

TABLA DE CONTENIDOS.

RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: EL MODELO DE COMPRAS PÚBLICAS EN CHILE.....	14
1. Breve referencia histórica.....	14
2. Ámbito de aplicación de la Ley 19.886.	15
2.1. La Ley N°19.886 se aplica a “Contratos”.....	16
2.2. La Ley N°19.886 se aplica a Contratos Administrativos.	17
2.3. El Contrato Oneroso de suministro de bienes muebles y servicios.	17
3. Los Sistemas de Contratación Pública.	21
3.1. La licitación privada y la contratación directa	22
3.2. La licitación pública.....	23
4. El principio de la publicidad y transparencia como rector en el proceso de modernización del estado y en especial, en las licitaciones.	33
4.1. Los principios en el sistema normativo.....	33
4.2. Principios que rigen las compras públicas, y en especial las licitaciones.	35
4.3. Los principios de publicidad y transparencia en la Ley N°19.886.....	37
4.4. La publicidad y transparencia como reglas.	39
CAPÍTULO II: PUBLICIDAD, TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.....	41
1. Conceptualización: Probidad, acceso a la información pública, publicidad y transparencia.	41

2. Breve referencia histórica.....	43
2.1. La Comisión Nacional de Ética Pública.....	43
2.2 El artículo 11 bis de la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la administración del Estado (LOCBGAE), incorporado por la ley N°19.653.....	44
2.3. El Artículo 8° de la Constitución Política de la República (Ley N°20.050).	46
2.4. El Derecho Fundamental de acceso a la información pública en la legislación supraestatal: el caso Claude-Reyes (2006).	48
2.5. La Ley N°20.285 sobre acceso a la información pública.....	50
3. La Transparencia Activa y el Derecho de Acceso a la Información Pública.....	51
3.1. La transparencia activa en las licitaciones públicas.	53
3.2. El derecho de acceso a la información pública: La regla general de publicidad.	56
3.3. Excepciones a la publicidad.....	56
3.4. El procedimiento para el acceder a la información pública.....	58
3.5. Circunscripción del ámbito de aplicación de la ley N°20.285 en las compras públicas.	62
CAPÍTULO III: LA CAUSAL DE RESERVA DEL ARTÍCULO 21 N°2: LA AFECTACIÓN DE DERECHOS DE LAS PERSONAS, PARTICULARMENTE, LOS DERECHOS COMERCIALES Y ECONÓMICOS.	65
1. La afectación de derechos: concepto.....	65
1.1. Introducción.....	65
1.2. Concepto de interés.....	65
1.3. La inclusión de la protección de los intereses individuales legítimos en la causal de reserva de protección de los derechos de las personas.....	67
1.4. El Interés legítimo.....	70

2. La afectación de derechos y su calificación.....	73
3. Derechos comerciales y económicos.	74
4. Los derechos de propiedad intelectual.	77
4.1. Concepto.	77
4.2. Regulación constitucional y legal.	81
4.3. El secreto comercial o empresarial.	81
4.4 El GATT, el acuerdo de Marrakech y ADPIC's.	83
5. Causalidad.	88
CAPÍTULO IV: LA AFECTACIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL COMO CAUSAL DE RESERVA DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS.	89
1. Problemática.	89
2. Tratamiento del Consejo para la transparencia: las líneas jurisprudenciales subyacentes a la regla general de publicidad.	91
2.1. La publicidad como regla general para las propuestas técnicas.....	91
2.2 El interés público subyacente en la publicidad de las ofertas técnicas: el test de interés público.	94
2.3. La publicidad o secreto de la información reglada en los documentos integrantes de la licitación.	98
2.4. La regla general aplica a las propuestas adjudicadas y no adjudicadas.....	102
2.5. Guía para la publicidad de las ofertas técnicas.	103
3. Criterios orientadores, reconocidos por el Consejo, para determinar la afectación de los derechos económicos y comerciales de las personas por la divulgación de información empresarial:	104

3.1. Que la información requerida no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible para personas introducidas en los círculos en que normalmente se utiliza el tipo de información en cuestión (“secreta”).	106
3.2. Que su mantenimiento en reserva proporcione a su poseedor una evidente mejora, avance o ventaja competitiva.	109
3.3. Que su publicidad pueda afectar significativamente el desenvolvimiento competitivo de su titular.	113
3.4. Que la información sea objeto de razonables esfuerzos para mantener su secreto.	117
4. Algunos ejemplos sobre la aplicación específica de los criterios de protección.	121
4.1. Antecedentes legales de los oferentes.	121
4.2. Infraestructura operacional y equipos.	121
4.3. Cartera de clientes.	122
4.4. Propuesta metodológica y productos asociados a ella: carta Gantt y organización del equipo profesional, antecedentes, descripción de productos finales del proyecto, entre otros.	123
4.5. Equipo profesional: currículum vitae, nómina de remuneraciones.	124
4.6. Evaluación económica, balances generales de proyecto, flujo de caja, e información contable del negocio.	126
4.7. Formularios de postulación.	126
CONCLUSIONES.	127
BIBLIOGRAFÍA.	131
MATERIAL COMPLEMENTARIO	139