

Términos de Referencia Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios

Descripción de la Institución:

La Dirección de Compras y Contratación Pública (ChileCompra) es un Servicio Público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República, creado con la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y que comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003, recientemente ha actualizado su estrategia institucional para el periodo 2018 – 2024, para cumplir su Misión de “Generar eficiencia en la contratación pública con altos estándares de probidad y transparencia”.

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

Para el logro de lo anterior, ha establecido los siguientes ejes estratégicos:

Eficiencia y efectividad: se trata de aprovechar el poder comprador del Estado. ChileCompra asume en esta etapa un rol rector entre el Estado y el mercado para maximizar la eficiencia; ello para contribuir a conseguir mayores ahorros en precios a través de distintas modalidades de compra y que los organismos públicos participen en compras colaborativas, se coordinen, agreguen demanda y asuman una mayor responsabilidad en el buen uso de los recursos fiscales. Esta articulación se da gracias al 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.

Servicios de excelencia: se trata de entregar un servicio de excelencia con foco 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 optimizar los costos operacionales, disminuirlos a través de servicios compartidos de compras públicas, lo que contribuye a reducir la burocracia y facilitar la entrega de servicios a la ciudadanía a través de la digitalización de las compras.

Probidad y transparencia: Hoy, ChileCompra trabaja en promover altos estándares de confianza y responsabilidad en los actores que intervienen en este sistema, reforzando e instalando obligaciones, prácticas y normas de comportamiento ético que deben respetar y cumplir tanto los compradores públicos, como los proveedores del Estado. 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.

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 se materializa a través de distintas modalidades de compra, como lo son las Compras Centralizadas, donde la decisión de qué comprar, cuánto, cómo y cuándo está en manos de una única entidad, para satisfacer las necesidades de otros organismos; las Compras Coordinadas entre un grupo de organismos para la obtención de mejores condiciones comerciales; y los Convenios Marco, que se traducen en un catálogo electrónico cuyos productos fueron previamente licitados por ChileCompra.

3. Servicios a Usuarios: Servicios de apoyo, asesoría y formación que tienen por objetivo entregar orientación, conocimientos y competencias necesarias a los usuarios compradores y proveedores del Estado para que puedan operar adecuadamente la plataforma de compras públicas, realizar compras eficientes y transparentes, facilitando además la 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 que transan en la plataforma de mercado público, utilizando herramientas 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, fomentando buenas prácticas en los procesos de compra que realizan los organismos a través de www.mercadopublico.cl.

Cientes Institucionales

1. Compradores: Corresponde a los cerca de 850 organismos y servicios públicos afectos a la ley N° 19.886 de compras públicas y su reglamento, tales como Gobierno Central, Fuerzas Armadas y de Orden Público, Servicio de Salud y Hospitales, Municipalidades y Universidades, además de otros organismos que se incorporaron de forma voluntaria a la utilización de la plataforma www.mercadopublico.cl, tales como el Poder Judicial, Casa de Moneda, entre otros.
2. Proveedores: Corresponde a alrededor de 115.000 personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como internacionales, que participan ofertando sus productos y servicios en los procesos de adquisiciones que realizan los organismos compradores.
3. Estado: Específicamente el Ministerio de Hacienda, toda vez que las acciones e iniciativas desarrolladas por ChileCompra favorecen el buen uso de los recursos públicos e impulsan la modernización del Estado.

Mayor información en www.chilecompra.cl

A.- PERFIL DE COMPETENCIAS

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
---------------------	---

1.- REQUISITOS MINIMOS Y DESEABLES

REQUISITOS	MINIMOS	DESEABLES
FORMACIÓN	- Título profesional de al menos 8 semestres de duración, otorgado por un establecimiento de educación superior del Estado o reconocido por éste. De preferencia diseño, diseño gráfico, diseño industrial, periodismo o similar.	- Especialización en alguno de los siguientes ámbitos (cursos, diplomados, etc.): <ul style="list-style-type: none"> • Usabilidad y arquitectura de la información • Experiencia de usuarios • Diseño de servicios • Innovación • Metodologías ágiles
AÑOS DE EXPERIENCIA	Al menos 4 años de experiencia en: - Aplicación de metodología de diseño de experiencia de usuarios (UX) en proyectos digitales en instituciones públicas o privadas.	Experiencia en: - Proyectos de gobierno - Proyectos de alta complejidad, que contemplen todas las aristas del servicio (front, back, touchpoints) - Transformación digital



	Y al menos 1 años de experiencia en: Aplicación de metodología de diseño de servicios.	
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - User research (métodos cualitativos y cuantitativos). - Diseño de servicios (user journey map, service blueprints, persona profiles, etc.) - Diseño de interacción. - Arquitectura de información. - Facilitación y conducción de talleres de co-creación con usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de interfaz en alta fidelidad. - Manejo de herramientas de prototipado Sketch e Invision - Conocimiento en analítica digital con herramientas Google Analytics y Hotjar - Inglés intermedio. - Metodologías ágiles.

2.- COMPETENCIAS REQUERIDAS

3. Competencias Transversales	
Trabajo en equipo	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
Orientación al usuario	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
Responsabilidad	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.
Orientación a los resultados con calidad	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

4. Competencias Específicas			
Nombre competencia	Nivel de desarrollo	Definición nivel de desarrollo requerido	Frecuencia de uso
Orientación al cliente interno y externo	B	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 excelencia a sus necesidades. Capacidad para establecer con los clientes relaciones duraderas basadas en la confianza.	Alta



Calidad y mejora continua	C	Capacidad para optimizar (o proponer acciones en ese sentido, según corresponda) los recursos disponibles –personas, materiales, etc.– y agregar valor a través de ideas o soluciones originales o diferentes en relación con las tareas de las personas a cargo y/o los procesos y métodos de su área de trabajo. Capacidad para brindar aportes que signifiquen una solución a situaciones inusuales y/o que permitan perfeccionar, modernizar u optimizar el uso de los recursos a cargo.	Media
Colaboración	B	Capacidad para brindar ayuda y colaboración a las personas de su área y de otros sectores de la organización relacionados, mostrar interés por sus necesidades, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente, y apoyarlas en el cumplimiento de sus objetivos. Capacidad para crear relaciones de confianza. Capacidad para utilizar los mecanismos organizacionales que promuevan la cooperación interdepartamental, y para proponer mejoras respecto de ellos.	Alta
Pensamiento analítico	B	Capacidad para interrelacionar los componentes de una situación, establecer las relaciones de causa-efecto que se producen y reconocer las posibles consecuencias de una acción o una cadena de acontecimientos. Capacidad para identificar las relaciones existentes entre los distintos elementos de un problema o situación complejos. Capacidad para desarrollar cursos de acción alternativos, de posible aplicación.	Media
Iniciativa y Autonomía	D	Capacidad para actuar proactivamente y brindar soluciones a problemas y/o retos. Capacidad para responder con rapidez, eficacia y eficiencia ante nuevos requerimientos. Capacidad para utilizar las aplicaciones tecnológicas, herramientas y recursos cuando sea pertinente.	Alta

B.- DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.- CARACTERIZACIÓN

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
DIVISIÓN	Tecnología
DPTO/UNIDAD	Departamento de Diseño de Servicios y Experiencia de Usuarios
REPORTA A	Jefa Departamento Diseño de servicios y Experiencia de Usuarios
SUPERVISA A	No corresponde
PRESUPUESTO QUE ADMINISTRA	No corresponde

2. PROPÓSITO DEL CARGO

Diseñar y redefinir los servicios y/o productos del sistema de compras públicas, centrados en el usuario, que agreguen valor público y contribuyan a la estrategia de transformación digital y modernización del Estado de Chile.

3. - FUNCIONES PRINCIPALES

- Identificar y entender las necesidades de los usuarios/as que permitan diseñar o rediseñar servicios y/o productos.
- Conocer y comprender el marco normativo actual y el sistema de compras públicas.
- Recopilar información a través de métodos de investigación cuantitativa y/o cualitativa.
- Realizar perfilamiento de usuarios/as.



- Indagar en fuentes internas o externas para conocer antecedentes relevantes en la industria respecto a servicios y/o productos específicos.
- Levantar procesos actuales de un servicio o producto.
- Trabajar de manera colaborativa, proactiva y autónoma en equipos multidisciplinarios con diversas áreas de la institución.
- Diseñar servicios (experiencias) o productos aplicando el enfoque de diseño centrado en las personas, los lineamientos institucionales y ajustados a la normativa vigente.
 - Diseñar mapas de experiencia de usuario/a definiendo atributos operacionales y/o funcionales óptimos.
 - Implementar los estándares definidos por el departamento y por los fundamentos del diseño de servicios.
 - Facilitar talleres e instancias de ideación para crear y validar soluciones de manera colaborativa.
- Diseñar experiencias e interfaces digitales.
 - Definir y cumplir estándares de usabilidad e interacción.
 - Estructurar flujos de navegación.
 - Diseñar y ajustar contenidos que faciliten la comunicación entre el producto o servicio y los usuarios/as.
 - Realizar prototipos para simular, testear e iterar experiencias digitales en productos o servicios, de manera temprana.
 - Diseñar interfaces digitales de alta fidelidad.
- Colaborar con equipos internos y externos de desarrollo y tomar decisiones respecto del diseño de experiencia de usuario/a.
 - Mantener una comunicación constante con los equipos de desarrollo.
 - Velar por la correcta implementación de los servicios.
 - Proponer mejoras durante el proceso de desarrollo.
- Analizar la experiencia de los usuarios/as en relación con los proyectos digitales implementados.
 - Implementar herramientas de analítica digital para medir el comportamiento de los usuarios/as
 - Revisar y evaluar constantemente los resultados arrojados por las herramientas de medición
 - Informar las conclusiones de los estudios realizados a las áreas de negocio involucradas en los proyectos
- Otras funciones que le sean encomendadas por la Dirección o su superior jerárquico.

4.- USUARIOS INTERNOS

Todas las áreas de ChileCompra, principalmente áreas dependientes de la división de tecnología, áreas de negocio y atención de usuarios.

5.- USUARIOS EXTERNOS

Compradores y proveedores del Estado y ciudadanía en general.



Compensación:**Calidad Jurídica:**

- Contrata

Salario

La posición tendrá una renta bruta mensual grado 13 EFS, correspondiente a \$2.037.649.

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 \$ 2.487.391.

La renta bruta mensualizada corresponde a \$2.187.563.

Criterios de Selección:Etapas del Proceso:

- Admisibilidad: Cumplimiento de requisitos mínimos señalados en los términos de referencia del cargo, publicados en 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.

Postulación:

Los interesados deben efectuar su postulación, ingresando a esta oferta laboral a través del portal Empleos Públicos www.empleospublicos.cl, hasta las 18:00 horas del día 30 de noviembre del 2020.

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



Términos de Referencia Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios

Descripción de la Institución:

La Dirección de Compras y Contratación Pública (ChileCompra) es un Servicio Público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República, creado con la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y que comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003, recientemente ha actualizado su estrategia institucional para el periodo 2018 – 2024, para cumplir su Misión de “Generar eficiencia en la contratación pública con altos estándares de probidad y transparencia”.

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

Para el logro de lo anterior, ha establecido los siguientes ejes estratégicos:

Eficiencia y efectividad: se trata de aprovechar el poder comprador del Estado. ChileCompra asume en esta etapa un rol rector entre el Estado y el mercado para maximizar la eficiencia; ello para contribuir a conseguir mayores ahorros en precios a través de distintas modalidades de compra y que los organismos públicos participen en compras colaborativas, se coordinen, agreguen demanda y asuman una mayor responsabilidad en el buen uso de los recursos fiscales. Esta articulación se da gracias al 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.

Servicios de excelencia: se trata de entregar un servicio de excelencia con foco 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 optimizar los costos operacionales, disminuirlos a través de servicios compartidos de compras públicas, lo que contribuye a reducir la burocracia y facilitar la entrega de servicios a la ciudadanía a través de la digitalización de las compras.

Probidad y transparencia: Hoy, ChileCompra trabaja en promover altos estándares de confianza y responsabilidad en los actores que intervienen en este sistema, reforzando e instalando obligaciones, prácticas y normas de comportamiento ético que deben respetar y cumplir tanto los compradores públicos, como los proveedores del Estado. 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.

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 se materializa a través de distintas modalidades de compra, como lo son las Compras Centralizadas, donde la decisión de qué comprar, cuánto, cómo y cuándo está en manos de una única entidad, para satisfacer las necesidades de otros organismos; las Compras Coordinadas entre un grupo de organismos para la obtención de mejores condiciones comerciales; y los Convenios Marco, que se traducen en un catálogo electrónico cuyos productos fueron previamente licitados por ChileCompra.
- 3. Servicios a Usuarios:** Servicios de apoyo, asesoría y formación que tienen por objetivo entregar orientación, conocimientos y competencias necesarias a los usuarios compradores y proveedores del Estado para que puedan operar adecuadamente la plataforma de compras públicas, realizar compras eficientes y transparentes, facilitando además la, 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 que transan en la plataforma de mercado público, utilizando herramientas 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, fomentando buenas prácticas en los procesos de compra que realizan los organismos a través de www.mercadopublico.cl.

Cientes Institucionales

4. Compradores: Corresponde a los cerca de 850 organismos y servicios públicos afectos a la ley N° 19.886 de compras públicas y su reglamento, tales como Gobierno Central, Fuerzas Armadas y de Orden Público, Servicio de Salud y Hospitales, Municipalidades y Universidades, además de otros organismos que se incorporaron de forma voluntaria a la utilización de la plataforma www.mercadopublico.cl, tales como el Poder Judicial, Casa de Moneda, entre otros.
5. Proveedores: Corresponde a alrededor de 115.000 personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como internacionales, que participan ofertando sus productos y servicios en los procesos de adquisiciones que realizan los organismos compradores.
6. Estado: Específicamente el Ministerio de Hacienda, toda vez que las acciones e iniciativas desarrolladas por ChileCompra favorecen el buen uso de los recursos públicos e impulsan la modernización del Estado.

Mayor información en www.chilecompra.cl

A.- PERFIL DE COMPETENCIAS

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
---------------------	---

1.- REQUISITOS MINIMOS Y DESEABLES

REQUISITOS	MINIMOS	DESEABLES
FORMACIÓN	- Título profesional de al menos 8 semestres de duración, otorgado por un establecimiento de educación superior del Estado o reconocido por éste. De preferencia diseño, diseño gráfico, diseño industrial, periodismo o similar.	- Especialización en alguno de los siguientes ámbitos (cursos, diplomados, etc.): <ul style="list-style-type: none"> • Usabilidad y arquitectura de la información • Experiencia de usuarios • Diseño de servicios • Innovación • Metodologías ágiles
AÑOS DE EXPERIENCIA	Al menos 2 años de experiencia en: - Aplicación de metodología de diseño de experiencia de usuarios (UX) en proyectos digitales en instituciones públicas o privadas.	1 año de experiencia en: Aplicación de metodología de diseño de servicios.
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	- User research (métodos cualitativos y cuantitativos). - Diseño de servicios (user journey map, service blueprints, persona profiles, etc.)	- Diseño de interfaz en alta fidelidad. - Manejo de herramientas de prototipado Sketch e Invision



	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de interacción. - Arquitectura de información. - Facilitación y conducción de talleres de co-creación con usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en analítica digital con herramientas Google Analytics y Hotjar - Inglés intermedio. - Metodologías ágiles.
--	--	--

2.- COMPETENCIAS REQUERIDAS

3. Competencias Transversales	
Trabajo en equipo	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
Orientación al usuario	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
Responsabilidad	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. Respeta las normas y procedimientos establecidos en la ley, salvaguardando la transparencia, probidad, y ética, aun en situaciones adversas y bajo presiones de cualquier índole.
Orientación a los resultados con calidad	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

4. Competencias Específicas			
Nombre competencia	Nivel de desarrollo	Definición nivel de desarrollo requerido	Frecuencia de uso
Orientación al cliente interno y externo	B	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 excelencia a sus necesidades. Capacidad para establecer con los clientes relaciones duraderas basadas en la confianza.	Alta
Calidad y mejora continua	C	Capacidad para optimizar (o proponer acciones en ese sentido, según corresponda) los recursos disponibles –personas, materiales, etc.– y agregar valor a través de ideas o soluciones originales o diferentes en relación con las tareas de las personas a cargo y/o los procesos y métodos de su área de trabajo. Capacidad para brindar aportes que signifiquen una solución a situaciones inusuales y/o que permitan perfeccionar, modernizar u optimizar el uso de los recursos a cargo.	Media
Colaboración	B	Capacidad para brindar ayuda y colaboración a las personas de su área y de otros sectores de la organización relacionados, mostrar interés por sus necesidades, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente, y apoyarlas en el cumplimiento de sus objetivos. Capacidad para crear relaciones de confianza. Capacidad para utilizar los mecanismos	Alta



		organizacionales que promuevan la cooperación interdepartamental, y para proponer mejoras respecto de ellos.	
Pensamiento analítico	B	Capacidad para interrelacionar los componentes de una situación, establecer las relaciones de causa-efecto que se producen y reconocer las posibles consecuencias de una acción o una cadena de acontecimientos. Capacidad para identificar las relaciones existentes entre los distintos elementos de un problema o situación complejos. Capacidad para desarrollar cursos de acción alternativos, de posible aplicación.	Media
Iniciativa y Autonomía	D	Capacidad para actuar proactivamente y brindar soluciones a problemas y/o retos. Capacidad para responder con rapidez, eficacia y eficiencia ante nuevos requerimientos. Capacidad para utilizar las aplicaciones tecnológicas, herramientas y recursos cuando sea pertinente.	Alta

B.- DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.- CARACTERIZACIÓN

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
DIVISIÓN	Tecnología
DPTO/UNIDAD	Departamento de Diseño de Servicios y Experiencia de Usuarios
REPORTA A	Jefa Departamento Diseño de servicios y Experiencia de Usuarios
SUPERVISA A	No corresponde
PRESUPUESTO QUE ADMINISTRA	No corresponde

2. PROPÓSITO DEL CARGO

Diseñar y redefinir los servicios y/o productos del sistema de compras públicas, centrados en el usuario, que agreguen valor público y contribuyan a la estrategia de transformación digital y modernización del Estado de Chile.

3. - FUNCIONES PRINCIPALES

- Identificar y entender las necesidades de los usuarios/as que permitan diseñar o rediseñar servicios y/o productos.
- Conocer y comprender el marco normativo actual y el sistema de compras públicas.
- Recopilar información a través de métodos de investigación cuantitativa y/o cualitativa.
- Realizar perfilamiento de usuarios/as.
- Indagar en fuentes internas o externas para conocer antecedentes relevantes en la industria respecto a servicios y/o productos específicos.
- Levantar procesos actuales de un servicio o producto.
- Trabajar de manera colaborativa, proactiva y autónoma en equipos multidisciplinarios con diversas áreas de la institución.
- Diseñar servicios (experiencias) o productos aplicando el enfoque de diseño centrado en las personas, los lineamientos institucionales y ajustados a la normativa vigente.
- Diseñar mapas de experiencia de usuario/a definiendo atributos operacionales y/o funcionales óptimos.



- Implementar los estándares definidos por el departamento y por los fundamentos del diseño de servicios.
- Facilitar talleres e instancias de ideación para crear y validar soluciones de manera colaborativa.
- Diseñar experiencias e interfaces digitales.
 - Definir y cumplir estándares de usabilidad e interacción.
 - Estructurar flujos de navegación.
 - Diseñar y ajustar contenidos que faciliten la comunicación entre el producto o servicio y los usuarios/as.
 - Realizar prototipos para simular, testear e iterar experiencias digitales en productos o servicios, de manera temprana.
 - Diseñar interfaces digitales de alta fidelidad.
- Colaborar con equipos internos y externos de desarrollo y tomar decisiones respecto del diseño de experiencia de usuario/a.
 - Mantener una comunicación constante con los equipos de desarrollo.
 - Velar por la correcta implementación de los servicios.
 - Proponer mejoras durante el proceso de desarrollo.
- Analizar la experiencia de los usuarios/as en relación con los proyectos digitales implementados.
 - Implementar herramientas de analítica digital para medir el comportamiento de los usuarios/as
 - Revisar y evaluar constantemente los resultados arrojados por las herramientas de medición
 - Informar las conclusiones de los estudios realizados a las áreas de negocio involucradas en los proyectos
- Otras funciones que le sean encomendadas por la Dirección o su superior jerárquico.

4.- USUARIOS INTERNOS

Todas las áreas de ChileCompra, principalmente áreas dependientes de la división de tecnología, áreas de negocio y atención de usuarios.

5.- USUARIOS EXTERNOS

Compradores y proveedores del Estado y ciudadanía en general.

Compensación:

Calidad Jurídica:

- Contrata

Salario

La posición tendrá una renta bruta mensual grado 14 EFS, correspondiente a \$1.808.254

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 \$ 2.208.598.

La renta bruta mensualizada corresponde a \$1.941.702



Criterios de Selección:

Etapas del Proceso:

- Admisibilidad: Cumplimiento de requisitos mínimos señalados en los términos de referencia del cargo, publicados en 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.

Postulación:

Los interesados deben efectuar su postulación, ingresando a esta oferta laboral a través del portal Empleos Públicos www.empleospublicos.cl, hasta las 18:00 horas del día 30 de noviembre del 2020.

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

División Tecnología y Negocios - Dirección ChileCompra

Términos de Referencia Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios

Descripción de la Institución:

La Dirección de Compras y Contratación Pública (ChileCompra) es un Servicio Público descentralizado, dependiente del Ministerio de Hacienda, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República, creado con la Ley de Compras Públicas N° 19.886 y que comenzó a operar formalmente el 29 de agosto de 2003, recientemente ha actualizado su estrategia institucional para el periodo 2018 – 2024, para cumplir su Misión de "Generar eficiencia en la contratación pública con altos estándares de probidad y transparencia".

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

Para el logro de lo anterior, ha establecido los siguientes ejes estratégicos:

Eficiencia y efectividad: se trata de aprovechar el poder comprador del Estado. ChileCompra asume en esta etapa un rol rector entre el Estado y el mercado para maximizar la eficiencia; ello para contribuir a conseguir mayores ahorros en precios a través de distintas modalidades de compra y que los organismos públicos participen en compras colaborativas, se coordinen, agreguen demanda y asuman una mayor responsabilidad en el buen uso de los recursos fiscales. Esta articulación se da gracias al 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.

Servicios de excelencia: se trata de entregar un servicio de excelencia con foco 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 optimizar los costos operacionales, disminuirlos a través de servicios compartidos de compras públicas, lo que contribuye a reducir la burocracia y facilitar la entrega de servicios a la ciudadanía a través de la digitalización de las compras.

Probidad y transparencia: Hoy, ChileCompra trabaja en promover altos estándares de confianza y responsabilidad en los actores que intervienen en este sistema, reforzando e instalando obligaciones, prácticas y normas de comportamiento ético que deben respetar y cumplir tanto los compradores públicos, como los proveedores del Estado.



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.

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 se materializa a través de distintas modalidades de compra, como lo son las Compras Centralizadas, donde la decisión de qué comprar, cuánto, cómo y cuándo está en manos de una única entidad, para satisfacer las necesidades de otros organismos; las Compras Coordinadas entre un grupo de organismos para la obtención de mejores condiciones comerciales; y los Convenios Marco, que se traducen en un catálogo electrónico cuyos productos fueron previamente licitados por ChileCompra.
- 3. Servicios a Usuarios:** Servicios de apoyo, asesoría y formación que tienen por objetivo entregar orientación, conocimientos y competencias necesarias a los usuarios compradores y proveedores del Estado para que puedan operar adecuadamente la plataforma de compras públicas, realizar compras eficientes y transparentes, facilitando además la 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 que transan en la plataforma de mercado público, utilizando herramientas 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, fomentando buenas prácticas en los procesos de compra que realizan los organismos a través de www.mercadopublico.cl.

Clientes Institucionales

7. Compradores: Corresponde a los cerca de 850 organismos y servicios públicos afectos a la ley N° 19.886 de compras públicas y su reglamento, tales como Gobierno Central, Fuerzas Armadas y de Orden Público, Servicio de Salud y Hospitales, Municipalidades y Universidades, además de otros organismos que se incorporaron de forma voluntaria a la utilización de la plataforma www.mercadopublico.cl, tales como el Poder Judicial, Casa de Moneda, entre otros.
8. Proveedores: Corresponde a alrededor de 115.000 personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como internacionales, que participan ofertando sus productos y servicios en los procesos de adquisiciones que realizan los organismos compradores.
9. Estado: Específicamente el Ministerio de Hacienda, toda vez que las acciones e iniciativas desarrolladas por ChileCompra favorecen el buen uso de los recursos públicos e impulsan la modernización del Estado.

Mayor información en www.chilecompra.cl

A.- PERFIL DE COMPETENCIAS

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
---------------------	---

1.- REQUISITOS MINIMOS Y DESEABLES

REQUISITOS	MINIMOS	DESEABLES
-------------------	----------------	------------------



FORMACIÓN	- Título profesional de al menos 8 semestres de duración, otorgado por un establecimiento de educación superior del Estado o reconocido por éste. De preferencia diseño, diseño gráfico, diseño industrial, periodismo o similar.	- Especialización en alguno de los siguientes ámbitos (cursos, diplomados, etc.): <ul style="list-style-type: none"> • Usabilidad y arquitectura de la información • Experiencia de usuarios • Diseño de servicios • Innovación • Metodologías ágiles
AÑOS DE EXPERIENCIA	Al menos 2 años de experiencia en: - Aplicación de metodología de diseño de experiencia de usuarios (UX) en proyectos digitales en instituciones públicas o privadas.	1 año de experiencia en: Aplicación de metodología de diseño de servicios.
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	- User research (métodos cualitativos y cuantitativos). - Diseño de servicios (user journey map, service blueprints, persona profiles, etc.) - Diseño de interacción. - Arquitectura de información. - Facilitación y conducción de talleres de co-creación con usuarios.	- Diseño de interfaz en alta fidelidad. - Manejo de herramientas de prototipado Sketch e Invision - Conocimiento en analítica digital con herramientas Google Analytics y Hotjar - Inglés intermedio. - Metodologías ágiles.

2.- COMPETENCIAS REQUERIDAS

3. Competencias Transversales	
Trabajo en equipo	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
Orientación al usuario	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
Responsabilidad	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.
Orientación a los resultados con calidad	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

4. Competencias Específicas

Nombre competencia	Nivel de desarrollo	Definición nivel de desarrollo requerido	Frecuencia de uso
Orientación al cliente interno y externo	B	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 excelencia a sus necesidades. Capacidad para establecer con los clientes relaciones duraderas basadas en la confianza.	Alta
Calidad y mejora continua	C	Capacidad para optimizar (o proponer acciones en ese sentido, según corresponda) los recursos disponibles –personas, materiales, etc.– y agregar valor a través de ideas o soluciones originales o diferentes en relación con las tareas de las personas a cargo y/o los procesos y métodos de su área de trabajo. Capacidad para brindar aportes que signifiquen una solución a situaciones inusuales y/o que permitan perfeccionar, modernizar u optimizar el uso de los recursos a cargo.	Media
Colaboración	B	Capacidad para brindar ayuda y colaboración a las personas de su área y de otros sectores de la organización relacionados, mostrar interés por sus necesidades, aunque las mismas no hayan sido manifestadas expresamente, y apoyarlas en el cumplimiento de sus objetivos. Capacidad para crear relaciones de confianza. Capacidad para utilizar los mecanismos organizacionales que promuevan la cooperación interdepartamental, y para proponer mejoras respecto de ellos.	Alta
Pensamiento analítico	B	Capacidad para interrelacionar los componentes de una situación, establecer las relaciones de causa-efecto que se producen y reconocer las posibles consecuencias de una acción o una cadena de acontecimientos. Capacidad para identificar las relaciones existentes entre los distintos elementos de un problema o situación complejos. Capacidad para desarrollar cursos de acción alternativos, de posible aplicación.	Media
Iniciativa y Autonomía	D	Capacidad para actuar proactivamente y brindar soluciones a problemas y/o retos. Capacidad para responder con rapidez, eficacia y eficiencia ante nuevos requerimientos. Capacidad para utilizar las aplicaciones tecnológicas, herramientas y recursos cuando sea pertinente.	Alta

B.- DESCRIPCIÓN DEL CARGO

1.- CARACTERIZACIÓN

NOMBRE CARGO	Diseñador de Servicios y Experiencia de Usuarios
DIVISIÓN	Tecnología
DPTO/UNIDAD	Departamento de Diseño de Servicios y Experiencia de Usuarios
REPORTA A	Jefa Departamento Diseño de servicios y Experiencia de Usuarios
SUPERVISA A	No corresponde
PRESUPUESTO QUE ADMINISTRA	No corresponde

2. PROPÓSITO DEL CARGO



Diseñar y redefinir los servicios y/o productos del sistema de compras públicas, centrados en el usuario, que agreguen valor público y contribuyan a la estrategia de transformación digital y modernización del Estado de Chile.

3. - FUNCIONES PRINCIPALES

- Identificar y entender las necesidades de los usuarios/as que permitan diseñar o rediseñar servicios y/o productos.
 - Conocer y comprender el marco normativo actual y el sistema de compras públicas.
 - Recopilar información a través de métodos de investigación cuantitativa y/o cualitativa.
 - Realizar perfilamiento de usuarios/as.
 - Indagar en fuentes internas o externas para conocer antecedentes relevantes en la industria respecto a servicios y/o productos específicos.
 - Levantar procesos actuales de un servicio o producto.
- Trabajar de manera colaborativa, proactiva y autónoma en equipos multidisciplinarios con diversas áreas de la institución.
- Diseñar servicios (experiencias) o productos aplicando el enfoque de diseño centrado en las personas, los lineamientos institucionales y ajustados a la normativa vigente.
 - Diseñar mapas de experiencia de usuario/a definiendo atributos operacionales y/o funcionales óptimos.
 - Implementar los estándares definidos por el departamento y por los fundamentos del diseño de servicios.
 - Facilitar talleres e instancias de ideación para crear y validar soluciones de manera colaborativa.
- Diseñar experiencias e interfaces digitales.
 - Definir y cumplir estándares de usabilidad e interacción.
 - Estructurar flujos de navegación.
 - Diseñar y ajustar contenidos que faciliten la comunicación entre el producto o servicio y los usuarios/as.
 - Realizar prototipos para simular, testear e iterar experiencias digitales en productos o servicios, de manera temprana.
 - Diseñar interfaces digitales de alta fidelidad.
- Colaborar con equipos internos y externos de desarrollo y tomar decisiones respecto del diseño de experiencia de usuario/a.
 - Mantener una comunicación constante con los equipos de desarrollo.
 - Velar por la correcta implementación de los servicios.
 - Proponer mejoras durante el proceso de desarrollo.
- Analizar la experiencia de los usuarios/as en relación con los proyectos digitales implementados.
 - Implementar herramientas de analítica digital para medir el comportamiento de los usuarios/as
 - Revisar y evaluar constantemente los resultados arrojados por las herramientas de medición
 - Informar las conclusiones de los estudios realizados a las áreas de negocio involucradas en los proyectos



- Otras funciones que le sean encomendadas por la Dirección o su superior jerárquico.

4.- USUARIOS INTERNOS

Todas las áreas de ChileCompra, principalmente áreas dependientes de la división de tecnología, áreas de negocio y atención de usuarios.

5.- USUARIOS EXTERNOS

Compradores y proveedores del Estado y ciudadanía en general.

Compensación:

Calidad Jurídica:

- Contrata

Salario

La posición tendrá una renta bruta mensual grado 14 EFS, correspondiente a \$1.808.254

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 \$ 2.208.598.

La renta bruta mensualizada corresponde a \$1.941.702

Criterios de Selección:

Etapas del Proceso:

- Admisibilidad: Cumplimiento de requisitos mínimos señalados en los términos de referencia del cargo, publicados en 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.

Postulación:

Los interesados deben efectuar su postulación, ingresando a esta oferta laboral a través del portal Empleos Públicos www.empleospublicos.cl, hasta las 18:00 horas del día 30 de noviembre del 2020.

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

