



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2015 - DICIEMBRE 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

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

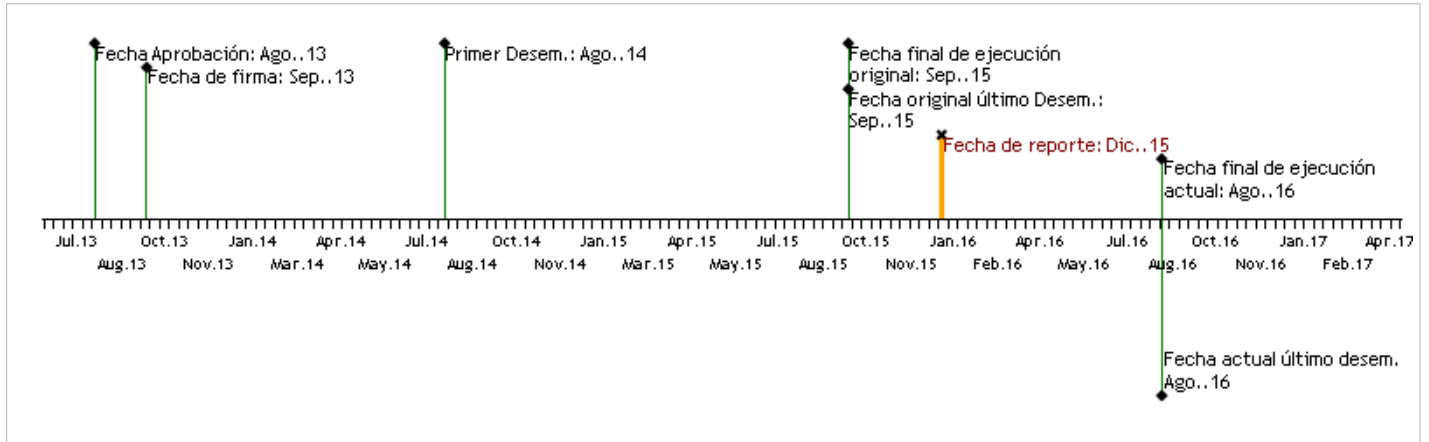
Nro. Proyecto: DR-M1043 - Proyecto No.: ATN/ME-13937-DR

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.

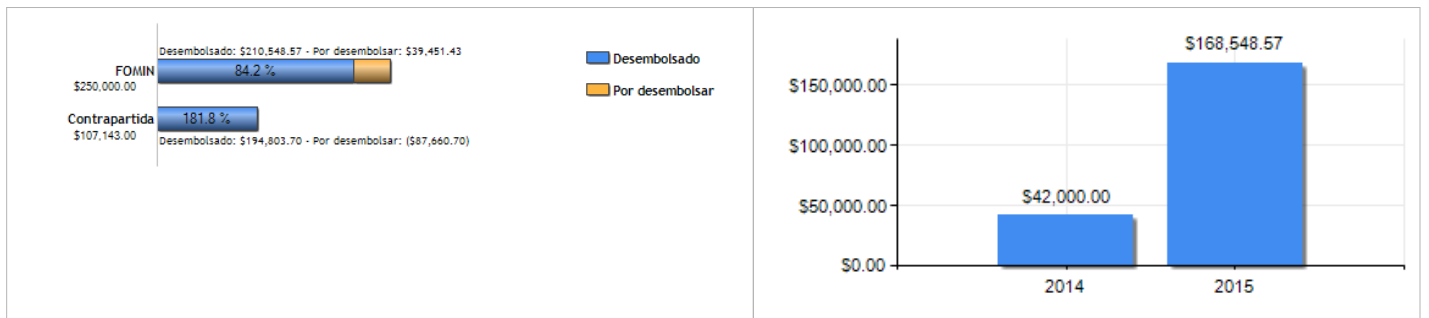
País Administrador: REPÚBLICA DOMINICANA
País Beneficiario: REPÚBLICA DOMINICANA

Agencia Ejecutora: DIRECCIÓN GENERAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA
Líder equipo de diseño: SMELDY RAMIREZ
Líder equipo de supervisión: MARIANA WETTSTEIN

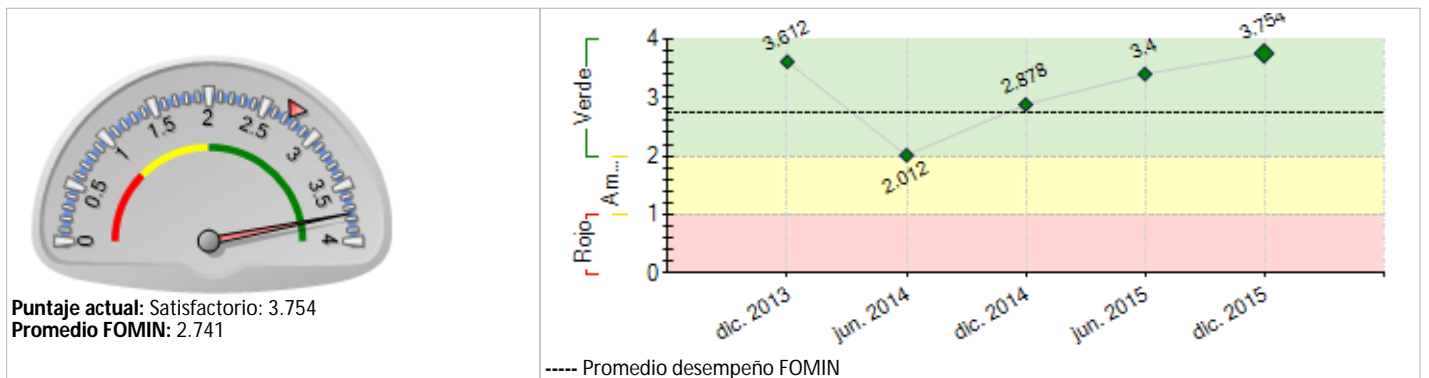
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS



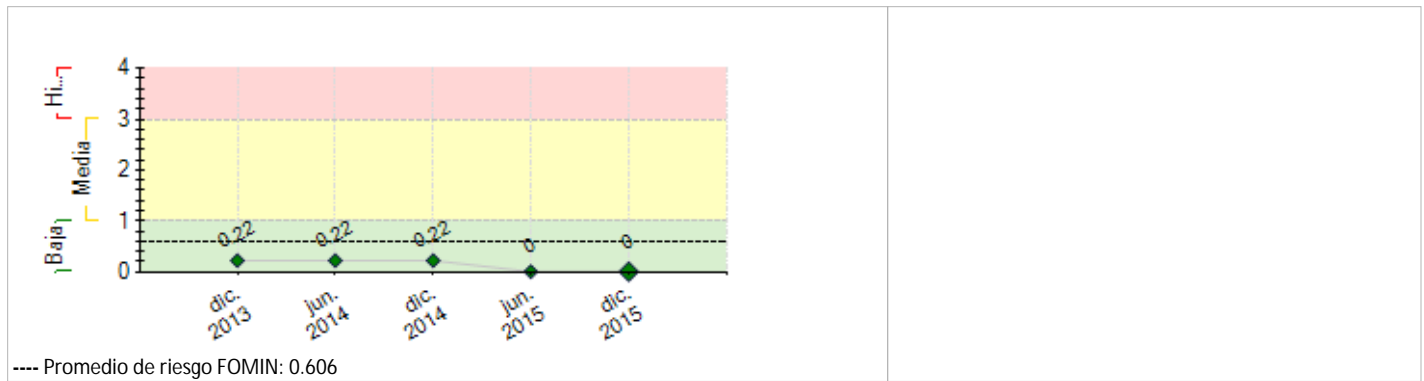
PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Los principales logros alcanzados a la fecha: 16515 nuevas MIPYMES inscritas en Registro Proveedor Estado (3659 "certificadas MIC" y 12892 "no certificadas MIC y otras"), a las cuales se le han adjudicado un total de 151410 contratos (64606 a "certificadas por el MIC" y 86804 a "no certificadas MIC y otras"). En capacitación, 82 talleres han sido impartidos con un resultado de 4861 MIPYMES capacitadas, entre estas 2363 mujeres. Otros logros: desarrollo iniciativas de acceso a mercado como 2 Ruedas Negocios del mercado público, 3 talleres de alfabetización digital parte de la implementación del piloto mujeres, la realización de un taller de habilidades blandas y sensibilización sobre el mercado público a asociaciones dirigidas por mujeres y la contratación de especialista en Comunicación de Género para fortalecimiento de la comunicación institucional. El proyecto presentó dificultad para conseguir laboratorios de informática disponibles para impartir los talleres que componen el piloto de mujeres. La acción para la mitigación de estos riesgos: realizar convenios con universidades para apoyo y colaboración para dichos fines. En cuanto al logro de los objetivos finales son altamente optimistas, debido que las actividades pendientes del segundo componente están en ejecución. En lo que respecta al resto del proyecto, se pondrá especial énfasis a las siguientes acciones: inicio de los procesos de contratación de los consultores de auditoría y evaluación del proyecto.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El Proyecto ha avanzado a muy buen ritmo. Esto permitió lograr los objetivos propuestos prácticamente en el tiempo previsto, a pesar de la demora en el arranque de la ejecución, por temas administrativos. La extensión que se otorgó fue para poder hacer un cierre ordenado de la operación, tanto desde el punto de vista técnico como financiero y culminar la implementación de la campaña de comunicación.

Esta campaña contribuirá a atraer a más mujeres líderes de PYMES al sector público como proveedoras, apoyándolas con las herramientas desarrolladas a través del Proyecto, y logrando por tanto un mayor impacto.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Los principales logros alcanzados en este periodo fueron: el desarrollo de la 3ra Rueda de Negocios del Mercado Público, la cual contó con la participación de 221 MIPYMES, de la cuales 119 de ellas fueron mujeres, obteniendo como resultado un estimado de 2,221 entrevistas de negocios; como parte de evaluación de esta iniciativa se realizó un sondeo, 31 respuestas fueron recibidas donde se evidenció que el 25% de los mismos lograron formalizar negocios con el Estado. Del piloto de mujeres, se realizó 3 talleres de alfabetización digital en herramientas de acceso a mercado, con un resultado total de 59 mujeres capacitadas y la actividad "degustación de Catering de MIPYMES lideradas por mujeres", contó con la participación de 14 mujeres y 9 unidades de compra, cuyo objetivo fue fomentar la participación de la mujer en el mercado público. Otro logro alcanzado fue la contratación del consultor para el fortalecimiento de comunicación institucional con enfoque de Género, con lo cual se espera iniciar una campaña publicitaria que impulse la participación de mujeres en el mercado público. En el próximo semestre la institución se estará concentrando en el desarrollo de las siguientes actividades: cierre del programa piloto de mujeres, inicio de los procesos de contratación de los consultores de auditoría y evaluación del proyecto.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Ya prácticamente todas las actividades han culminado. Como indica el Ejecutor, en el tiempo que queda hasta el cierre de la operación la atención estará concentrada en continuar con la campaña de comunicación, la realización de la evaluación final y la auditoría y la actividad de cierre.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

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	9263	
					Sep. 2015	Dic. 2015	
R.2 Número de MIPYMES nuevas que presentan ofertas.	0				500	13201	
					Sep. 2015	Ene. 2016	

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.

Componente 1: Planificación estratégica para MIPYMES

Peso: 41%

Clasificación: Satisfactorio

C1.11	Número de Planes Estratégicos para promover la participación de las MIPYMES	0				1	1	Finalizado
C2.11	Número de base de datos de asociaciones y MIPYMES de mujeres identificadas para participar en el programa piloto	0				1	2	Finalizado
C2.12	Número de Set de Herramientas (publicaciones, guías, manuales, etc.) para apoyar la participación de las MIPYMES.	0				1	1	Finalizado
C2.13	Lineamientos para la implementación del programa piloto y la estrategia de programa piloto.	0				1	1	En curso
C2.14	Número de talleres y capacitaciones impartidos a MIPYMES.	0				10	56	Finalizado
C2.15	Número de MIPYMES lideradas por mujeres informadas y sensibilizadas para participar del sistema de compras públicas.	0				300	474	Finalizado

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 estratégico 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: MIP - Muy 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 proveedoras 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. Las compras públicas más que un fin deben ser un instrumento para promover el crecimiento de las PYMES y la consecución de nuevos clientes, basándose en la mejora continua que les permita aumentar su competitividad.	Implementation	Wettstein, Mariana [FOMIN]
2. Implementación de modelo ajustado a la necesidad del mercado: la Dirección General de Contrataciones Públicas desarrolló e implementó un modelo de intervención al mercado, el cual crea un ambiente ajustado a las realidades de las MIPYMES y mujeres de la República Dominicana y fomenta la igualdad de condiciones para todos los participantes del mercado público en todo el territorio nacional. En este modelo, se analizan las informaciones del mercado para identificar las oportunidades de negocios y desarrollo para este sector, las cuales son difundidas a través de campañas de promoción en los diferentes medios de comunicación y finalmente se asegura la inserción en el mercado público con acompañamientos, asistencias técnicas y capacitaciones al proveedor del Estado durante todas las etapas en la que necesite reforzamiento.	Implementation	Acra, Claudia
3. Realización de eventos sectorizados: este tipo de iniciativas permite un contacto directo y	Implementation	Acra, Claudia

específico entre la demanda y la oferta del mercado, asegurando un intercambio de mayor calidad entre los actores participantes del mismo.