

Avanzando hacia Compras Públicas Estratégicas en América Latina y el Caribe

Compras públicas para apoyar a:

- ✓ micro, pequeñas y medianas empresas
- ✓ la equidad de género
- ✓ la economía de triple impacto
- ✓ la agricultura familia

Esta publicación es un suplemento del *Manual de la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG): Implementando Compras Públicas Sostenibles en América Latina y el Caribe*



© 2020 Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenibles (IISD siglas en Inglés)

Publicado por la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenibles.

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 IGO ([CC BY-NC-ND 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/))

Aviso: Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista de la Secretaría General de la OEA, ni de los Estados Miembros de la OEA.

Avanzando hacia Compras Públicas Estratégicas en América Latina y el Caribe

Marzo 2020

Esta publicación es un suplemento del *Manual de la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG): Implementando Compras Públicas Sostenibles en América Latina y el Caribe*

OAS Cataloging-in-Publication Data

Avanzando hacia compras públicas estratégicas en América Latina y el Caribe / publicado por la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos y el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible.

p. ; cm. (OAS. Documentos oficiales ; OEA/Ser.D/XXVII.4) ISBN 978-0-8270-6998-5 1. Public contracts—Latin America. 2. Public contracts—Caribbean Area. I. Organization of American States. Department for Effective Public Management. II. International Institute for Sustainable Development. III. Casier, Liesbeth. IV. Ruete, Marina. V. Red Interamericana de Compras Gubernamentales. VI. Series.



Organization of American States

La Organización de los Estados Americanos es el organismo regional más antiguo del mundo, cuyo origen se remonta a la Primera Conferencia Internacional Americana, celebrada en Washington, D.C., de octubre de 1889 a abril de 1890. En esta reunión, se acordó crear la Unión Internacional de Repúblicas Americanas y se empezó a tejer una red de disposiciones e instituciones que llegaría a conocerse como “sistema interamericano”, el más antiguo sistema institucional internacional.

La Organización fue fundada con el objetivo de lograr en sus Estados Miembros, como lo estipula el Artículo 1 de la Carta, "un orden de paz y de justicia, fomentar su solidaridad, robustecer su colaboración y defender su soberanía, su integridad territorial y su independencia".

Hoy en día, la OEA reúne a los 35 Estados independientes de las Américas y constituye el principal foro gubernamental político, jurídico y social del Hemisferio. Además, ha otorgado el estatus de Observador Permanente a 69 Estados, así como a la Unión Europea (UE).

La OEA se desempeña como Secretaría Técnica de la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG) desde el 2008

17th Street and Constitution Ave., NW, Washington, D.C., 20006-4499, Estados Unidos de América
☎ +1 (202) 370-5000 | 🌐 oas.org | 🐦 @oas_official

International Institute for Sustainable Development

El Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (International Institute for Sustainable Development, IISD) es un grupo independiente de expertos, líder en soluciones sostenibles para los problemas del siglo XXI. Nuestra misión es promover el desarrollo humano y la sostenibilidad ambiental. Lo hacemos mediante productos de conocimiento, análisis e investigación que respaldan una sólida elaboración de políticas. Tenemos una perspectiva amplia que nos permite abordar las causas principales de algunos de los mayores desafíos que enfrenta nuestro planeta hoy en día: la destrucción ecológica, la exclusión social, leyes y reglas económicas injustas y el cambio climático. El personal del IISD está compuesto por más de 120 integrantes, y más de 50 socios y 100 consultores de todo el mundo y de diversas disciplinas. Nuestro trabajo influye en la vida de las personas de casi 100 países. Siendo en parte un grupo científico y, en parte, estratega, el IISD proporciona los conocimientos necesarios para actuar.

El IISD está registrado como organización caritativa en Canadá y tiene el estatus 501(c)(3) en los Estados Unidos. Las actividades del IISD están fundamentalmente respaldadas por la provincia de Manitoba. Asimismo, el Instituto recibe fondos para proyectos de parte de diversos Gobiernos dentro y fuera de Canadá, agencias de las Naciones Unidas, fundaciones, el sector privado y ciudadanos particulares.

111 Lombard Avenue, Suite 325, Winnipeg, Manitoba, Canada R3B 0T4
☎ +1 (204) 958-7700 | 🌐 iisd.org | 🐦 @IISD_news



Agradecimientos

Esta publicación ha sido elaborada gracias al apoyo institucional y financiero de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) del Canadá, en el marco de la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG).

Autores:

- Liesbeth Casier, Asesora de Política del Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (IISD)
- Marina Ruete, Asesora Jurídica Internacional del IISD

Coordinadores:

- Carolina Robino, Especialista Principal de Programa en el IDRC de Canadá (REVR)
- Helena Fonseca, Coordinadora del Programa de Compras Públicas, Departamento de Gestión Pública Efectiva, OEA/Secretaría Técnica de la RICG (REVR)
- Hugo Inga, Departamento de Gestión Pública Efectiva, OEA (REVR)

Reconocimientos especiales

La OEA, el IDRC y el IISD desean reconocer el compromiso y la colaboración de los organismos de compras de Chile, la República Dominicana, Paraguay y otros expertos en compras públicas sostenibles, y les agradecen que hayan proporcionado información valiosa para elaborar esta publicación. Se agradece especialmente a:

- Claudia Ahumada (ChileCompra, Chile)
- Dahiana Celine Goris (Dirección General de Contratación Pública, República Dominicana)
- Melinna Vázquez Benítez (Dirección Nacional de Contrataciones Públicas, Paraguay)
- Luis Fernanço Insúa Lesme (Dirección Nacional de Contrataciones Públicas, Paraguay)
- Soledad Noel (Sistema B, Argentina) (REVR)
- Franco De Pasquale (Ciudad de Mendoza, Argentina) (REVR)

También queremos agradecer a Laurin Wuennenberg (IISD) por proporcionar comentarios y revisar este documento y a Sergio Lago por su edición final en español.





Contenido

- 1.0 Introducción 1**
- 2.0 Estudios de casos 4**
 - 2.1 Compras públicas de micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana 4
 - 2.1.1 Antecedentes..... 4
 - 2.1.2 Compras públicas dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas 4
 - 2.1.3 Estrategia de compras y reformas..... 4
 - 2.1.4 Desafíos 7
 - 2.1.5 Conclusiones 8
 - 2.2 Compras públicas de la agricultura familiar en el Paraguay 9
 - 2.2.1 Antecedentes 9
 - 2.2.2 Compras públicas dirigidas a la agricultura familiar 9
 - 2.2.3 Compras públicas para apoyar la reducción de la pobreza rural 10
 - 2.2.4 Estrategia de compras y las reformas 10
 - 2.2.5 Desafíos..... 12
 - 2.2.6 Conclusiones 13
 - 2.3 Compras públicas de Empresas B en la provincia de Mendoza (Argentina) 14
 - 2.3.1 Antecedentes 14
 - 2.3.2 Compras públicas dirigida a las empresas B 14
 - 2.3.3 Liderazgo de Mendoza para apoyar las CPS 15
 - 2.3.4 Estrategia de compras y reformas 16
 - 2.3.5 Conclusiones 18
 - 2.4 Compras públicas de empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres en Chile 19
 - 2.4.1 Antecedentes 19
 - 2.4.2 Compras públicas dirigida a empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres..... 19
 - 2.4.3 Estrategia de compras y reformas 21
 - 2.4.4 Desafíos 23
 - 2.4.5 Conclusiones 23
- 3.0 Lecciones aprendidas 25**
- Referencias 28**



Acrónimos y abreviaturas

ALC	América Latina y el Caribe
CDRI	Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo
CIA	Central Intelligence Agency/Agencia Central de Inteligencia
CPS	Compras Públicas Sostenibles
DGCP	Dirección General de Contrataciones Públicas
DNCP	Dirección Nacional de Contrataciones Públicas
EdI	Expresión de interés
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
PIB	Producto Interno Bruto
IDRC	International Development Research Centre
MICI	Ministerio de Industria y Comercio
MIPYMES	Micro, pequeñas y medianas empresas
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
RICG	Red Interamericana de Compras Gubernamentales

1.0 Introducción





1.0 Introducción

Esta publicación se basa en el Manual de la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG): Implementando Compras Públicas Sostenibles en América Latina y el Caribe (Casier et al., 2015). Este manual se publicó en 2015 con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo del Canadá para la RICG. Su objetivo era sensibilizar y promover la aplicación de las compras públicas sostenibles (SPP) en América Latina y el Caribe (ALC).

Desde entonces, ALC ha avanzado mucho: varios planes nacionales de desarrollo incluyen las CPS, se han elaborado criterios para comprar bienes y servicios más ecológicos y sostenibles, y el debate sobre las CPS se está llevando a cabo en los niveles y agencias subnacionales. También se ha incrementado el uso de eco-etiquetas (One Planet Network, s.d.).

Sin embargo, el cambio transformador que requieren las compras públicas para ser un motor estratégico para el desarrollo sostenible no se ha producido.

El siguiente paso es elevar la función de las compras de un instrumento administrativo a un instrumento gubernamental más estratégico. Dado que las compras públicas representan, en promedio, entre el 15% y el 20% del PIB, los Gobiernos tienen la oportunidad de dirigir este gasto público para responder a las deficiencias de la economía y la sociedad. En última instancia, esto puede ayudar a los países a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por lo tanto, las CPS son más que sólo usar criterios sociales y ambientales en las especificaciones de las licitaciones. Se trata de repensar y redefinir lo que los ciudadanos necesitan y cómo esos objetivos pueden ser alcanzados de la manera más costo-eficiente. Este cambio de mentalidad de las compras como función de apoyo a las políticas públicas requiere un enfoque sistémico para identificar a los principales interesados y definir las intervenciones para reformar y mejorar las instituciones, las competencias y los marcos que rigen actualmente las compras gubernamentales.

La figura 1 ilustra el estado actual de las intervenciones que hemos visto en la región de ALC. También indica en qué debería centrarse la reforma de las compras públicas en la región de ALC para aprovechar plenamente el potencial estratégico de las compras públicas.

En el presente informe se utilizan cuatro estudios de casos de la región para ilustrar la forma de llevar a cabo la reforma de las compras públicas. Cada uno de ellos ha transformado las compras públicas para ofrecer una estrategia de gobierno más amplia y para conseguir un mejor valor por dinero para los ciudadanos. Después de una descripción de los estudios de casos, este informe concluirá con las lecciones clave para adoptar un enfoque sistémico para la implementación con éxito de las CPS.

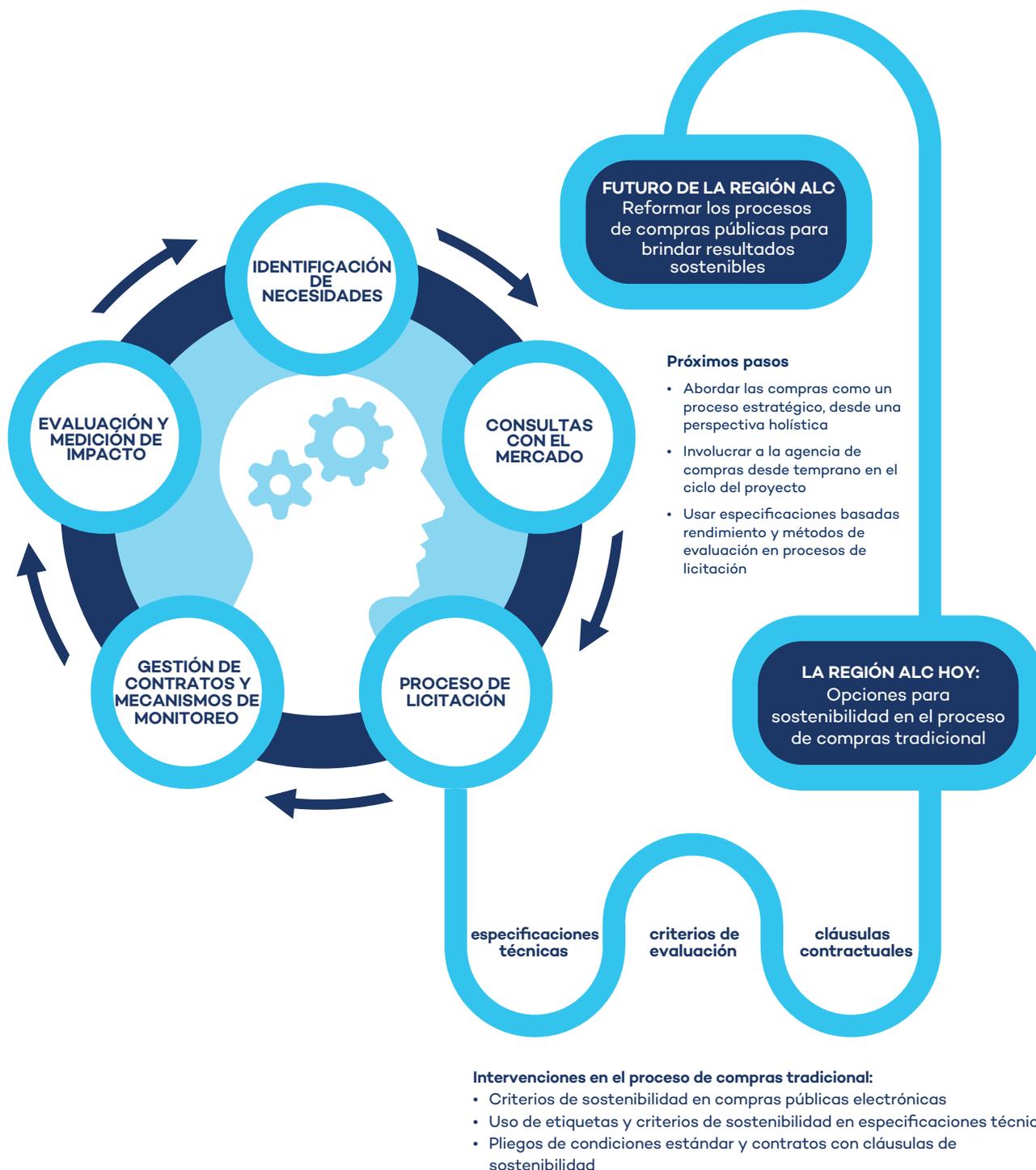


Figure 1. Reforma estratégica de las compras públicas

PESCADER

2.0 Estudios de casos

809-885 ~ 36 80

Francisco





2.0 Estudios de casos

2.1 Compras públicas de micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana

2.1.1 Antecedentes

La República Dominicana es una isla del Caribe con una población de 10 millones de habitantes, en la que el 50% de la población recibe menos de una quinta parte del PIB. La desigualdad de ingresos, el desempleo y el subempleo han sido desafíos a largo plazo para el país (Agencia Central de Inteligencia [CIA], s.f.b).

Las compras públicas en la República Dominicana representan aproximadamente el 12,2% del PIB (CIA, s.f.). En 2017, el gasto total del Gobierno fue de aproximadamente 4.175 millones de dólares (Dirección General de Contrataciones Públicas [DGCP], 2018).

2.1.2 Compras públicas dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son las principales impulsoras del empleo en la región de ALC (DGCP, 2018). También son proveedores clave de bienes y servicios en las economías. En la economía dominicana existen 1.473.354 MIPYMES que representan el 38,6% del PIB (Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES, 2016) y el 54,5% del empleo total del país (FondoMicro, 2017).

En 2012, el Presidente Danilo Medina puso en marcha una política nacional de apoyo a las MIPYMES, ya que son una fuente de trabajo decente y un motor esencial para la mitigación de la pobreza. Además, la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (Ley 1-12) exige expresamente la adopción de medidas legislativas para fortalecer las compras públicas de las MIPYMES.

El apoyo político de alto nivel del Presidente hizo que la DGCP incluyera la promoción de las MIPYMES como uno de los tres objetivos principales en su Plan Nacional Plurianual del Sector Público para 2013-2016 y posteriormente en su plan 2016-2020. Desde entonces, el número de MIPYMES que abastecen al Gobierno creció en un 300% (comunicación personal, Dahiana Celine Goris [DGCP], septiembre-octubre, 2019).

2.1.3 Estrategia de compras y reformas

Para la estrategia de la DGCP se eligió un enfoque sistémico para aumentar el acceso de las MIPYMES al mercado de las compras públicas:

- Se amplió el grupo de partes interesadas que participan en el sistema de compras públicas para incluir no sólo a los agentes de compras sino también a las MIPYME proveedoras, los coordinadores de los ministerios sectoriales (por ejemplo, el Ministerio de Industria y Comercio) y los ciudadanos para el monitoreo y la recopilación de información sobre los bienes y servicios adquiridos. La colaboración con un grupo más amplio de interesados permitió mejorar la coordinación y ampliar el número de interesados que se esforzaban por alcanzar el mismo objetivo.
- Llevó a cabo una serie de actividades que contribuyeron a un cambio en el sistema de compras públicas (que se explica más adelante).

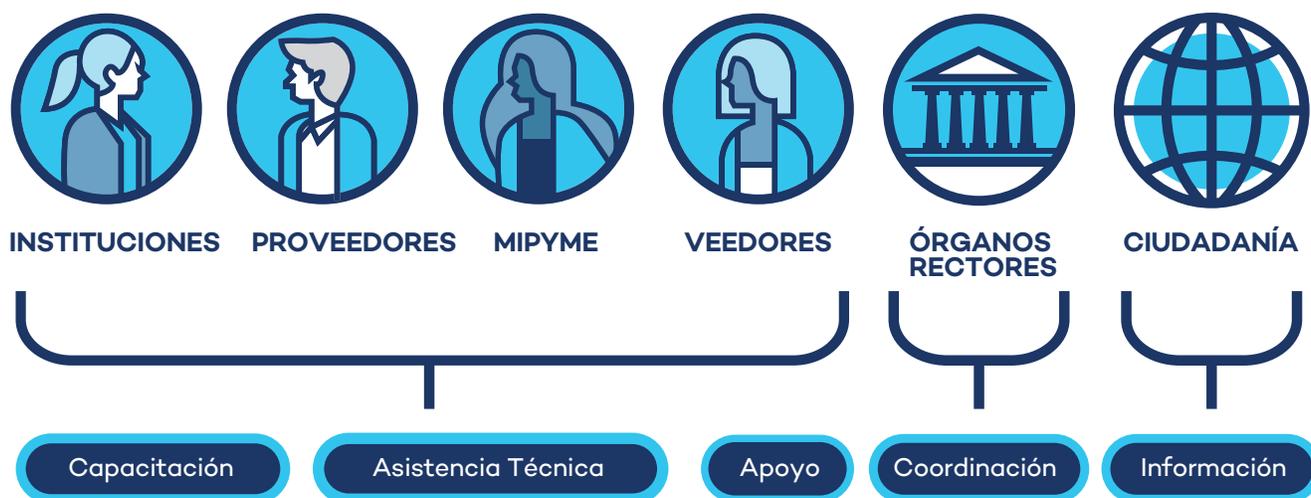


Figure 2. Las partes interesadas y su rol en el mejoramiento en el acceso de las MIPYMES al mercado de compras públicas

Fuente: Comunicación persona, Dahiana Celine Goris (DGCP), septiembre-octubre, 2019

Estudios preliminares

La DGCP encargó varios estudios para comprender mejor los desafíos de las MIPYMES en las compras públicas. Estos estudios incluyeron:

- **Una evaluación institucional** que mostró desafíos tales como la falta de organización entre las partes interesadas del Gobierno, instituciones que no cumplen con la legislación sobre contrataciones públicas y procesos de compras que no se publican (DGCP, 2014).
- **Una evaluación del mercado** para comprender la variedad y disponibilidad de los productos y servicios ofrecidos por las MIPYMES (BID et al., 2015).
- **Una evaluación de las barreras de acceso al mercado** que determinó que la economía informal, los bajos niveles de asociación empresarial y la falta de comprensión de las oportunidades de negocio son las barreras más importantes para que las MIPYMES entren en el mercado de las compras públicas (DGCP, 2019).

Basándose en las evaluaciones, la DGCP desarrolló su Plan Estratégico Institucional. Una de las prioridades del plan era el establecimiento de un programa de compras preferenciales para las MIPYMES.

Compras preferentes a las MIPYMES

Una serie de instrumentos jurídicos y de políticas establecieron un programa de compras preferenciales a las MIPYMES a fin de aumentar su participación en el proceso de compras.

- La Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones (la "Ley de Compras Públicas") incluye un principio de participación que considera explícitamente la participación de las MIPYMES. También permite expresamente las compras preferentes a las MIPYMES.



- La Ley No 488-08 establece el Régimen Regulatorio para el Desarrollo y la Competitividad de las MIPYMES. Obliga a los organismos gubernamentales a comprar el 15% de todos los bienes y servicios de las MIPYMES y obliga a que el 20% de este porcentaje sea de MIPYMES dirigidas por mujeres. Actualmente el sistema de compras dominicano cumple con este porcentaje en la práctica, incluso dando una mayor participación a las microempresas (DGCP, 2019). Estas cuotas obligatorias en la legislación son parte esencial del programa preferencial.
- El Decreto 543-12 aplica la Ley de Compras Públicas. Prevé reservar el 20% del presupuesto institucional para las compras a las MIPYMES. También se permite a estas instituciones recibir ofertas parciales de las MIPYMES para las licitaciones públicas que se financian con el 80% restante del presupuesto de compras. Las MIPYMES necesitan una certificación para participar en el proceso de compras. La certificación es expedida por el Ministerio de Industria y Comercio.

Abordando las barreras de acceso mediante otros mecanismos

Además del sistema de cuotas del programa de compras preferenciales, el Gobierno también alienta a las MIPYMES a participar en consorcios y/o asociaciones para presentar una oferta. En la legislación más reciente, los agentes de compras pueden dividir las grandes licitaciones en lotes y permitir que las MIPYME presenten ofertas parciales. Esto facilita el acceso de las MIPYMES a las compras públicas porque, aunque a menudo no tienen la capacidad financiera y de recursos humanos para entregar grandes contratos, pueden entregar partes de ellos sin tener que cubrir por sí solas todo el alcance de una compra.

Por último, los agentes de compra pueden optar por emitir un procedimiento de licitación específico para las MIPYMES antes de emitir un llamado a licitación general. Si el agente de compra indica que la convocatoria está destinada a las MIPYMES, los oferentes interesados que cumplan este requisito pueden presentar una expresión de interés (EdI) en un plazo de cinco días hábiles. El agente de compra debe recibir un mínimo de tres EdI de las MIPYMES para garantizar un proceso de licitación competitivo. Si no se cumple ese requisito, la convocatoria se abrirá a todos los oferentes interesados, incluidas las grandes empresas.

Capacitación y asistencia técnica

La Ley de Compras Públicas establece un equilibrio entre el fomento de la participación de las MIPYMES y el reconocimiento de sus limitadas capacidades financieras y tecnológicas. Por lo tanto, también establece el objetivo de "elevar sus capacidades competitivas". La DGCP inició una campaña en todo el país para incentivar la participación de las MIPYMES en las compras públicas. Como resultado, 35.231 MIPYMES participaron en actividades de capacitación, de las cuales 15.000 fueron a MIPYMES dirigidas por mujeres (DGCP, 2019).

La capacitación se centra en el marco jurídico, los pliegos de condiciones estándar y la utilización de la plataforma de compras en línea. La DGCP, junto con otras instituciones gubernamentales, ha tratado de llegar a todas las regiones del país, especialmente a las más pobres.

Como complemento de las actividades de capacitación, la DGCP ofrece asistencia técnica para orientar a los proveedores y agentes de compras públicas en determinadas licitaciones públicas. Esta asistencia es un instrumento importante para que las MIPYMES superen su escepticismo en la contratación con el sector público y les ayuda a dar el primer paso para convertirse en proveedores del Gobierno.



Utilización del Portal Transaccional en Línea y las Nuevas Tecnologías de la Información

La DGCP informa a los agentes de compras públicos sobre los productos y servicios ofrecidos por las MIPYMEs en una plataforma de compras en línea. Este catálogo también está disponible en la página web de la DGCP.¹ La plataforma en línea permite a las MIPYMEs acceder a la información necesaria sobre las llamadas que solicitan sus productos y servicios. En julio de 2019, 292 instituciones públicas eran usuarias registradas del portal transaccional, en la que se presentaron 104.011 ofertas y 56.258 contratos adjudicados (DGCP, 2019). Los proveedores también pueden utilizar la aplicación móvil (Android e iOS) ComprasRD para chequear las convocatorias abiertas.

Registro de MIPYMEs

El proceso de compras públicas está vinculado a una base de datos de MIPYMEs formales e informales que proporciona a los agentes de compra información pertinente sobre las MIPYMEs. La base de datos está alojada y actualizada por el Ministerio de Industria y Comercio (MICI) y el Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la MIPYME (Gobierno de la República Dominicana, 2012). Los agentes de compra deben chequear el registro cada vez que se lanza una licitación para examinar las ofertas de las MIPYMEs en ese sector. Esta actividad de investigación de mercado informa a los agentes de compra sobre los bienes y servicios existentes que ofrecen las MIPYMEs. También cruza la información entre la DGCP y la MICI. Cuando las MIPYMEs se registran de manera informal para ser proveedoras y acceder al mercado público, el MICI puede identificarlas y apoyarlas en el proceso de formalización.

Estrategia de comunicación

Cada entidad gubernamental publica su plan anual de compras en la plataforma en línea del DGCP. Además, deben enviar su plan anual de compras al Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la MIPYME para que este pueda crear y promover publicidad y divulgación que permita a las MIPYMEs identificar oportunidades de negocio con el Estado y preparar sus ofertas con el debido tiempo.

Procesos de pago a medida

El ajuste de los procesos de pago es fundamental para responder a las necesidades y limitaciones de financiación de las MIPYMEs, que por lo general no pueden financiar grandes cantidades de producción por adelantado. Para responder a este desafío, la entidad adjudicadora debe pagar a la MIPYME adjudicataria un anticipo inicial del 20% del valor del contrato, para fortalecer su capacidad de inversión contra la presentación de una garantía.

El DGCP revisó las condiciones y procesos de pago para responder a la necesidad de las MIPYMEs de recibir los pagos a tiempo. Se estableció un nuevo proceso que certifica, antes del proceso de adquisición, si una entidad gubernamental tiene suficientes recursos para pagar por adelantado esa adquisición específica. No se puede emitir un llamado a licitación sin este certificado, que se publica en el portal transaccional para informar a las MIPYMEs (Gobierno de la República Dominicana, 2017).

2.1.4 Desafíos

A pesar del éxito del programa y del aumento de la tasa de participación de las PYMES en las compras públicas, sigue habiendo problemas. Se están realizando esfuerzos para resolverlos, entre los que cabe

¹ Este catálogo está disponible en la página de la DGCP: <https://comunidad.comprasdominicana.gob.do/Public/Tendering/ContractNoticeManagement/Index>



mencionar la promoción de un mayor registro fiscal de las MIPYME y la formalización, evitar la concentración de ofertas de unos pocos proveedores, la promoción del registro de las MIPYME en el sistema de compras públicas, la elaboración de especificaciones técnicas y criterios de evaluación más transparentes y la continua investigación sobre el mercado de las MIPYMEs.

El Plan Estratégico Institucional 2018-2020 se basa en los éxitos obtenidos al involucrar a más MIPYMEs en las compras públicas en la República Dominicana. Incluye el establecimiento de una plataforma en línea para capacitaciones, la mejora del portal transaccional existente, la expansión territorial del programa de MIPYMEs para alentar a los municipios a que realicen sus compras de las MIPYMEs, y una mayor promoción de la integración de las MIPYMEs en la cadena de valor de los grandes proveedores gubernamentales.

2.1.5 Conclusiones

En la República Dominicana, el apoyo político a la integración de las MIPYMEs en las compras públicas ha contribuido ciertamente a que los organismos de compras superen las metas y cuotas de los programas preferenciales. Ahora, las MIPYMEs están en el centro de las compras públicas dominicanas. Su participación creció de 9.555 MIPYMEs en 2012 a 36.538 en julio de 2019, un crecimiento de más del 380%.

El país y la DGCP han sido proactivos en el uso de un arsenal diverso de herramientas y mecanismos para promover a las MIPYMEs como proveedoras gubernamentales preferidas (desde cuotas hasta capacitación). Esa diversidad tiene como resultado un impacto a gran escala. La "Estrategia Dominicana" se está replicando actualmente en Honduras, El Salvador, Panamá y Guatemala.

Este estudio de caso muestra que la voluntad política de los más altos niveles puede hacer que las compras públicas tradicionales pasen a tener una función estratégica que ofrezca un mayor valor por dinero. También demuestra cómo las compras públicas pueden utilizarse estratégicamente como instrumento de política para hacer frente a los desafíos de la sociedad. Las MIPYMEs son actores clave en la economía para crear nuevas oportunidades de empleo y reducir la pobreza en las regiones en las que se encuentran. Por lo tanto, la asignación selectiva de los presupuestos públicos para la compra de bienes y servicios de las MIPYMEs ayuda a abordar los problemas del desempleo y pobreza, fortaleciendo las economías locales.





2.2 Compras públicas de la agricultura familiar en el Paraguay

2.2.1 Antecedentes

El Paraguay es un país sin litoral con una población de 7 millones de habitantes (CIA, s.f. c). La agricultura y la ganadería son los sectores económicos más importantes, y la agricultura sola representó el 17,9% del PIB en 2017 (CIA, s.f. c). A pesar del crecimiento del sector agrícola, la tasa de pobreza no ha disminuido entre los pequeños agricultores. Los niveles de educación son bajos entre los productores, y los pequeños agricultores tienen dificultades para acceder a los mercados, el crédito y la tecnología para sustentar y ampliar su negocio (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], 2019a).

Este estudio de caso se centra en el uso de las compras públicas para apoyar la agricultura de pequeña escala e impulsada por familias en el Paraguay, que representa alrededor del 90% de los agricultores paraguayos (Banco Mundial, 2019). Ese apoyo tiene como objetivo de reducir la pobreza, apoyar los medios de vida sostenibles y garantizar la seguridad alimentaria.

2.2.2 Compras públicas dirigidas a la agricultura familiar

El principal objetivo de la política de agricultura familiar de Paraguay es el alivio de la pobreza. La FAO define la agricultura familiar como "forma de organizar la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, acuicultura y pastoreo, que es administrada y operada por una familia y, sobre todo, que depende preponderantemente del trabajo familiar, tanto de mujeres como hombres. La familia y la granja están vinculados, co-evolucionan y combinan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales" (FAO, 2014).

Una serie de factores combinados hacen de la agricultura familiar una importante esfera de interés para el Gobierno del Paraguay: (i) 40,2% de la población del Paraguay vive en zonas rurales; (ii) 33,8% de la población rural vive en la pobreza (FAO, 2019b); (iii) la agricultura familiar representa el 90% de toda la actividad agrícola del Paraguay; y (iv) el crecimiento de la agricultura comercial en las zonas rurales en la última década no ha beneficiado a la agricultura familiar (Banco Mundial, 2019).

En 2015 el Gobierno decidió vincular los programas de alivio de la pobreza en el sector agrícola con los programas de alimentación escolar para las escuelas públicas a través de las compras públicas mediante la adquisición de alimentos de la agricultura familiar. Un paso importante para los agentes de compra del programa de alimentos fue entender el significado de "agricultura familiar". Comenzaron con la definición del Ministerio de Agricultura como "una actividad productiva rural que se ejecuta utilizando principalmente la fuerza de trabajo familiar para la producción de un predio" (Comunicación personal, J. Gamarra, septiembre 2019).

Los proveedores tenían que cumplir ciertas condiciones para calificar para el programa de agricultura familiar:

- El productor y su familia son directamente responsables de la producción.
- La mayoría de los ingresos de la familia provienen de la producción agrícola en el predio.
- La mano de obra principal es la familia del productor/a.
- La unidad productiva no puede contratar a más de 20 jornaleros durante el período de cosecha.
- La tierra debe ser menor de 50 hectáreas en la región oriental o 500 hectáreas en la región occidental del país.



Con un objetivo claro y una política en el centro de los planes de desarrollo del Gobierno, las compras públicas se convirtieron en un instrumento estratégico, un motor de la más amplia política agrícola.

2.2.3 Compras públicas para apoyar la reducción de la pobreza rural

Basándose en el éxito de la vinculación de los programas de alimentación escolar con la agricultura familiar, el Gobierno tomó nuevas medidas para fortalecer los vínculos entre las compras públicas y la agricultura familiar. La Figura 3 ofrece una visión general de los diferentes programas, iniciativas y reformas legislativas.



Figura 3. Visión general de los programas, iniciativas y reformas legislativas para las compras de la agricultura familiar

*DNCP: Dirección Nacional de Contrataciones Públicas

En 2013 el Gobierno lanzó el Programa Nacional de Reducción de la Pobreza. Dentro de este programa, se creó la iniciativa Sembrando Oportunidades. La iniciativa tiene por objeto aumentar los ingresos y el acceso a los servicios sociales de las familias en condiciones de vulnerabilidad. En relación con la agricultura familiar, la iniciativa se centró en la creación de oportunidades de acceso al mercado, incluido el mercado de compras públicas (República del Paraguay, s.f.). Se aprobó un decreto para simplificar el proceso de adquisiciones a fin de facilitar la adquisición de alimentos sanos y frescos procedentes de la agricultura familiar para los almuerzos y refrigerios de las escuelas (Gobierno del Paraguay, 2013). El éxito de la iniciativa dio lugar a la introducción de las compras públicas de productos de la agricultura familiar en los comedores de los hospitales y otras entidades públicas.

En 2014, la Dirección Nacional de Contratación Pública (DNCP) promulgó una resolución para aplicar un proceso simplificado para las compras de la agricultura familiar, como se describe a continuación. Esta combinación de programas e iniciativas formó el Programa de Compras Públicas para la Agricultura Familiar (Gobierno de Paraguay, 2014).

2.2.4 Estrategia de compras y reformas

Reformas normativas

Antes de las reformas, el proceso de compras no fomentaba la participación de los proveedores en pequeña escala, que carecían de la capacidad administrativa y financiera para presentar ofertas para contratos públicos. El Decreto 1056/13 y la Resolución No. 178 reformaron el proceso de compras para



permitir las compras directas y simplificaron las compras indirectas cuando se trataba de compras a los productores agrícolas familiares. Esta simplificación del proceso de compras permitió la participación de los pequeños productores familiares en las licitaciones públicas.

Mediante regulación se diseñaron dos métodos de compra:

- (i) **Compra directa:** La agencia de compra puede comprar determinados productos de la agricultura familiar directamente al productor o a la organización de productores inscritos en el Registro Nacional de Agricultura Familiar. Los proveedores individuales deben presentar una copia de su documento de identidad, y las organizaciones de productores deben presentar sus documentos de constitución (debidamente registrados) con una lista de sus miembros. El Ministerio de Agricultura y Ganadería determina los precios de referencia por cultivo, que incluyen los costos de transporte y mano de obra.

Cuando se utiliza este método de compra, tiene prioridad el mejor precio de los proveedores más cercanos al cliente. Si la demanda no puede ser cubierta totalmente por los productores locales, se adquieren los alimentos de los productores familiares de las zonas siguientes más cercanas. Cuando todavía hay demanda de la agencia de compra, se abre una nueva licitación para satisfacer la demanda. La agencia de compra hace una orden de compra (creada con la ayuda del DNCP), y el pago se hace dentro de los 30 días siguientes a la entrega.

A pesar de no ser obligatorios, los procesos de compra simplificados se utilizan ampliamente.

- (ii) **Compra indirecta:** La agencia de compra obliga a sus proveedores (por ejemplo, las empresas de catering) a comprar un porcentaje mínimo del valor del contrato a los productores agrícolas familiares. En estas circunstancias, el productor agrícola familiar es el proveedor de segundo nivel y no contrata directamente con la agencia de compra. Los programas de alimentación escolar están obligados a seguir este método de adquisición solicitando a las empresas de catering contratadas pruebas de que han comprado a un productor familiar. Este requisito de la cadena de suministro ascendente se incluye como criterio de calificación en los documentos de licitación.

Cada organismo puede establecer el porcentaje que deben cumplir las empresas de catering en cuanto a la obtención de suministros de los productores agrícolas familiares (producción disponible y cantidades de los productores locales). A continuación, el proveedor debe elegir a los productores del Registro Nacional de Agricultura Familiar y describir los productos, las zonas y las cantidades estimadas que se producen en función de la estacionalidad del producto. El porcentaje de los suministros que se obtendrán de los productores de agricultura familiar es un criterio de adjudicación.

Las reformas regulatorias se aplican a todos los organismos de compra del país, tanto a nivel central como local.

Asociaciones públicas estratégicas

Una Mesa Técnica Interinstitucional de Compras Públicas de la Agricultura Familiar, integrada por siete instituciones públicas principales, apoya el Programa de Compras Públicas para la Agricultura Familiar (Comunicación personal, Gamarra, 2019). Este grupo incluye:



- DNCP
- Ministerio de Agricultura y Ganadería
- El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, a través del Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición
- Ministerio de Educación y Ciencias
- Ministerio de Hacienda
- Secretaría de Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social
- Secretaría Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas, entre otros.

Esta mesa redonda interinstitucional trabaja conjuntamente para sensibilizar y crear capacidades públicas y privadas para aplicar el Programa de Compras Públicas para la Agricultura Familiar.

Sensibilización y creación de capacidad

Se organizaron esfuerzos de capacitación en cinco regiones (distritos de Caaguazú, Yegros, General Higinio Mirinigo, Tavaí y S.J. Nepomuceno). El grupo técnico encargado de las capacitaciones estaba integrado por la DNCP, el Ministerio de Educación y Ciencia, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición. Los talleres incluyeron el intercambio de información con los productores en relación con los métodos de compra simplificados e indirectos y el fortalecimiento de las capacidades de los proveedores para responder a las demandas del mercado. Asistieron a los talleres ciento sesenta productores y 150 instructores (*técnicos extensionistas*).

Los agentes públicos, incluidas las autoridades municipales y los agentes de compras, también recibieron capacitación sobre el programa preferencial y sobre cómo comprar de la agricultura familiar. Esta capacitación también incluyó la concientización sobre la importancia de utilizar las compras públicas para apoyar la agricultura familiar y reducir la pobreza.

Ruedas de negocios

El Ministerio de Agricultura y Ganadería ha venido celebrando ruedas de negocios en las regiones prioritarias con participantes del sector público, las empresas a las que se adjudicaron contratos mediante compras indirectas y las organizaciones de agricultura familiar. Ha sido importante que las empresas comprendan las ofertas de los productores locales de agricultura familiar. A cambio, las organizaciones de agricultura familiar pudieron comprender mejor las necesidades de las empresas. Las ruedas de negocios fomentaron una mejor colaboración en toda la cadena de suministro (comunicación personal, J. Gamarra, diciembre 2019).

2.2.5 Desafíos

En 2014 el Gobierno encontró irregularidades en los nuevos procesos de compra. En primer lugar, constató que los intermediarios entre los productores y las agencias públicas eran costosos y obstaculizaban los beneficios económicos para los productores, por lo que se promulgaron nuevas regulaciones para eliminar las intermediaciones. Ahora los productores deben inscribirse en el Registro de Agricultura Familiar, que pueden consultar las agencias de compras. El Gobierno también impuso una cuota máxima por productor a la que los compradores podían comprar para evitar una concentración de ofertas en un pequeño número de productores (FAO, 2015).



Los productores se han dado cuenta de que la publicación de los precios de referencia suele retrasarse, lo que les dificulta la preparación de las ofertas de manera oportuna. Además, los productores también han criticado los precios de referencia, ya que no reflejan las diferencias de los costos de producción a través del país.

2.2.6 Conclusiones

La intención inicial de utilizar la compra pública para apoyar la agricultura familiar, era permitir ese apoyo a través de los programas de alimentación escolar. El éxito de ese programa llevó a su expansión a hospitales, centros penitenciarios y otros organismos públicos locales que compraban alimentos y podían beneficiarse del programa. También comenzó como un criterio opcional en las licitaciones. Después de su éxito, el suministro de los productores agrícolas familiares se hizo obligatorio para todas las compras públicas de alimentos.

El Gobierno asignó PYG 40.149.863.110 en 2017 y PYG 33.291.614.825 en 2018 (aproximadamente 6 millones y 5 millones de dólares estadounidenses, respectivamente) de su poder adquisitivo a los productos de la agricultura familiar. A julio de 2019, el Registro Nacional de Agricultura Familiar contaba con 252.761 productores registrados (Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias, 2019). En 2016, por ejemplo, el 16% de las compras de alimentos fueron productos de la agricultura familiar.

El Gobierno paraguayo identificó varios beneficios multiplicadores resultantes de la compra de la agricultura familiar, entre ellos un mejor acceso al mercado para los productores de agricultura familiar, más económico en comparación con el servicio de catering escolar anterior (1,3 dólares por niño versus 3 dólares por niño) (comunicación personal, J. Gamarra, diciembre 2019), y la creación de empleo local en las empresas de servicios de catering.

El programa de agricultura familiar muestra que las compras públicas pueden conducir a abordar un objetivo social más amplio, como la reducción de la pobreza. Requiere un esfuerzo dedicado de diferentes organismos públicos, tanto los que participan en las adquisiciones como los que tienen el conocimiento sustantivo del sector al que pretende apoyar.





2.3 Compras públicas de Empresas B en la provincia de Mendoza (Argentina)

2.3.1 Antecedentes

Mendoza es la capital de la provincia de Mendoza en Argentina. Tiene aproximadamente 120.000 habitantes (Gobierno de la Municipalidad de Mendoza, 2018). La ciudad se comprometió firmemente con los ODS y ha estado invirtiendo en una renovación urbana sostenible, que incluye iluminación exterior, carreteras, parques y espacios para actividades recreativas y deportivas. Las Naciones Unidas eligieron a Mendoza como una de las ciudades piloto para medir los progresos de los ODS en relación con las diversas inversiones realizadas. La sostenibilidad también se ha convertido en un principio rector de las compras públicas de la ciudad (comunicación personal, Franco De Pasquale, agosto y noviembre de 2019; comunicación personal, Soledad Noel, junio y agosto de 2019).

En este estudio de caso se examina más de cerca el proceso de compras públicas de Mendoza y cómo la sostenibilidad como principio rector ha impulsado su reforma.

2.3.2 Compras públicas dirigidas a las empresas B

En 2018, Mendoza lanzó una iniciativa para comprar bienes y servicios a empresas de triple impacto -empresas que producen impactos económicos, ambientales y sociales positivos- certificadas como Empresas B o equivalente.

La comunidad de Empresas B es un grupo de empresas, pequeñas y grandes, que "utilizan las ganancias y el crecimiento como un medio para un fin mayor: un impacto positivo para sus empleados, las comunidades y el medio ambiente". Las Empresas B crean un valor social y ambiental positivo y sigue altos estándares de gestión y transparencia. Son un aliado importante para las CPS porque generan un impacto positivo en cualquiera de las siguientes categorías (Gobierno de la Municipalidad de Mendoza, 2018):

a) Soluciones ambientales:

- (i) Oferta de productos/servicios que generen impactos ambientales positivos.
- (ii) Procesos de producción que generan impactos ambientales positivos.
- (iii) Capacitación para aumentar el impacto.

b) Soluciones sociales:

- (i) Inclusión de las comunidades vulnerables mediante la creación de empleo transformador y/o cadenas de valor inclusivas.
- (ii) Acceso a productos/servicios básicos para las comunidades vulnerables (vivienda, salud, educación, energía, acceso al agua).
- (iii) Capacitación para aumentar el impacto.



Sistema



Etiqueta de
Sistema B

En abril de 2012 se creó en América Latina un movimiento llamado Sistema B. El Sistema B es la plataforma latinoamericana para la certificación global de B-Lab. Ofrece a las empresas la certificación cuando demuestran, a través de una evaluación, un compromiso para mejorar continuamente sus impactos ambientales y sociales positivos así como para operar con altos estándares de gestión y transparencia. Entonces se convierten en Empresa B. Hay una comunidad de más de 500 Empresas B en la región que trabajan en muchas industrias, entre ellas, la textil, la tecnológica, la de reciclaje, la de alimentos y bebidas, entre otras.

La plataforma del Sistema B ofrece más que un acceso a los certificados de B-Lab. También proporciona el intercambio de conocimientos y capacitación para Empresas B sobre la medición y la gestión de sus impactos ambientales y sociales. Sistema B también ofrece una herramienta de autoevaluación que permite a las empresas evaluar si cumplen los requisitos de certificación de B-Lab.

A través de las CPS, la ciudad de Mendoza incentiva a las empresas locales a integrar la sostenibilidad en toda la empresa y a generar un impacto positivo.

2.3.3 Liderazgo de Mendoza para apoyar las CPS

En 2018 la Municipalidad de Mendoza eligió enfocarse fuertemente en la sostenibilidad, el emprendimiento y la innovación para el desarrollo de su ciudad (CAF, 2018). Como resultado, creó la plataforma Mendoza +B para crear sinergias entre las Empresas B de Mendoza, la plataforma del Sistema B y la Dirección de Innovación y Desarrollo Sostenible de la Provincia para trabajar por "una economía donde el éxito se mida por el bienestar de las personas, de las sociedades y la naturaleza" (Sistema B, s.f.; Mendoza +B, s.f.). La plataforma Mendoza +B ofrece medir los impactos de las empresas e intercambiar y capacitarlas para convertirse en una empresa de triple impacto. Junto con la iniciativa Mendoza Emprende de la Universidad de Cuyo (Mendoza Emprende, s.f.), la plataforma Mendoza +B forma el sistema empresarial de la ciudad e impulsa un cambio ambiental y social positivo en la economía local.

Con estas iniciativas en marcha y el apoyo político a la sostenibilidad, el municipio habilitó a sus agencias de compra a apoyar la nueva visión de la ciudad. La legislación municipal de 2018 (Ordenanza) confirmó que las autoridades municipales son ahora "parte del ecosistema B con el poder de generar herramientas e instrumentos claves para promover y fomentar el nacimiento y crecimiento de emprendedores y empresas de triple impacto como parte de la política para atender a los grandes desafíos sociales y ambientales que tiene nuestro país" (Gobierno de la Municipalidad de Mendoza, 2018).

El municipio optó por utilizar su sistema de compras públicas como un elemento facilitador para la aplicación de una economía de triple impacto mediante la introducción de reformas que permitieron a las agencias de compras dar prioridad a los bienes y servicios de las empresas de triple impacto.



2.3.4 Estrategia de compras y reformas

El equipo de compras del municipio trabajó en cuatro pilares de acción combinados para promover la adquisición de bienes y servicios de empresas de triple impacto:

- Capacitación institucional
- Mesas redondas público-privadas y capacitación a los proveedores
- Documentos de licitación
- Legislación municipal

Capacitación institucional

En 2018, la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP), institución encargada de las compras de bienes y servicios de la provincia de Mendoza, entendió que los agentes de compras públicas tenían muy poco o ningún conocimiento sobre el CPS y sostenibilidad en general. La DGCP inició una serie de talleres sobre la sostenibilidad, CPS y el apoyo a las empresas de triple impacto a través de las compras públicas más específicamente. Asistieron a los talleres, compradores públicos de 11 municipios (de los 18) de la provincia. La ampliación de la participación a otros municipios fue importante para ampliar la demanda de bienes y servicios de las empresas de triple impacto. Los talleres ayudaron a crear apoyo para la visión de triple impacto entre los compradores públicos. También se capacitó a los concejales locales sobre las posibilidades de sostenibilidad existentes en la legislación vigente (comunicación personal, F. De Pasquale, agosto y noviembre de 2019).

Mesas redondas público-privadas y capacitación para proveedores

En una segunda etapa, la DGCP se centró en la capacitación para los proveedores. De hecho, es una buena práctica en las CPS informar y preparar a los agentes del mercado sobre los criterios de triple impacto que se incluirán en las futuras licitaciones (Casier et al., 2015, pág. 29).

La DGCP llevó a cabo dos actividades:

- (i) Informar a los proveedores del registro de proveedores por correo electrónico sobre los nuevos criterios de sostenibilidad (triple impacto) que se incluirán en futuras licitaciones.
- (ii) Mesas redondas entre los sectores público y privado: en los eventos (laboratorios de innovación) celebrados por el Ministerio de Innovación provincial, la DGCP mantuvo varias conversaciones sobre las Empresas B. El programa Mendoza +B brindó el apoyo institucional y logístico para estos eventos, lo que también aseguró la transparencia y la inclusión del sector privado. Capacitaron a las empresas en la presentación de licitaciones públicas y anunciaron que el sector público compraría sus bienes y servicios si pueden demostrar un impacto positivo (triple). En 2018, la DGCP capacitó a 1.500 proveedores. Este apoyo creó una base sólida para que los proveedores participaran en las compras públicas.

Estas actividades aseguraron que la DGCP no lanzara licitaciones con criterios de triple impacto sin un mercado proveedor que respondiera a ellas. El objetivo explícito de la DGCP era compartir información con el sector privado sobre las próximas prioridades en el proceso de compras de manera transparente a través de la facilitación del programa Mendoza +B.



Documentos de licitación

Tras la serie de actividades de capacitación y diálogos, la DGCP decidió integrar plenamente la visión de triple impacto en el proceso de compras y en los documentos de licitación. Es importante señalar que, si bien Empresa B y Sistema B pueden utilizarse como certificados que prueban el triple impacto de los proveedores, cualquier información equivalente que corresponda a la prueba del triple impacto también tendrá que ser aceptada por la entidad adjudicadora para garantizar la competencia leal (véase el artículo 2 de la legislación municipal más adelante).

El Departamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo de la Municipalidad lanzó una licitación piloto para el calzado. La licitación incluía un sistema de puntos preferenciales para recompensar a los proveedores de triple impacto. Esto cambia el mecanismo de evaluación tradicional del precio más bajo al mejor valor a lo largo del ciclo de vida. Aunque esta primera licitación no se adjudicó a una empresa de triple impacto de la industria textil, permitió a los agentes de compras poner en práctica el sistema preferencial. Esta práctica piloto fue importante porque las licitaciones posteriores dieron lugar a ofertas exitosas de empresas de triple efecto.

Una de estas empresas, Xinca, participó en los anteriores diálogos público-privados y, como resultado, se había inscrito en el registro de proveedores para recibir información sobre futuras licitaciones. Al mismo tiempo, el Departamento de Higiene y Seguridad y la DGCP recibieron información de mercado durante los diálogos sobre el creciente potencial de triple impacto en la industria textil local, lo que les animó a incluir la demanda de triple impacto en la licitación. En este caso, estaban dispuestos y podían pagar un precio superior porque los impactos positivos de la empresa contribuyen a los ODS y a la implementación de la visión de Mendoza +B. En otras palabras, los efectos indirectos positivos de las compras de una empresa B. compensaron el precio ligeramente más alto que pagó la agencia de compras (Casier et al. , 2015, p. 9).

Legislación municipal

Tras el éxito de la licitación piloto de calzado, la DGCP redactó una ordenanza municipal sobre los criterios de triple impacto para las compras municipales. La ordenanza fue adoptada en julio de 2018. .

Cuadro 1. Elementos clave de la Ordenanza de 2018

El artículo 1 declara que el "Ecosistema B, las Empresas tipo B y las 'Compras de triple Impacto'" son de interés municipal. El Ecosistema B abarca todas las plataformas, iniciativas y actores que comparten la visión +B.

El artículo 2 ordena la inclusión de criterios de triple impacto como criterios de adjudicación. La prueba de cumplimiento puede ser "la certificación de Impacto B, Certificación de calidad ODS u otras nacionales o internacionales 'que acrediten su accionar en el marco del Triple Impacto a través de un modelo de impacto social y/o con un modelo de impacto ambiental'"

Por último, la ordenanza prevé un mecanismo de preferencia de precios para los proveedores de triple impacto. Se preferirán las ofertas de estos proveedores hasta una diferencia de precio del 3% en comparación con las ofertas más económicas que no cumplan los criterios de triple impacto. Para las MIPYMES de triple impacto, la diferencia de precio puede llegar hasta el 5%.



Otras iniciativas relacionadas

En Argentina se está haciendo un esfuerzo por promulgar la Ley de Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo, que identifica a las empresas de triple impacto como una nueva forma de organización empresarial. El proyecto de ley se presentó en noviembre de 2016 a la Cámara de Diputados de la Nación y tiene por objeto promover el desarrollo de un ecosistema de empresas de tipo B. Esta iniciativa legislativa inspiró la ordenanza municipal. Su aprobación (pendiente) también daría un impulso adicional a la aplicación de la ordenanza.

2.3.5 Conclusiones

Una combinación de estrategias fortaleció la implementación de la visión de triple impacto a través de las compras públicas en Mendoza: la DGCP adoptó un enfoque sistémico y combinó una serie de pequeñas estrategias para maximizar el impacto. Cada intervención -desde las capacitaciones hasta los diálogos, pasando por las licitaciones piloto y la ordenanza municipal- fue pequeña de forma aislada pero de importancia estratégica para el resultado exitoso: crear una demanda del sector público de bienes y servicios más sostenibles y garantizar la capacidad de los proveedores para responder con ofertas competitivas a dichas licitaciones públicas.

Los municipios pueden trabajar más estrechamente que otras jurisdicciones con los proveedores, especialmente con las PYMES. Pueden desarrollar buenas prácticas de CPS que sean replicables en otros municipios, provincias o incluso a nivel nacional. La experiencia de Mendoza se está "exportando" actualmente a otros municipios y a las provincias de San Juan (San Juan+B), Córdoba y la ciudad de Esquel (comunicación personal, F. De Pasquale, agosto y noviembre de 2019; comunicación personal, S. Noel, junio y agosto de 2019).

El liderazgo político y la priorización de la sostenibilidad facilitan la recepción de las estrategias de CPS: el sector privado recibe indicaciones claras de cuáles son las prioridades, y se alienta a los agentes de compras públicas a adoptar nuevas prácticas y a ser menos reacios al cambio. En este caso, la existencia de la plataforma Mendoza +B y el ecosistema de innovación, con programas como Mendoza Emprende en el que participa la Universidad de Cuyo, contribuyó a que tanto el sector privado como el público se convencieran de la visión de una economía sostenible.

Los diálogos con el mercado permiten a los agentes de compras públicas comprender lo que el mercado está dispuesto a ofrecer. El hecho de que un tercero, como el Ministerio de Innovación, organice estos encuentros aumenta la transparencia del proceso de licitación y puede evitar la distorsión de la competencia futura en materia de compras (Casier et al., 2015, pág. 18).

La regulación de compras públicas refleja el objetivo del Gobierno de Mendoza de apoyar a las empresas de triple impacto: la ordenanza municipal otorga puntos adicionales a las empresas de triple impacto. A pesar de que no establece criterios obligatorios, envía al mercado una señal del tipo de proveedores que el Gobierno está priorizando. Esto incentiva a las empresas a pasar a "utilizar los beneficios y el crecimiento como un medio para lograr un fin mayor". También suele ser un paso previo al uso de la sostenibilidad como criterio de calificación obligatorio (Casier et al., 2015, p. 19).

La reglamentación de las compras permite la introducción de nuevos criterios opcionales, como los criterios de triple impacto, pasando de los criterios de precio más bajo a los de "mayor valor" (Gobierno de Mendoza, 2014).



2.4 Compras públicas de empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres en Chile

2.4.1 Antecedentes

Chile es uno de los países de mayor crecimiento de América Latina, con una población de 18,7 millones de habitantes (Banco Mundial, s.f.). Fue el primer país latinoamericano en incorporarse a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 2010. La desigualdad y los servicios básicos como la educación y la salud siguen siendo un desafío clave para el Gobierno. Las compras públicas representan el 14% del PIB (CIA, s.f.).

En Chile, el 51% de las mujeres participan en la fuerza laboral en comparación con el 74,2% de los hombres (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2019). Las mujeres en Chile dedican 42 horas semanales al trabajo no remunerado, frente a las 19 horas semanales de los hombres (Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas, 2015). Mientras que el ingreso nacional bruto per cápita estimado para los hombres es de 28.922, sólo es de 15.211 para las mujeres. Resulta sorprendente que, aunque Chile ocupa el puesto 42 en el Índice de Desarrollo Humano, ocupa el puesto 62 en el Índice de Desarrollo de Género (PNUD, 2019, pág.312).

En este estudio de caso, analizaremos los esfuerzos del CPS de Chile, que se han centrado en gran medida en el apoyo a las mujeres y a las empresas dirigidas por mujeres a través de las compras públicas.

2.4.2 Compras públicas dirigida a empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres

Existe una correlación positiva entre la equidad de género, el aumento de la competitividad económica y una clasificación más alta en el Índice de Desarrollo Humano (Foro Económico Mundial, 2018). Una reducción del 50% de la brecha de género en la fuerza laboral mundial podría significar un aumento del 6% del PIB para 2030 (Thévenon et al., 2012). En Chile, el PIB podría aumentar en un 0,65% si 100.000 mujeres adicionales se incorporan a la fuerza laboral (Berlien et al., 2016).

Chile se ha comprometido con los ODS, incluyendo el ODS 5 sobre el logro de la equidad de género, la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) y la implementación de las recomendaciones de la OCDE, como la Recomendación del Consejo sobre Igualdad de Género en la Educación, Empleo y Actividad Empresarial de la OCDE de 2013 y la Recomendación del Consejo sobre la Igualdad de Género en la Vida Pública de la OCDE de 2015. Estos compromisos han proporcionado la dirección política de alto nivel para hacer del empoderamiento de la mujer una prioridad clave en la lucha contra la pobreza en Chile.

El Plan de acción 2015-2018 del Consejo de Responsabilidad Social para el Desarrollo Sostenible, dependiente del Ministerio de Economía, también incluía objetivos relacionados con la incorporación de las dimensiones de género y la aplicación de las recomendaciones de la OCDE (ChileCompra, 2018). En ese momento, hubo un apoyo firme y explícito en el Gobierno para perseguir los objetivos relacionados con el género.

En 2015, el 25% de todas las empresas registradas en Chile eran propiedad de mujeres. El 22% de todas las empresas tenían directoras generales femeninas y sólo el 8% en las grandes empresas (más de 200 empleados y con ventas anuales por encima de aproximadamente 3,3 millones de dólares) (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2015).



ChileCompra, la autoridad de compras de Chile, realizó una investigación sobre la importancia de las empresas que son propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres para la creación de empleo y la obtención de ingresos estables. Descubrieron que el 64% de sus actuales proveedoras son el principal sostén de la familia, el 28% inició un negocio para complementar los ingresos familiares, el 60,5% de las proveedoras están creando puestos de trabajo y el 87,3% de las proveedoras son emprendedoras (Dirección ChileCompra, 2019).

En 2014, ChileCompra realizó una evaluación de género con la ONG Comunidad Mujer. La evaluación demostró que las mujeres proveedoras representaban sólo el 36% de todos los proveedores al sector público y que se les adjudicaba sólo el 26% del valor total del contrato de las compras públicas. Las principales causas de esta falta de participación incluían el desconocimiento de las oportunidades que existían en el mercado público, las limitadas oportunidades de acceso a las plataformas tecnológicas, el acceso limitado a la financiación y el costo de preparación de los documentos de licitación (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018). Por otro lado, existían barreras en el propio sistema de compras públicas. Estas barreras incluían una débil conciencia sobre las cuestiones de género entre los agentes de compras, documentos de licitación complejos, publicidad de las licitaciones y ejecución de los contratos (Comunidad Mujer, 2019).

En 2015, ChileCompra elaboró un plan de acción para promover el acceso de las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres al mercado de las adquisiciones públicas. Estas se definen como empresas que son al menos 50% propiedad de mujeres que también tienen poder de decisión administrativa.

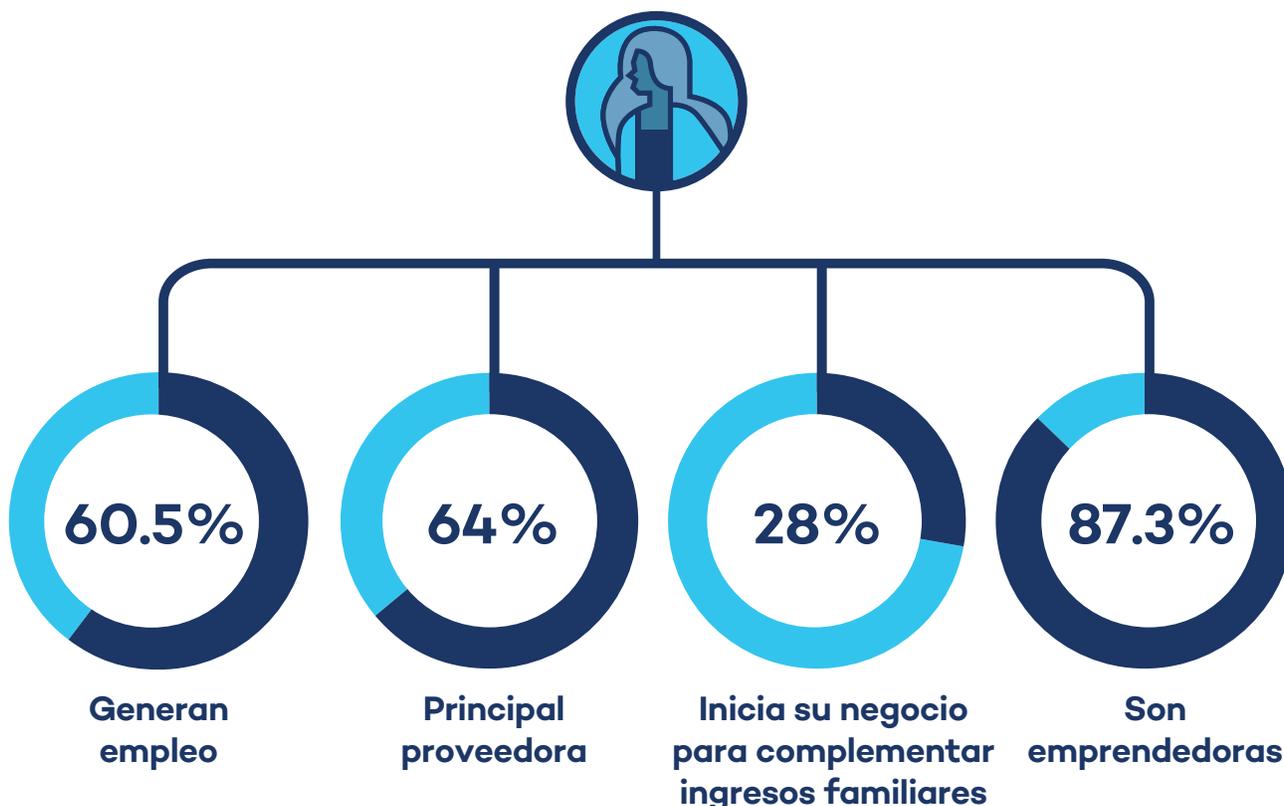


Figura 4. Contribución de la mujer a la economía chilena

Fuente: Dirección ChileCompra, 2019



2.4.3 Estrategia de compras y reformas

El plan de acción de ChileCompra para aumentar la participación de empresas de propiedad y dirigidas por mujeres en las compras públicas consta de tres componentes: (ChileCompra, 2018).

- (i) **Fortalecimiento de la demanda de bienes y servicios suministrados por empresas propiedad de mujeres o estén dirigidas por mujeres:** Esto incluye trabajar con los agentes de compras en la promoción de las compras a empresas propiedad de mujeres.
- (ii) **Reforzar la oferta:** El objetivo es apoyar a las MIPYMES propiedad de mujeres, incluso identificándolas y fortaleciendo sus capacidades de administración.
- (iii) **Gestión del conocimiento y creación de redes:** Este componente estaba destinado a:
 - a. Generar datos para supervisar el progreso del plan de acción y comprender las necesidades de las mujeres proveedoras.
 - b. Generar redes interinstitucionales e internacionales, como UN She Trades y la asociación con el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (FOMIN), para promover a la mujer en los negocios en la economía chilena.

Varias iniciativas han abarcado estos componentes.

Reglamento de Compras Públicas revisado y una nueva directiva

El Reglamento de Compras Públicas (Reglamento de la Ley No 19.886) se modificó para permitir criterios de evaluación del impacto social de las licitaciones. Esto incluye criterios sobre la participación de la mujer en las compras públicas. La Directiva No. 20 (2015) ofrece recomendaciones y orientación sobre la interpretación del marco legal de compras públicas para apoyar a las empresas propiedad de mujeres. La directiva incluye lo siguiente:

- (i) Ejemplos de criterios de evaluación: La directiva promueve criterios de evaluación a favor de las empresas propiedad de mujeres y las empresas que tienen políticas de género y/o condiciones de igualdad de oportunidades. Para la evaluación de las ofertas, se pueden asignar puntos adicionales a las ofertas que cumplan estos criterios. Entre los ejemplos proporcionados figuran las ofertas de proveedores o empresas propiedad de mujeres, empresas que promueven la equidad de género o una mayor participación de la mujer en la fuerza de trabajo, o proveedores que pueden demostrar que su empresa tiene mujeres en puestos de adopción de decisiones.
- (ii) Criterios de desempate: Además, cuando hay un empate en la evaluación entre dos o más ofertas, se le adjudicará el contrato a la oferta con los puntos más altos en los criterios de evaluación de género.
- (iii) Criterios de género en la adquisición directa: En el caso de las adquisiciones directas de pequeña envergadura (por debajo de un determinado umbral), los agentes de adquisiciones pueden seleccionar mujeres (individuales) o microempresas dirigidas por mujeres (menos de 10 empleados y menos de aproximadamente 80.000 dólares estadounidenses en ventas anuales).



Sello Empresa Mujer



Sello Empresa Mujer

Para facilitar la aplicación de los criterios de equidad de género en el proceso de compras públicas, ChileCompra lanzó una etiqueta que certifica a las empresas propiedad de mujeres. Los compradores pueden dar un punto de preferencia a las empresas etiquetadas en la evaluación de las licitaciones (ChileCompra, 2018).

El Sello Empresa Mujer se atribuye a las empresas que son propiedad en un 50%, como mínimo, de mujeres que también tienen poder de decisión. La etiqueta es validada a través del Certificado de Empresa Mujer en el Registro de Proveedores de Chile (ChileCompra, 2019b). Actualmente, 65.181 mujeres individuales y 271 empresas de propiedad femenina llevan el Sello Empresa Mujer (Comunicación personal, Claudia Ahumada, 2019).

Capacitación de los agentes de compras públicas y proveedores

ChileCompra puso en marcha los siguientes programas de capacitación para empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres:

- Formación presencial y virtual sobre el desarrollo de capacidades duras y blandas para las empresas. Esto incluye conocimiento tecnológico, educación sobre compras públicas y las oportunidades del sector público, y las aptitudes de gestión y liderazgo.
- Un programa de mentoría para empresas propiedad de mujeres en todo el país.

ChileCompra también llevó a cabo actividades de capacitación para los agentes de compras públicas con el fin de aumentar la conciencia sobre la importancia de la equidad de género y la forma de aplicarla mediante las compras públicas. Un curso en línea permitió una amplia difusión del nuevo "enfoque de género en las compras públicas". Además, se añadieron preguntas relacionadas con género en la prueba anual de acreditación de los compradores públicos.

En el período 2017-2018, más de 14.000 mujeres y más de 140 agentes de compras y funcionarios públicos recibieron capacitación. Esto aumentó la conciencia y redujo los sesgos de género en las actividades de compras públicas (ChileCompra, 2019a).

Plataforma de Compras Públicas

ChileCompra alberga la mayor plataforma de compras electrónicas del país, con un comercio de más de 12.000 millones de dólares al año y que representa el 4,2% del PIB. Cada año, 850 organismos públicos compran a 123.000 proveedores a través de 276.000 licitaciones, emiten 2.363.000 órdenes de compra y reciben más de 1 millón de ofertas (ChileCompra, 2018).

Las adquisiciones electrónicas facilitan el acceso a las compras públicas a todos los proveedores y, gracias a las actividades de capacitación, ahora facilitan el acceso a las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres. Facilita el acceso a la información sobre las licitaciones en curso, los documentos de licitación y los procedimientos requeridos, y pone esa información a disposición en una plataforma centralizada. (ChileCompra, 2019a).



2.4.4 Desafíos

En 2018 las mujeres participaron en el 36% de las licitaciones de compras públicas (ChileCompra, s.f.). El valor del contrato para las transacciones con empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres aumentó en aproximadamente 1.500 dólares entre 2013 y 2017. Si bien la participación es del 36%, sigue siendo un desafío aumentar el porcentaje de contratos adjudicados a empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres. En 2013, el 21% de las transacciones de compras incluían empresas de propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres; en 2018, ese porcentaje simplemente aumentó al 25,3%.

2.4.5 Conclusiones

La inversión en mujeres proveedoras beneficia el desarrollo socioeconómico del país. En 2019 ChileCompra recibió el Premio al Servicio Público de las Naciones Unidas en la categoría "Promoviendo servicios públicos sensibles al género para alcanzar los ODS" por su programa "Más Mujeres en las Compras Públicas" (ChileCompra, 2019a). ChileCompra también se sumó a la Iniciativa She Trades de las Naciones Unidas. Esta iniciativa tiene por objeto añadir 3 millones de empresas dirigidas por mujeres al mercado internacional para 2021 (SheTrades, s.f.). ChileCompra contribuye a ello a través de su trabajo.

El enfoque de ChileCompra de incluir a las mujeres en la economía formal a través de las compras públicas demuestra un nuevo enfoque para ofrecer una valor por dinero a los contribuyentes. A través de sus diversas intervenciones, desde un marco jurídico revisado hasta la capacitación en materia de herramientas tecnológicas y educación empresarial, ChileCompra amplió la participación de las mujeres no sólo en las compras públicas sino también en la economía y el comercio internacional en general. El enfoque de ChileCompra en este tema estratégico apoya expresamente los compromisos de género de Chile como parte de los ODS. En última instancia, aumenta la igualdad social y económica, contribuyendo al mismo tiempo a la erradicación de la pobreza.



3.0 Lecciones aprendidas





3.0 Lecciones aprendidas

En esta sección se recogen algunas de las lecciones aprendidas transversales sobre la reforma de las compras públicas estratégicas extraídas de los cuatro estudios de casos, a pesar de su diversidad en alcance, sector y cuestiones. En la introducción del presente documento se hace referencia a la necesidad de adoptar un enfoque sistémico de la reforma de las compras públicas, a fin de convertirla en un motor estratégico de las políticas gubernamentales. Las primeras reformas de las compras públicas estratégicas se centraban a menudo de forma demasiado estrecha en una sola parte del ciclo de adquisiciones y se centraban en hacer “especificaciones técnicas más verdes”.

Estos cuatro estudios de casos ilustran que la adopción de un enfoque sistémico -con intervenciones estratégicas en las instituciones, reglamentos, marcos y conjuntos de conocimientos de los diversos interesados en las compras públicas- puede hacer que el sistema de compras públicas deje de ser una función administrativa para convertirse en una función estratégica. La utilización estratégica de las compras públicas también ayuda a aprovechar su potencial para hacer frente a los problemas de la sociedad. Estos pueden ser diferentes de un país a otro y de una región a otra, pero, en general, el uso estratégico de las compras públicas será un importante factor que facilitará la consecución de los ODS. Los siguientes son los ingredientes clave de la reforma estratégica de las compras públicas:

1. La definición de prioridades de política pública como precursora de la reforma de las compras públicas

Hay fuertes prioridades de política presentes en los cuatro estudios de casos. Estas se definieron antes de identificar las compras como instrumento para cumplir esos objetivos y compromisos. Chile y Mendoza tienen fuertes compromisos con las recomendaciones de la OCDE sobre el género y los ODS, respectivamente. En la República Dominicana, el peso político del enfoque presidencial en las MIPYMES ha desempeñado un papel importante. Y en Paraguay, la agricultura familiar ha sido un foco prioritario para reducir la pobreza rural. La priorización de estos temas se origina en otros ámbitos políticos distintos de las compras públicas y posteriormente se integran como objetivos estratégicos en las políticas y prácticas de compras.

2. Evaluaciones basadas en pruebas para identificar los obstáculos, los desafíos y las intervenciones para la reforma

Los estudios de casos de la República Dominicana y Chile demuestran el valor de invertir recursos en la evaluación del diseño y la funcionalidad actuales del sistema de compras. También muestran cómo ciertos elementos y procesos impiden el acceso de las MIPYMES y las empresas propiedad de mujeres al sector público. Debido a que los organismos gubernamentales decidieron invertir recursos en la recolección y evaluación de datos estadísticos y la retroalimentación de los compradores y proveedores, pudieron identificar los obstáculos más amplios y las cuestiones relacionadas con la capacidad de las MIPYME y los agentes de compras. Posteriormente, se consideró que esas cuestiones debían abordarse mediante estrategias de reforma de las compras públicas.



3. La capacitación

La capacitación tanto de las agencias de compras como de los proveedores es una intervención clave e indispensable para el éxito de la reforma. La capacitación del personal de compras tiene que llevar a la comprensión de la prioridad específica que un Gobierno quiere abordar, por qué las compras tienen un papel esencial que desempeñar y cómo potenciarlas como elemento estratégico de la solución en lugar de que sean simplemente un proceso administrativo. Por otra parte, la capacitación de los proveedores tiene que centrarse en ayudar a los proveedores a comprender los procesos y requisitos del sistema de compras. Las actividades de capacitación también pueden consistir en reunir a los sectores público y privado para examinar los problemas y las soluciones.

4. El uso de la tecnología para eliminar las barreras de acceso

En el caso de la República Dominicana y Chile, la tecnología desempeña un papel esencial para dar acceso a nuevos proveedores. La participación en los procesos de adquisición puede ser una experiencia espantosa por su carga administrativa. Las MIPYMES y los proveedores individuales no suelen tener los recursos necesarios para tratar con clientes que requieren procesos burocráticos gravosos. El establecimiento de sistemas de tecnología de la información y de comunicación y de programas informáticos de gestión de datos ha simplificado los procesos de compras y los ha hecho más eficientes.

5. Un marco jurídico propicio

No siempre es necesario promulgar nuevas leyes o enmiendas para introducir la sostenibilidad en el proceso de compras. Sin embargo, en estos estudios de casos, la legislación se utiliza estratégicamente con diferentes propósitos: para comunicar nuevos objetivos de política (por ejemplo, el apoyo de Mendoza a las empresas de triple impacto), para imponer preferencias a determinados proveedores (por ejemplo, las MIPYME de la República Dominicana, los productores de agricultura familiar en el Paraguay) o para proponer recomendaciones sobre estrategias de compras e interpretaciones de la ley para apoyar a un grupo de proveedores (por ejemplo, las empresas chilenas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres). Estas modificaciones y adiciones a los marcos de compras públicas son importantes.

6. Agencias de compras que van más allá de sus facultades

Las agencias de compras en los cuatro estudios de casos fueron más allá de sus facultades y mandatos tradicionales de compras. Proporcionaron procesos de pago adaptados a las MIPYMES de la República Dominicana, resolviendo un problema clave de estas empresas para presentarse en las licitaciones públicas. En Chile, se dedicaron a mejorar las capacidades de las mujeres. Estas agencias de compras fueron más allá de su esfera de influencia directa y de su mandato oficial para mejorar, en última instancia, sus resultados y repercusiones en materia de compras. Esta es una característica clave de las compras públicas estratégicas.



7. Colaboración interinstitucional y un enfoque de múltiples partes interesadas

La colaboración entre agencias ha demostrado ser fundamental a la hora de replantearse las compras públicas como instrumento para alcanzar objetivos sociales. En Paraguay, la participación del Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Industria y Comercio en República Dominicana ayudaron a sensibilizar dentro de las agencias de compras sobre la agricultura familiar y las MIPYME. En Mendoza, la colaboración con la universidad fue importante para aportar conocimientos a los agentes de compras sobre cuestiones sociales más amplias.

8. La reforma no es un esfuerzo único, sino un proceso continuo que debe ser supervisado y redirigido en función de la retroalimentación

Cuando se elaboran estrategias de compras para cumplir con los objetivos de la sociedad, es importante evaluar el rendimiento de las medidas que la estrategia está aplicando. Para ello es necesario definir indicadores clave de rendimiento y reunir datos. Por ejemplo, en Chile, esto ayudó a supervisar los progresos en relación con el plan de acción.

9. Conoce a tu proveedor

La recopilación de datos sobre los proveedores seleccionados crea información de referencia sobre lo que producen u ofrecen, sus plazos y sus limitaciones para responder a la demanda. Las evaluaciones de mercado, como en la República Dominicana, o los diálogos entre los sectores público y privado, como en Mendoza, son herramientas estratégicas que se utilizan para comprender plenamente la oferta.

10. La importancia de las estrategias de comunicación

Una estrategia de comunicación específica ayudará a difundir las oportunidades de compras con el sector público a una amplia gama de proveedores. Además, una estrategia y esfuerzos de comunicación como los realizados en la República Dominicana contribuyen a destacar la importancia de las compras públicas, a elevar el perfil y a ayudar a mejorar el marketing de la profesión de la compras pública (Casier et. al., 2015).

La región de América Latina y el Caribe ha hecho importantes progresos en materia de CPS en la última década. Ahora, los agentes de compras públicas y sus agencias deben aprovechar la oportunidad de reformar las compras públicas para cumplir con los ODS.



Referencias

- Agencia Central de Inteligencia (CIA). (n.d.a). *Chile*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ci.html>
- Agencia Central de Inteligencia (CIA). (n.d.b). *República Dominicana*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/dr.html>
- Agencia Central de Inteligencia. (n.d.c). *Paraguay*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pa.html>
- B Corporations (n.d.). *About B Corps*. <https://bcorporation.net>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *Toolkit: Promoción de la mujer en las compras públicas*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Toolkit-Promoción-de-la-mujer-en-las-compras-públicas.pdf>
- Banco Mundial (2019). *Paraguay: Panorama general*. <https://www.bancomundial.org/es/country/paraguay/overview>
- Banco Mundial (s.f.). *Chile: Panorama general*. <https://www.worldbank.org/en/country/chile/overview>
- Berlien, K., Franken, H., Pavez, P., Polanco, D., & Varela, P. (2016). *Mayor incorporación de las mujeres en la economía Chilena*. Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño – Isónoma Consultorías Sociales Ltda. <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/05/Estudio-Incorporacion-Mujer-.pdf>
- CAF. (2018). *Mendoza+B inaugura actividades para desarrollo económico social y ambiental de la Provincia*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2018/05/mendozaplusb-inaugura-actividades-para-desarrollo-economico-social-y-ambiental-provincia/>
- Casier, L., Huizenga, R., Perera, O., Ruete, M., & Turley, L. (2015). *Implementando compras públicas sostenibles en América Latina y el Caribe: Manual para la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG)*. <https://www.iisd.org/sites/default/files/publications/iisd-handbook-ingp-en.pdf>
- ChileCompra. (2018). *Sistematización: Compras públicas inclusivas en Chile: Fomentando la vinculación exitosa de micro y pequeñas empresas propiedad de mujeres en ventas al Estado*. <https://www.chilecompra.cl/wp-content/uploads/2018/03/CompraspublicasinclusivasenChile.pdf>
- ChileCompra. (2019a). ChileCompra recibe Premio al Servicio Público de la ONU por su aporte a la participación de mujeres en compras públicas. <https://www.chilecompra.cl/2019/06/chilecompra-recibe-premio-al-servicio-publico-de-la-onu-por-su-aporte-a-la-participacion-de-mujeres-en-compras-publica/>
- ChileCompra. (2019b). *Chile Proveedores: Sello Empresa Mujer*. <http://www.chileproveedores.cl/SelloEmpresaMujer.aspx>
- ChileCompra. (n.d.). *Compra Eficiente*. <https://www.chilecompra.cl/eres-empresaria-accede-a-miles-de-oportunidades-de-negocio-2/>



Comunidad Mujer (2019). *Compras públicas con enfoque de género: Un caso de éxito para el desarrollo sostenible*. http://www.comunidadmujer.cl/biblioteca-publicaciones/wp-content/uploads/2019/07/Boletin_46_Compras-Publicas-con-Enfoque-de-Genero.pdf

Dirección de Censos y Estadísticas Agropecuarias (2019). *Censos Agropecuarios*. <http://www.mag.gob.sv/direccion-general-de-economia-agropecuaria/estadisticas-agropecuarias/censos-agropecuarios/>

Dirección General de Contrataciones Públicas. (2014). *Análisis para mejorar el acceso de las MIPYMES al Mercado de las Compras Públicas en República Dominicana*. https://www.dgcp.gob.do/new_dgcp/documentos/fomen/Análisis%20para%20Mejorar%20Acceso%20MIPYMEs.pdf

Dirección General de Contrataciones Públicas. (2018). *Plan Estratégico Institucional 2018-2021*. https://www.dgcp.gob.do/new_dgcp/documentos/planificacion_y_desarrollo/planificacion_estrategica/plan_estrategico2/PEI%202018-2021.pdf

Dirección General de Contrataciones Públicas. (2019). Reporte sobre compras públicas a MIPYMES. No público.

Dirección ChileCompra. (2019). *Contratación Pública: una herramienta estratégica para la eficiencia del Estado*. No público.

Dirección de Compras y Contratación Pública, Directiva No 20 (2015). <http://www.chileproveedores.cl/Documentos/Normativas/Directiva%20N%2020.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). *Observatorio de la Igualdad de Género: Chile - Perfil del país*. <https://oig.cepal.org/en/countries/8/profile>

FondoMicro. (2017). *Análisis del marco jurídico de las micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana*. http://fondomicro.org/serve/listfile_download.aspx?id=943&num=1

FAO (2015). *Las compras públicas a la agricultura familiar y seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe*. <http://www.fao.org/3/a-i4902s.pdf>

FAO (2019a). *Plataforma de conocimientos sobre agricultura familiar: Paraguay*. <http://www.fao.org/family-farming/countries/pry/en/>

FAO (2019b). *Paraguay en una mirada*. <http://www.fao.org/paraguay/fao-en-paraguay/paraguay-en-una-mirada/es/>

Foro Económico Mundial. (2018). *Informe sobre la brecha de género en el mundo 2018*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf

Gamarra, J. (2019a). *Informe Compras Públicas de la Agricultura Familiar*. Ministerio de Agricultura y Ganadería – Gabinete. Coordinación de Compras Públicas de la Agricultura Familiar. No público.

Gamarra, Juliana (2019b). *Informe. Rueda de Negocios; Empresas Adjudicadas Licitación Alimentación Escolar*. Ministerio de Agricultura y Ganadería – Gabinete. Coordinación de Compras Públicas de la Agricultura Familiar. No público.



Gobierno de Mendoza (2014). Ley 8.706 Art. 149. <http://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/36/2015/03/Ley-8706.pdf>

Gobierno de la Municipalidad de Mendoza. (2018a). Anuario Estadístico de Turismo 2018. <https://drive.google.com/file/d/19SZPDQ2cxlm3KLw4R1K9G-Xlkw3Bqkci/view>

Gobierno de la Municipalidad de Mendoza. (2018, 3 de julio b). Ordenanza No 3946. *Incorporación de criterios de triple impacto en el régimen de contratación.* <https://boe.mendoza.gov.ar/publico/verpdf/30650>

Gobierno de Paraguay. (2013). Decreto 1056/13, 27 de diciembre de 2013, *Por El Cual Se Establece La Modalidad Complementaria De Contratación Denominada Proceso Simplificado Para La Adquisición De Productos Agropecuarios De La Agricultura Familiar Y Se Fijan Criterios Para La Realización De Los Procesos De Contratación Y Selección Aplicadas Para Estas Adquisiciones.*

Gobierno de Paraguay. (2014). Resolución N° 178, 20 de enero de 2014, *En El Cual Se Establecen Los Lineamientos Generales Para Aplicar La Modalidad De Contratación Denominada Proceso Simplificado Para La Adquisición De Productos Agropecuarios De La Agricultura Familiar Establecida por El Decreto 1.056/13 Y Se Aprueban Los Documentos Estándar A Utilizar En Los Mismos*”

Gobierno de Paraguay. (2019). Decrto 9.270/2018, 30 de julio de 2018 “Por El Cual Se Establece La Modalidad Complementaria De Contratación Denominada Proceso Simplificado Para La Adquisición De Productos Agropecuarios De La Agricultura Familiar Y Se Fijan Criterios Para La Realización De Los Procesos De Contratación Y Selección Aplicadas Para Estas Adquisiciones.”

Gobierno de República Dominicana. (2012). Decreto No. 543-12 que establece el Reglamento de la Ley Sobre Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones. <http://www.consultoria.gov.do/Documents/GetDocument?reference=7d5fe2c9-9c20-4b6c-91f5-89a9291a8220>

Gobierno de la República Dominicana. (2017). Decreto No. 15-17 De Control de Gasto y Pago de Proveedores.

BID, FOMIN, DGCP (2015). *Fortalecimiento del Rol de las MIPYMES como proveedores del Sistema Nacional de Compras Públicas.* https://www.dgcp.gob.do/new_dgcp/documentos/fomen/Descripcion%20General%20Proyecto%20MIPYMEs.pdf

Ley 8.706 (2014). <http://compras.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/63/2019/09/LEY-8706-Administracion-Financiera.pdf>

Mendoza +B. (n.d.). *Mendoza +B.* <https://www.mendozamasb.org>

Mendoza Emprende. (n.d.). Mendoza Emprende. Incubando Procesos Sostenibles. http://mendozaemprende.org/portfolio_page/desarrollo-emprendedor-universidad-nacional-de-cuyo/

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2015). *Informe de resultados: Análisis de género en las empresas.* Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas. <https://studylib.es/doc/5032762/informe-de-resultados--análisis-de-género-en-las-empresas>

Ministerio de Industria y Comercio y MIPYMES (2016). *Informa de Gestión MIPYMES 2015- 2016.* <https://www.micm.gob.do/images/pdf/otros/Gestion%20Mipymes%202017%20Digital.pdf>



Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). (2013). *Recomendación del Consejo sobre la igualdad de género en la educación, el empleo y la actividad empresarial*. <https://www.oecd.org/els/2013-oecd-recommendation-of-the-council-on-gender-equality-in-education-employment-and-entrepreneurship-9789264279391-en.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2014). *Agricultura familiar en América Latina y el Caribe. Recomendaciones de política* (S. Salcedo & L. Guzmán, Eds.). <http://www.fao.org/docrep/019/i3788s/i3788s.pdf>

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos. (2015). *Recomendación del Consejo sobre la igualdad de género en la vida pública*. <https://www.oecd.org/gov/2015-oecd-recommendation-of-the-council-on-gender-equality-in-public-life-9789264252820-en.htm>

One Planet Network. (n.d.). *Compras públicas sostenibles y ecoetiquetado*. <https://www.oneplanetnetwork.org/initiative/sustainable-public-procurement-and-ecolabelling-sppel>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2019). *Informe de desarrollo humano 2019*. <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2019.pdf>

República del Paraguay, Secretaria Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social (n.d.). *Programa Sembrando Oportunidades*. <http://www.stp.gov.py/v1/programa-sembrando-opportunidades/>

Sistema B (n.d.). Sistema B - Quienes somos. <https://sistemab.org/quienes-somos-4/>

SheTrades (n.d.). Acerca de SheTrades.com. <https://www.shetrades.com/en/about#about>

Thévenon, O. , Ali, N., Adema, W., & Salvi del Pero, A. (2012). *Effects of reducing gender gaps in education and labour force participation on economic growth in the OECD* (OECD Social, Employment and Migration Working Papers, N°138). OCDE Publishing. https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/effects-of-reducing-gender-gaps-in-education-and-labour-force-participation-on-economic-growth-in-the-oecd_5k8xb722w928-en

**© 2020 Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos
y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenibles (IISD siglas en Ingles)
Publicado por la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos
y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenibles.**

ISBN 978-0-8270-6998-5