurídica: Contrata

- La posición tendrá una renta bruta mensual grado 07 EFS, correspondiente a: \$3.844.063.
- De forma adicional, trimestralmente (en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre) podría pagarse bono sujeto a cumplimiento de metas institucionales, ascendiendo la renta bruta en dichos meses a \$ 4.645.951
- Renta bruta mensualizada: \$4.111.359 aproximadamente.



## 5.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### Etapas del Proceso:

- Admisibilidad: Cumplimiento de requisitos mínimos señalados en los términos de referencia del cargo, publicados en [www.chilecompra.cl](http://www.chilecompra.cl)
- Análisis Curricular: Valoración de requisitos deseables que sean estipulados en el perfil de análisis curricular del cargo.
- Evaluación y/o Entrevista Técnica: Determinación del nivel de conocimientos específicos que tienen los/las postulantes al cargo.
- Entrevista Psicolaboral: Identificación del nivel de competencias requeridas en el perfil y que no posee inhabilidades de carácter psicológico para desempeñarse en el cargo. Aquellos candidatos con calificación “Idóneo” o “Idóneo con Observaciones” en pruebas de selección de personal, mejor evaluación de candidatos con base a revisión de CV y entrevista efectuada por integrantes de comisión de selección pasarán a la última etapa del proceso.
- Evaluación global: tiene como objetivo identificar a los postulantes que tienen mayor coincidencia con el perfil de selección y que tienen mayor adecuación al cargo en términos de su motivación y aportes al cargo en selección.

## 6.- POSTULACIÓN

Los interesados deben efectuar su postulación, ingresando a esta oferta laboral a través del portal Empleos Públicos [www.empleospublicos.cl](http://www.empleospublicos.cl), hasta las 18:00 horas del día 19 de octubre del 2020.

Sólo serán aceptadas las postulaciones recibidas a través de dicho portal.

