

COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA POR AVISAJE DEL ESTADO.

ACTA DE LA SESIÓN N° 15 DE LA 354ª LEGISLATURA CELEBRADA EL JUEVES 18 DE ENERO DE 2007, DE 10.58 A 11.34 HORAS.

SUMARIO: - Se escucha a representantes del Diario Estrategia.

Se inicia la sesión a las 10.58 horas.

I PRESIDENCIA: Preside la sesión el Diputado señor **Marco Enriquez-Ominami Gumucio**.

Actúa como Abogado Secretario de la Comisión, don Roberto Fuentes Innocenti.y como Abogado Ayudante don Álvaro Halabi Diuana

II ACTAS: El acta de la sesión N° 14 se pone a disposición de los señores Diputados y se da por aprobada por no haber sido objeto de observaciones.

III ASISTENCIA:

Asisten los siguientes señores diputados miembros de la Comisión:

Díaz, don Marcelo;
Dittborn, don Julio;
Enriquez- Ominami, don Marco;
Jiménez, don Tucapel, y
Sule, don Alejandro.

ASÍSTEN ADEMÁS:

El Director del Diario Estrategia, don **VÍCTOR MANUEL OJEDA**.

IV CUENTA: Se dio cuenta de los siguientes oficios respuestas:

Ministro del Interior por el cual responde los oficios 25 y 38 (enviado a la Intendente de la XI Región).

Superintendente de Salud.

Intendente Regional de Coquimbo

Director Regional de Chiledeportes, Región de Los Lagos

Directora Instituto Salud Pública

Ministro de Justicia

Contraloría General de la República

Las intervenciones de los señores Diputados y de los invitados constan en la versión taquigráfica elaborada por el cuerpo de taquígrafos de la Cámara de Diputados y que se anexa al final de la presente Acta, que se tiene como parte integrante de la misma.

Por haberse cumplido el objeto de la sesión, se levanta a las 11.33 horas.

MARCO ENRÍQUEZ- OMINAMI GUMUCIO
Presidente de la Comisión

ROBERTO FUENTES INNOCENTI
Secretario de la Comisión

COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA POR AVISAJE DEL ESTADO.

Sesión 15^a, celebrada en jueves 18 de enero de 2006,
de 10.58 a 11.34 horas.

VERSIÓN TAQUIGRÁFICA

Preside el diputado señor Marco Enríquez-Ominami.

Asisten los diputados señores Marcelo Díaz, Alejandro Sule, Julio Dittborn y Tucapel Jiménez.

Concurre como invitado el señor Víctor Manuel Ojeda, director del Diario Estrategia.

TEXTO DEL DEBATE

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- En el nombre de Dios y de la Patria, se abre la sesión.

El diputado señor Dittborn me reemplazará por algunos minutos.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- El señor Secretario va a dar lectura a la Cuenta.

-El señor FUENTES (Secretario) da lectura a la Cuenta.

-Ingresa a la Sala el señor Víctor Manuel Ojeda, director del Diario Estrategia.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Señor Ojeda, quiero agradecerle su asistencia a esta Comisión, que tiene por objeto estudiar

la forma en que el Estado decide la inversión publicitaria.

Su Presidente, diputado Marco Enríquez-Ominami, a quien estoy reemplazando por algunos minutos, ha tenido un rol predominante en impulsarla, a fin de entender cómo funciona la asignación de publicidad por parte del Estado. Para ello, hemos invitado a distintos medios de comunicación. Diario Estrategia es un medio relevante, especialmente en las noticias económicas y financieras, razón por la que nos gustaría conocer su opinión sobre el tema.

Tiene la palabra.

El señor OJEDA.- Señor Presidente, agradezco estar acá por una invitación de esta Comisión y no por haber realizado una denuncia.

En nuestro caso, el Estado, como asignador de los recursos de inversión publicitaria, desde siempre ha sido muy discrecional. Esta discrecionalidad que vivimos hoy en el Gobierno de la Presidenta Bachelet también la vivimos en los gobiernos de los Presidente Lagos, Frei, Aylwin y durante toda nuestra existencia en el gobierno militar. Nuestra empresa tiene 31 años y, reitero, esta discriminación ha sido desde siempre.

Una de las ventajas es que hemos podido mirar el tema económico, financiero, de negocios, con una mirada muy independiente. Tal vez, esta situación de discriminación que les comentaba puede ocurrir porque a la autoridad económica -es una constante en todos los gobiernos- no le gusta la crítica, la opinión independiente. Nuestra mirada es crítica de la sociedad, en el sentido de destacar y apoyar lo positivo desde nuestra perspectiva y, obviamente, criticar con fuerza lo que nos parece malo en los temas que son nuestra especialidad: economía e información.

Por su parte, el mercado nos ha premiado. Traje una presentación que se las voy a dejar.

En la página 4 aparecen las cifras, que son independientes, de Megatime, sobre la publicidad de los distintos medios de comunicación, escritos, en este caso. Aquí aparecemos con un 7 por ciento de participación en la publicidad del sector privado. En el caso de las empresas estatales, nuestra emisión es cero. Lidera la empresa El Mercurio y después está la empresa Copesa. En el resto, tenemos cero para el 2002, 2003, 2004, 2006 y 2007, siempre, en estos treinta años. Excepcionalmente, parece que damos mucha validez al informe preparado por la Comisión Investigadora, por cuanto reconoce que sí hay dos empresas del Estado que tienen alguna orientación más objetiva y profesional, cuales son el BancoEstado y la Polla.

En el caso del BancoEstado, hemos captado algo de publicidad en los últimos años; tímidamente, pero, por lo menos, hay una cierta orientación de esta entidad. En el resto de las empresas del Estado es cero, y eso respecto de todas las dependencias, Hacienda, Economía, Obras Públicas, etcétera. La emisión publicitaria de avisaje del Estado es cero.

En el caso nuestro es un tema no menor, por cuanto nos toca competir con tres grandes grupos económicos, como el Edwards, Empresa El Mercurio, Saieh, Copesa, diarios La Tercera, La Cuarta, revista Qué Pasa y el grupo Claro, con El Diario, revista Capital y Megavisión. Entonces, ustedes comprenderán que competir en estas circunstancias, en el caso nuestro, que somos una empresa de corte familiar, absolutamente orientada a la información económica, es un trabajo fuerte, duro, arduo y, por qué no decirlo, titánico. A esto se suma que el propio Estado es quien apoya a estos grupos económicos, a estos grupos de poder, que presionan fuertemente, con lo cual se produce una inequidad y arbitrariedad muy odiosas. Por eso, me siento muy contento de estar aquí para dar a conocer cuál es mi impresión.

Nos sentimos en la más absoluta indefensión cuando a uno, como particular, el Estado lo presiona por todos lados. Por eso mi agrado de estar aquí, para responder las preguntas que ustedes quieran hacer.

Ésa es la realidad desde que existe la empresa, la cual me tocó formar a fines de 1975, primero con la revista Gestión. Pero ésta ha sido - repito- una constante desde siempre. Ocurrió durante todo el gobierno militar y en todos los gobiernos de la Concertación.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Cuando uno mira estos cuadros de publicidad de empresas estatales en la prensa escrita, año 2005, ¿cuál es la diferencia entre estos dos cuadros?

El señor OJEDA.- Es muy simple. El primero se refiere a empresas El Mercurio como conjunto, como grupo, mientras que el segundo es por diario, por productos.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- El primer cuadro es por empresas.

El señor OJEDA.- Claro. El Mercurio, La Segunda, Las Últimas Noticias, etcétera.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Para poder fundamentar el argumento de arbitrariedad uno tendría que hacer también probablemente un ajuste por circulación.

El señor OJEDA.- Sí. Pero, por ejemplo, al mercado privado, que se supone es un mejor accionador de recursos, se asigna el 7 por ciento de participación en la edición publicitaria del sector. En el Estado es cero. Entonces, el tema no cuadra.

Dado esta invitación, revisé los diarios del fin de semana y todos los pertenecientes a grandes empresas estaban llenos de publicidad, avisos e inserciones de empresas e instituciones del Estado. El sábado y el domingo los Cuerpos A, B y C y todos los

cuerpos de El Mercurio estaban llenos de publicidad y un porcentaje altísimo, tal vez no todos, de esos avisos están orientados exactamente en la misma dirección nuestra. Pero nosotros somos discriminados; se quedó esa costumbre, ese hábito.

El señor JIMÉNEZ.- ¿A qué cree usted que se debe esa discriminación? A lo mejor, no tiene la respuesta, pero igual le pregunto. ¿Ustedes hacen algo a través de vendedores por tratar de llegar al Estado?

El señor OJEDA.- Respecto de la primera pregunta, desde siempre hemos tenido una visión bastante crítica. Nuestro periodismo está especializado en la economía y los negocios. Tenemos una visión crítica de cómo la autoridad hace las cosas. Sabemos que no es perfecta; nadie lo es.

Ahora bien, nosotros no generamos las políticas públicas, no hacemos la política económica y, por lo tanto, estamos en una posición cómoda, pero eso no significa para nada que uno tenga la verdad. Sin embargo, estamos en la mirada del espectador. Como espectador, al tener un tiempo tan largo recorrido y dado que hemos conocido a tantos ministros de Hacienda, de Economía y a tantos presidentes y consejeros del Banco Central, a uno se le hace más "fácil", más expedito, más espontáneo poder opinar libremente. Y eso no le gusta a la autoridad. No le gusta al ministro Velasco; no le gustó para nada nuestra opinión crítica al ministro Eyzaguirre; no le gustó en su época al ministro Aninat, no le gustó al ministro Foxley, no le gustó al entonces ministro Büchi. Parece ser que es un problema del ser humano que cuando llega al poder no quiere, no acepta y no le gusta que alguien tenga una opinión distinta a la suya, así de simple. Y como nosotros tenemos una opinión distinta, tenemos nuestra forma de mirar las cosas, el día que no lo podamos seguir haciendo nos dedicaremos a otra cosa.

Respecto de la segunda pregunta, mi respuesta es sí. Hemos intentado mil veces llegar al Estado.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- El sustituto más cercano al Diario Estrategia probablemente sería el Diario Financiero.

El señor OJEDA.- Sí.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Y el Diario Financiero tiene el 1 por ciento de las empresas estatales, mientras que ustedes el 0.

El señor OJEDA.- Sí.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- O sea, uno podría decir que ése es el tamaño de la discriminación.

El señor OJEDA.- No, para nada.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Porque comparar a Estrategia con El Mercurio es comparar productos muy distintos.

El señor OJEDA.- Creo que usted no me entendió. Voy a intentar ser más explícito.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Estoy tratando de desdramatizar su queja.

El señor OJEDA.- Lo que ocurre es que a nosotros nos toca competir con tres grandes grupos económicos respecto de la cobertura diaria de prensa nacional. Nosotros somos un diario especializado y cubrimos el país desde Arica a Punta Arenas. En el mercado en el cual trabajamos competimos con los grupos Edwards, El Mercurio, Saieh, Copesa y sus publicaciones, y Claro, con el diario, la revista Capital y Megavisión. Somos el único diario independiente, de una familia, que le toca competir contra estos grandes conglomerados económicos. Nuestros recursos sólo provienen de nuestros

negocios; no tenemos más recursos que los provenientes de nuestras actividades. Debemos rascarnos con nuestras propias uñas en cuanto a lo que somos capaces de generar en el mercado. Ninguna otra empresa sostiene nuestro negocio. No tenemos a la Sudamericana de Vapores, ni a Cristalerías Chile, ni bancos, ni corredoras de bolsa ni instituciones financieras detrás de nosotros. Por lo tanto, estamos en una situación de inequidad muy grande. Además, el Estado es un gran sostenedor de esos tres grandes grupos económicos que poseen medios de prensa. Nuestro competidor más directo es el diario El Mercurio, porque competimos más fuertemente por el avisaje y los lectores. Actualmente tenemos el 7 por ciento de participación en el mercado del avisaje y superamos con creces a la empresa del señor Claro.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- El diario Financiero tiene un 5,4 por ciento del mercado.

El señor OJEDA.- Así es. Pero un gran grupo económico sostiene sus negocios.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- Doy las excusas por mi ausencia, ya que tuve que acudir a la Sala para discutir un tema valórico.

El señor OJEDA.- Señor Presidente, reitero, estoy muy agradado de estar aquí a raíz de una invitación que me extendiera una Comisión de la Cámara de Diputados y no por una denuncia que uno haya hecho. Esa realidad, que refleja muy bien el estudio realizado por esta Comisión Investigadora, es desde 2007, que fue exactamente la misma en el período del gobierno militar y en 2000, 2004, 2005 y 2006. La discrecionalidad territorial que estamos viviendo existe desde el gobierno militar y los gobiernos de los presidentes Aylwin, Frei Ruiz-Tagle, Lagos y de la presidenta Michelle Bachelet, es decir, desde hace treinta años. Repito, además de que nos toca competir con tres grandes grupos económicos, lo

hacemos contra el Estado. De manera que es una situación muy difícil.

Ahora bien, una vez llegada la democracia, siempre he tenido el sueño de que esta situación se revertiría y que todo sería más justo, equilibrado y correcto; sin embargo, ello no ha ocurrido.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- Señor Presidente, quiero formular algunas consultas a nuestro invitado.

En primer lugar, ¿qué esfuerzos paralelos hace el diario Estrategia -distinto es estar en el convenio marco ChileCompra- para constatar avisaje del Estado?

En segundo lugar, dado que hemos trabajado en forma muy consensuada con nuestros colegas de Derecha, en esta Comisión existe la convicción de que ha habido falta de transparencia y que la ley de Compra es, a lo menos, imperfecta para efectos de lograr una mayor transparencia y pluralismo. Entonces, ¿cómo evaluarían ustedes una posible indicación a esta ley o a la de Presupuestos mediante otra indicación que establezca la obligación de que a los órganos del Estado o a cualquier servicio público que hiciera un plan de medios se le pusiera un tope máximo de avisaje del Estado? Es decir, que no se pueda avisar, por ejemplo, con más de cien pesos en cada medio, con un techo.

El señor OJEDA.- Me parece algo muy justo.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- En tercer lugar, si uno analiza lo señalado por los representantes de la Fuerza Aérea, eso es extremadamente inquietante. Entre paréntesis, hay que felicitar a la Fuerza Aérea por ser la única rama de la Defensa Nacional en respondernos directamente. Ellos señalan que el 82 por ciento corresponde a avisaje en uno de los dos grandes conglomerados del país, en términos de prensa escrita.

Supongo que la Fuerza Aérea pudo haber hecho lo mismo durante los diecisiete años de dictadura, y sospecho que si en 2006 invirtió 82 por ciento de su avisaje en un diario, ese patrón conductual se mantuvo durante treinta años. Si la rama más pequeña de las Fuerzas Armadas invierte 200 ó 300 millones de pesos, podemos suponer que las otras tres ramas cumplieron el mismo patrón de gastos, 82 por ciento, lo que significa que uno de esos diarios ha recibido alrededor de mil millones de pesos anuales durante treinta años.

¿El diario Estrategia alguna vez ha tenido acceso a algún avisaje por asignación directa de una de las cuatro ramas de las Fuerzas Armadas?

El señor OJEDA.- En el sector privado tenemos 7 por ciento de participación de la inversión publicitaria, pero del Estado tenemos cero. Es la constante de distintas empresas. En nuestro caso no ha habido ni un cambio. Pensé que la relación comercial con las empresas del Estado iba a cambiar, pero no ha variado un ápice.

Quiero hacer una advertencia. Soy oficial de la reserva naval y participé en un curso hace algunos años. Ustedes pueden encontrar avisos de la Armada en el diario Estrategia, pero esos avisos son gratuitos.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- ¿Es un canje?

El señor OJEDA.- No. Se trata de una contribución a la Armada por su generosidad al invitarme a ese curso.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- En el momento que nos corresponda redactar el informe, con su experiencia, qué medida recomendaría para abordar la discriminación que existe en la asignación de gastos en publicidad. ¿Qué directrices propone al respecto? ¿Qué parámetros son necesarios para que esa distribución sea más justa en el futuro?

El señor OJEDA.- Un paréntesis antes de responder esas preguntas.

Dije que me parecía que el estudio que acompaña a esta investigación está bien hecho, es objetivo, porque reconoce que hay una conducta más funcional en el caso del Banco Estado y de la Polla. Efectivamente, de esas empresas del Estado hemos captado algo de avisaje, pero son la excepción.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- Puede ser por volumen. Las empresas que más gastan pueden ser las que, aparentemente, lo hacen de forma más transparente, lo que no quiere decir que estén actuando correctamente, por ejemplo, si el Ministerio de Educación invierte cien pesos y la Polla un millón de pesos es evidente que esta última, en algún momento, tiene que empezar a distribuir sus recursos entre más avisadores. La Polla tiene un comportamiento más profesional, porque su negocio es el marketing, ya que si no invierte, no existe.

El señor OJEDA.- El Banco Estado ha tenido una conducta más profesional.

Ahora, respecto a las preguntas del diputado Dittborn, me parece que las opciones planteadas son un buen camino. Creo que debe existir un aporte mínimo parejo.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- El tope máximo es más complejo. El mínimo garantiza la transparencia y el máximo el pluralismo.

El señor OJEDA.- Debe haber un monto mínimo de inversión en los diversos medios escritos.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Sí, pero montos mínimos para aquellos medios que me ayuden a cumplir con mi objetivo.

El señor OJEDA.- Por supuesto, dependiendo de que trate la publicación. Creo que eso sería lo menos arbitrario de parte del Estado y le permitiría cumplir un mejor rol en términos de asignación de recursos publicitarios. Debería haber un colchón mínimo, por así decirlo, ya que recibir siempre cero no es justo para nadie.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Son como cuarenta años sin recibir un peso de la inversión que el Estado realiza en avisaje. No parece justo.

En todo caso, señores diputados -para los que no estaban presentes en ese momento-, le hice un comentario a nuestro invitado que no le gustó mucho. Le dije que cuando uno mira el cuadro del gasto del Estado en avisaje, ve que el competidor más directo de Estrategia, el Diario Financiero, sólo recibe el 1 por ciento y que, por tanto, el rango de discriminación es de cero a 1 por ciento.

El señor OJEDA.- No. Esa comparación no es correcta, porque lo cierto es que no estamos compitiendo en contra de un diario, sino de grandes grupos económicos que tienen un enorme poder. Ésa es la realidad.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Pero si seguimos con mi comparación, pero esta vez referida a la inversión del sector privado en publicidad, Estrategia le gana al Diario Financiero, ya que recibe el 7,17 por ciento de esa inversión, contra un 5,40 por ciento de su competidor. Eso quiere decir que el sector privado privilegia a Estrategia.

El señor OJEDA.- Eso está claro.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Ése debe ser un mal indicador para el grupo Claro y probablemente un indicio de que el Estado es presionable.

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI.- Es la misma anomalía que en el diario La Nación o de TVN.

El señor OJEDA.- Pero además revela otra cosa: que, de una u otra manera, el Estado se subordina a los grandes intereses. Ésa es la tendencia. Parece que la gente que llega al poder se obnubila y subordina a los grandes intereses.

El señor ENRIQUEZ-OMINAMI.- Lo que se ha hecho es un eufemismo. Como Megatime ya no presta servicios al Gobierno y no hay mecanismos de verificación del avisaje *ex post*, el Estado no tiene instrumentos para establecer criterios verificables. Desde 1990, esto es, desde el gobierno de Patricio Aylwin, el Estado dejó de contratar los servicios de Megatime como verificador de avisaje. Eso sí lo tenía la dictadura, que es uno de sus atributos positivos.

Hoy las autoridades toman sus decisiones de inversión por intuición. Por ejemplo, cuando nos visitó la contralora general de la República, le preguntamos si publicaban avisos en la prensa y nos dijo que muy poco. Luego le preguntamos en qué diario lo hacían y nos respondió que en El Mercurio. Le consultamos por qué lo hacía en ese diario y nos respondió que porque era el más leído, así que le preguntamos cómo había llegado a esa convicción, a lo cual nos respondió: "Así dicen."

Le tengo gran aprecio y cariño a la señora contralora, pero si ella no tiene los instrumentos para tomar esas decisiones, la pregunta es quién los tiene.

El señor OJEDA.- Quiero hacer un último comentario, señor Presidente. Debo reconocer que esta ausencia de inversión publicitaria del Estado en Estrategia, en nuestra empresa, también tiene una cierta ventaja, pues nos ha permitido mantener siempre una postura independiente, objetiva, clara, categórica y con mucho carácter. Eso ocurrió durante el gobierno militar, como le constará al diputado Dittborn. ¿Era así o no, diputado Dittborn?

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Era así.

El señor OJEDA.- Fue así y ha seguido siendo así durante todos los gobiernos de la Concertación.

Ésa ha sido nuestra postura y no hemos sentido más libres para opinar con carácter sobre las cosas que consideramos que están mal y apoyar aquellas que en nuestra opinión están bien.

Entonces, ésa ha sido una ventaja. Diría que ha sido un privilegio vivir esta especie de independencia.

El señor DITTBORN (Presidente accidental).- Muchas gracias.

¿Alguna otra pregunta?

Señor Ojeda, agradecemos su asistencia a la Comisión.

Se suspende la sesión.

-Se retira de la Sala el señor Víctor Manuel Ojeda.

-Transcurrido el tiempo de suspensión:

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Se reanuda la sesión.

Señores diputados, hoy es la última sesión de la Comisión, antes de salir de vacaciones. Quiero que hagamos un cronograma de trabajo. Hay un conjunto de medios de comunicación que quiere ser recibido por la Comisión. Por ejemplo, el Colegio de Periodistas, la Radio Nuevo Mundo, el diario El Periodista.

El señor Secretario queda facultado para hacer la agenda de trabajo.

Sugiero que en los meses de marzo y abril nos dediquemos sólo a audiencias, porque nos quedan varios puntos que tratar.

A mi juicio, nos ha faltado conocer el tema de los municipios y de los gobiernos regionales. Ya hemos citado al intendente de la Cuarta Región, al

seremi de Gobierno y al presidente de la Asociación de Municipalidades. Tenemos el episodio de la papelería que, a mi juicio, también es relevante.

El señor DITTBORN.- ¿Qué es eso?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- De los 22 mil millones que gastó el Estado en 2005, 7 mil millones fueron en papelería. El Parlamento hoy tiene una crisis evidente de la falta de comunicación de las leyes que se aprueban. Algunos diputados no están al tanto de algunas de ellas y que nos incumben, como, por ejemplo, la N° 20.088, que nos impide contratar parientes, salvo que sean autorizados por la Cámara.

Esos 7 mil millones de pesos en papelería serían una tremenda oportunidad para contribuir a la comunicabilidad de las leyes o de las políticas públicas. Muchos de ellos pertenecen solamente a las memorias. Hay un capítulo pendiente.

El señor DITTBORN.- Señor Presidente, uno de los capítulos importantes del informe final es el tema de las propuestas. Al respecto, ¿hay legislación comparada?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Sí. Además, he avanzado por mi cuenta con la Fundación Proacceso, que se ha dedicado sistemáticamente al tema. Ellos hicieron una exposición en la Comisión, con la legislación comparada canadiense, brasilera y en Argentina se hizo sobre esto un enorme episodio. También entregaron un folleto que haremos llegar a los miembros de la Comisión.

El señor DITTBORN.- ¿Es posible que me haga llegar esa información a mi oficina?

El señor ENRÍQUEZ-OMINAMI (Presidente).- Muy bien.

En el informe de las propuestas vamos a hacer sugerencias legislativas. Por ejemplo, en el tema de ChileCompra, la ley es muy pasiva, etcétera.

Por último, la Secretaría hará llegar a los señores diputados el listado de los invitados pendientes.

Por haber cumplido con su objeto, se levanta la sesión.

-Se levantó la sesión a las 11.34 horas.

CLAUDIO GUZMÁN AHUMADA,
Redactor
Jefe de Taquígrafos de Comisiones.