Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2015 - JUNIO 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Fortalecimiento del rol de las MIPYMES como proveedores en el SNCP

Nro. Proyecto: DR-M1043 - Proyecto No.: ATN/ME-13937-DR

Propósito: Desarrollo de servicios de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para reducir las barreras que limitan la participación de las MIPYMES en procesos de compras públicas, realizándose un piloto de estos servicios focalizado en MIPYMES de mujeres.

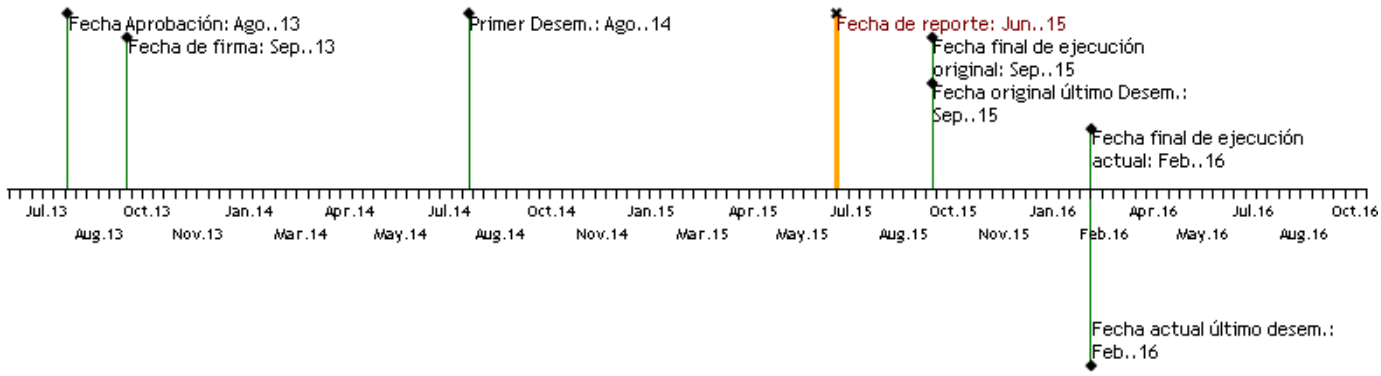
País Administrador	País Beneficiario
REPÚBLICA DOMINICANA	REPÚBLICA DOMINICANA

Agencia Ejecutora: DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

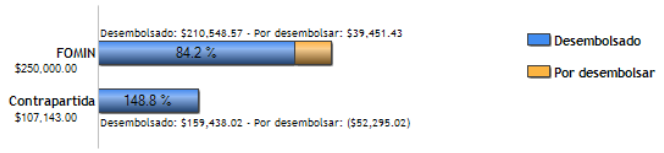
Líder equipo de diseño: SMELDY RAMIREZ

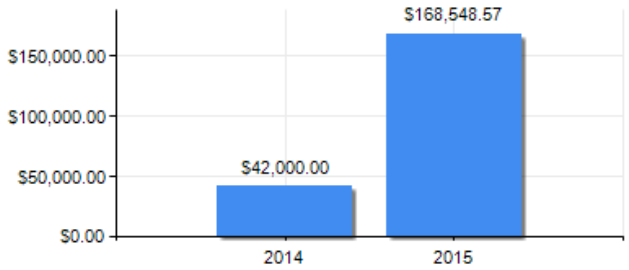
Líder equipo de supervisión: MARIANA WETTSTEIN

CICLO DEL PROYECTO

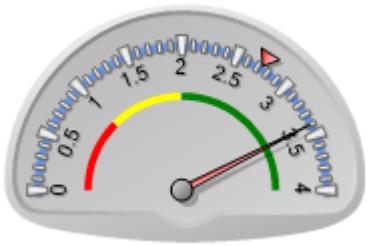


RECURSOS

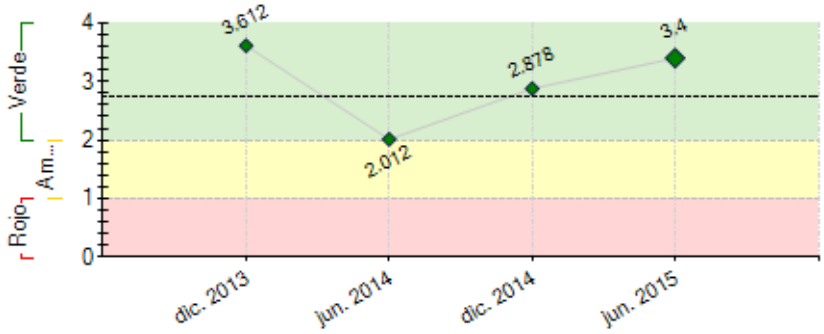




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.4
Promedio FOMIN: 2.737

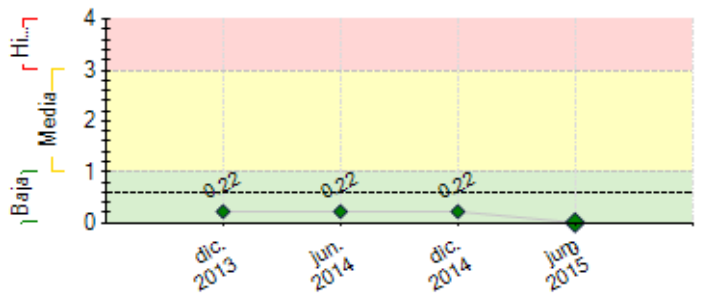


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Baja
Adquisiciones:	Baja
Capacidad Técnica:	Baja



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.608

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Los principales logros alcanzados a la fecha son: 13,393 nuevas MIPYMES inscritas en el registro de Proveedor del Estado (3,226 son "certificadas Ministerio de Industria y Comercio (MIC)" y 10,194 son "no certificadas por el MIC y otras"), a las cuales se le han adjudicado un total de 124,154 contratos (56,474 a "certificadas por el MIC" y 67,680 a "no certificadas por el MIC y otras"). En términos de capacitación, 56 talleres han sido impartidos con un resultado de 3,089 MIPYMES capacitadas, entre estas 1,474 mujeres. Otros logros alcanzados son el desarrollo de la aplicación ComprasRD, la Guía MIPYME, el Catálogo de Bienes y Servicios MIPYME para el Mercado Público y las Ruedas de Negocios. Por otro lado el proyecto ha presentó dificultad para conseguir perfiles especializados en materia de compras públicas vinculada a MIPYME. La acción tomada para la mitigación de estos riesgos fue: solicitar extensión en términos de tiempo del proyecto ATN. Con respecto a la perspectiva futura del proyecto en cuanto al logro de los objetivos finales son altamente optimistas, debido que el 88% de los hitos del proyecto han sido alcanzados. En lo que respecta al resto del proyecto, se pondrá especial énfasis a las siguientes acciones: contratación de consultores, invitación a las mujeres para participar en el programa piloto, diseño y ejecución del programa piloto y la ejecución de la consultoría de comunicación con enfoque de género.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El Proyecto se encuentra en la etapa final de ejecución y tiene cumplidas de forma altamente satisfactoria muchas de las actividades planificadas, destacándose de manera particular el número de MIPYMES lideradas por mujeres que acceden al SNCP, en donde se superó la meta establecida.

De todos modos, será necesario extender unos meses el Proyecto para poder desarrollar las últimas dos consultorías previstas, una vinculada a la implementación del piloto y la otra a la estrategia de comunicación (conexa a este producto), las cuales se vieron demoradas debido a la dificultad para conseguir profesionales con los perfiles requeridos.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Logros alcanzados en periodo: 1. Desarrollo 2da Rueda Negocios Mercado Público. Contó con participación 103 MIPYMES; 19 de mujeres, obteniendo como resultado 639 entrevista. 2.Catálogo de Bienes y Servicios MIPYME para el Mercado Público, la cual es una herramienta electrónica cuyo objetivo es reunir la información principales de la actividad comercial de la MIPYME para facilitar su acceso al mercado público. 3.Encuesta a Mujeres sobre el SNCP, la cual obtuvo más de 1000 respuestas y cuyo objetivo es conocer las opiniones de este sector sobre las Compras Públicas e implementar políticas públicas a favor de las mujeres. Por otro lado el proyecto presentó cierto nivel de dificultad en la parte de contacto con las MIPYMEs para que conocieran las iniciativas que hemos estado realizado y la recolección de información y fotografías para el Catálogo. Como medidas de mitigación ante esta dificultad realizamos alianzas estratégicas con asociaciones de MIPYMES con el objetivo de que funjan como canal de distribución de las iniciativas. En el próximo semestre la institución se estará concentrando en el desarrollo de las siguientes actividades: Diseño y ejecución de programa piloto, con el objetivo de reforzar las asociaciones de mujeres e impulsar su acceso al mercado público, y en la contratación del especialista en Comunicación de Enfoque de Género con Énfasis en Mujeres, que asesore a la institución en temas referentes de comunicación de iniciativas dirigidas al sector de las mujeres

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

En el próximo semestre, como el Ejecutor indica, el foco estará en el desarrollo del piloto de capacitación a las mujeres empresarias sobre las herramientas desarrolladas en el Proyecto, y en el diseño e implementación de la estrategia de comunicación. Es de destacar que se está redefiniendo el piloto a efectos de garantizar su sostenibilidad (mediante formación de formadores y la suscripción de un acuerdo con el Infotep).

Además, deberá realizarse el cierre técnico y financiero del Proyecto, contratando la Evaluación Final, los EFAs y efectuando el taller de cierre.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Propósito:

Desarrollo de servicios de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para reducir las barreras que limitan la participación de las MIPYMES en procesos de compras públicas, realizándose un piloto de estos servicios focalizado en MIPYMES de mujeres.

	Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
R.1	Número de MIPYMES nuevas que están inscritas en el registro único de proveedores.	0				6000	8774	
						Sep. 2015	Jun. 2015	
R.2	Número de MIPYMES nuevas que presentan ofertas.	0				500	5333	
						Sep. 2015	Jun. 2015	

Componente 1: Planificación estratégica para MIPYMES

Peso: 41%

Clasificación: Satisfactorio

C1.I1	Número de Planes Estratégicos para promover la participación de las MIPYMES	0				1	1	Finalizado
						Sep. 2014	Jul. 2014	

Componente 2: Implementación piloto en MIPYMES de mujeres

Peso: 59%

Clasificación: Satisfactorio

C2.I1	Número de base de datos de asociaciones y MIPYMES de mujeres identificadas para participar en el programa piloto	0				1	2	Finalizado
						Mar. 2015	Oct. 2014	
C2.I2	Número de Set de Herramientas (publicaciones, guías, manuales, etc.) para apoyar la participación de las MIPYMES.	0				1	1	Finalizado
						Mar. 2015	Sep. 2014	
C2.I3	Lineamientos para la implementación del programa piloto y la estrategia de programa piloto.	0				1	1	En curso
						Mar. 2015	Jul. 2014	
C2.I4	Número de talleres y capacitaciones impartidos a MIPYMES.	0				10	56	Finalizado
						Sep. 2015	Jun. 2015	
C2.I5	Número de MIPYMES lideradas por mujeres informadas y sensibilizadas para participar del sistema de compras públicas.	0				300	474	Finalizado
						Sep. 2015	Ene. 2015	

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H2	Borrador de Estudio de Mercado con Oferta de Mipymes	1	Mar. 2014	1	Jul. 2014	Logrado tarde
H1	Condiciones previas	6	May. 2014	6	May. 2014	Logrado
H4	[*] Borrador Plan estratégico de MIPyMES presentado	1	Sep. 2014	1	Sep. 2014	Logrado tarde
H3	Estudio de Mercado con Oferta de Mipymes completado	1	Sep. 2014	1	Jul. 2014	Logrado
H5	[*] Plan estrategico de MIPYMES validado	1	Nov. 2014	1	Sep. 2014	Logrado
H6	Primera parte de set de herramientas	1	Sep. 2015	1	Jun. 2015	Logrado
H7	Base de datos de asociaciones y MIPYMES de mujeres	1	Sep. 2015	1	Jul. 2014	Logrado
H8	Segunda parte de set de herramientas	1	Dic. 2015	1	Jun. 2015	Logrado
H9	[*] Estrategia de comunicación	1	Ene. 2016			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 7 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 2 **RIESGOS MITIGADOS:** 5

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

La Dirección General de Contrataciones Públicas ha contribuido con la sostenibilidad del desarrollo de las MIPYMEs en el Mercado Público, incluyendo como objetivo la "Incorporación de las MIPYMEs al Mercado Público con perspectiva de género e inclusión" como primer eje de su Plan estratégico Institucional. Esto es con la finalidad de que las MIPYMEs sean suplidoras del Estado y de las grandes empresas, utilizando al Sistema Nacional de Compras Públicas como herramienta para el desarrollo y otros beneficios que le permiten tener mejor acceso a este mercado. Adicionalmente para garantizar la sostenibilidad del mismo se ha contemplado la creación de una nueva área dentro de la organización para pasar de acciones de proyecto a procesos específicos de un área funcional.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. Seguimiento a los contactos captados en la rueda de negocios: como resultado del acercamiento con los participantes en las diferentes ruedas de negocios, se logró obtener la base de datos inicial con las informaciones de contacto del actor, con el objetivo de incluirlos en los talleres de capacitación y futuras ruedas de negocios, asegurando de esta manera que tengan un mayor manejo al momento de participar en procesos de compra con el Estado.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
2. Encuesta a Involucrados en el Sistema Nacional de Compras Públicas: Conocer las opiniones y recomendaciones de los involucrados en el proyecto con respecto al Sistema Nacional de Compras Públicas es una iniciativa muy efectiva, pues como resultado se obtiene mucha informacion útil para mejorar la eficiencia y transparencia de las compras estatales. Realizamos una encuesta en mayo 2015 dirigida a las MIPYMEs de Mujeres y como resultados obtuvimos más de 577 respuestas del sector con informaciones de valor para el sistema. Del mismo modo realizamos dos encuestas a un total de 40 técnicos que dirigen las Unidades de Compra con el objetivo de identificar las oportunidades de mejora y puntos a sensibilizar en relación al desarrollo de las MIPYMES.	Implementación	Acra, Claudia
3. Desarrollo del catálogo de proveedores: Contar con herramientas tecnológicas que permitan a las Unidades de Compras conocer las gran variedad de MIPYMES que existe en el mercado, las características de una empresa en específico y los productos, bienes o servicios que oferta, permitirá que los Técnicos que llevan adelante los procesos de compra puedan ampliar su cartera de proveedores e incrementar el nivel de participación de las MIPYMEs en el mercado público. Al momento contamos con una primera versión que contiene 100 MIPYMEs proveedores del Estado distribuidos en empresas dirigidas por Mujeres y empresas dirigidas por Hombres.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
4. Mejores Prácticas: Apoyo de herramientas virtuales para difusión de las iniciativas. La distribución de informaciones de interés al sector MIPYME a través de los diferentes mecanismos y herramientas que ofrecen las redes sociales, puede resultar muy efectivo al momento de que mayor cantidad de MIPYMES y Mujeres conozcan las oportunidades en desarrollo y existentes para poder acceder al mercado público.	Implementación	Acra, Claudia
5. Contar con un equipo técnico especializado en MIPYME para llevar adelante los proyectos en la institución. Es necesario disponer de la especialización necesaria, para poder implementar iniciativas orientadas al desarrollo de mecanismos sostenibles que contribuyan al fortalecimiento a las MIPYME, con miras a que puedan participar en el mercado de las compras públicas, acceder a servicios financieros, así como también, para la promoción de iniciativas empresariales e implementación de estrategias de simplificación de procedimientos legales.	Implementación	Acra, Claudia
6. Mejores Prácticas: Rueda de Negocios del Mercado Público: Tomando como referencia las ruedas de negocios del mercado privado, se adapta la metodología para el sector público. Se permite que empresas nuevas en el mercado público, con productos novedosos y de sectores priorizados en el sistema público de fomento productivo, mantengan entrevistas con diferentes instituciones públicas que potencialmente puede convocarlos a los procesos de compra en una etapa posterior. En un breve lapso de tiempo, las empresas logran tener de primera mano la oportunidad de presentar, intercambiar opiniones y recibir información de potenciales compradores. Esto permite que las personas se conozcan cara a cara. A fines de 2014 se realizó la primera rueda de negocios del sector público en la República Dominicana y se espera replicar este evento en diferentes puntos del país a lo largo de 2015.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
7. Mejores Prácticas: Clasificación de las empresas del Registro de Proveedores del Estado por género: Para poder tener información sobre la participación de la mujer empresaria en el mercado público se debe incorporar un indicador de género en el Registro de Proveedores del Estado. Este indicador permite medir la situación actual y en qué medida las acciones en favor de las mujeres empresarias repercuten en una mayor participación en el mercado público. A fines de 2014 se introdujo ese marcador en la República Dominicana.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
8. Mejores Prácticas: Aplicación Móvil de oportunidades del mercado público: Se debe contar con facilidades para que las empresas puedan acceder a las oportunidades del mercado público en la tecnología que más crecimiento tiene, que es la de los Smartphone. A fines de 2014 se lanzó la Apps ComprasRD que funciona actualmente para Android. Se espera contar con la plataforma de Apple para marzo de 2015. Esta aplicación fácilmente configurable e instalable permite a los empresarios recibir notificaciones de las convocatorias de las diferentes unidades de compras, mediante múltiples parámetros.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
9. Mejores Prácticas: Estudio de Mercado: Contar con un estudio de mercado y de percepción sobre la situación del acceso de la MIPYME, con énfasis en mujeres empresarias, al mercado público. Es muy importante contar con información a detalle del sector, sus opiniones, barreras de acceso, institucionalidad de apoyo, y una ruta de medidas a adoptar para lograr la meta de una alta participación de la MIPYME en este mercado. Este estudio se ha culminado a fines de 2014 en República Dominicana.	Sostenibilidad	Acra, Claudia
10. En los proyectos con el sector público que implican cambios importantes en la forma de trabajar, es clave contar con el apoyo político necesario y tener a un líder que sea capaz de conformar un equipo y guiarlo a lo largo del proceso.	Implementación	Acra, Claudia