



Reforma y modernización en la gestión de las compras públicas en la provincia de Buenos Aires

El proceso de difusión de innovación tecnológica y normativa durante el período 2007-2021

Leonardo Miguel Fiscante

Contador público, magíster en Administración y Políticas Públicas por la Universidad de San Andrés. Docente de grado en la UCALP. Director de Servicios al Usuario y Acceso a la Información en la Contaduría General de la Provincia de Buenos Aires y miembro de la Red Federal de Contrataciones Gubernamentales.

Resumen

Los procesos de reforma que se producen dentro de la Administración pública se presentan como una oportunidad para mejorar la gestión. Mediante el aprendizaje de experiencias y modelos de buenas prácticas llevadas a cabo en otras jurisdicciones, los gobiernos pretenden innovar la forma de gestionar su aparato administrativo. Por medio de la innovación tecnológica y normativa se busca la optimización de procesos y procedimientos con el fin de hacer más eficiente la burocracia estatal. En el presente artículo, se busca evidenciar el proceso de reforma y modernización del sistema de compras públicas en la provincia de Buenos Aires, a través del comportamiento de los adoptadores de las nuevas herramientas de gestión introducidas, producto de la innovación tecnológica y el impulso en materia normativa.

Palabras clave: Administración pública, compras públicas, difusión, innovación, gestión pública.

Abstract

The reform processes that occur within the public Administration are presented as an opportunity to improve management. By learning from experiences and models of good practice carried out in other jurisdictions, governments intend to innovate the way they manage their administrative apparatus. Through technological and regulatory innovation, the optimization of processes and procedures is sought in order to make the state bureaucracy more efficient. This article seeks to demonstrate the process of reform and modernization of the public procurement system in the province of Buenos Aires, through the behavior of the adopters of the new management tools introduced as a result of technological innovation and the promotion in regulatory matters.

Key words: *public Administration, public procurement, dissemination, innovation, public management.*

Introducción

Los procesos de reforma e innovación en la Administración pública se originan por una necesidad de cambio en la gestión del aparato público. El aprendizaje acerca de las distintas formas de administrar el Estado permite mejorar procesos para optimizar la implementación de políticas públicas. Las experiencias exitosas llevadas a cabo en algunos países a menudo son adoptadas por otras naciones a distintos niveles de gobierno, siguiendo distintos modelos de difusión. Entendemos este proceso de difusión como un flujo de transmisión de ideas innovadoras en un área específica de gestión desde un país a otro o dentro de un mismo país a distintos niveles de gobierno. Para que esto ocurra, la teoría nos proporciona distintos mecanismos por los cuales esta transferencia ocurre hacia la implementación de nuevas herramientas de gestión.

La innovación ha permitido que la gestión pública avance considerablemente al ritmo de las prácticas de gestión utilizadas en el sector privado¹. Este fenómeno le ha facilitado al sector público la adopción de nuevas tecnologías para mejorar la gestión de procesos y procedimientos. Desde lo público, la adopción de herramientas de gestión basadas en el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) debe estar previamente contemplado dentro de normas que faculden su uso. Mediante este intercambio entre innovación tecnológica y avances en materia normativa², nuevas herramientas llegan a los usuarios, quienes las adoptan a medida que pasa el tiempo.

¿A qué nos referimos con «innovar en el ámbito público»? Al hablar de innovación en el sector público, hablamos de nuevas ideas que surgen con el fin de mejorar y agregar valor a procesos y procedimientos administrativos en busca de su optimización. Ese valor deberá medirse en términos del nivel de aceptación por parte de los usuarios y en la medida en que esos procesos sean mejorados, producto de la implementación de la innovación. El sector privado nos ha enseñado que, para competir, es necesario innovar constantemente con el fin de obtener ventajas comparativas entre empresas en una determinada industria. Sin embargo, el sector público merece un análisis un poco distinto. Aunque este no tiene rivales directos en la provisión de bienes y servicios públicos, se han evidenciado procesos de aprendizaje y competencia entre Estados para adoptar innovaciones, ideas y políticas. Es por esto por lo que no se excluye al sector público de buscar nuevas y mejores formas de gestionar que también generen valor en términos de eficiencia, eficacia y transparencia. Estas innovaciones, que pueden surgir desde el ámbito privado y luego ser

¹ El modelo de la Nueva Gestión Pública (NGP) nos presenta el enfoque por el cual las herramientas, tecnologías, procesos y procedimientos utilizados en el sector privado pueden ser adoptadas por el sector público.

² Utilizaremos indistintamente las frases «avances en materia normativa», «avances normativos» e «innovación normativa» en el sentido de todas aquellas normas que se dictan con el fin de innovar dentro de la gestión pública.

adoptadas por el sector público, favorecen la curva de aprendizaje al generar ahorros en desarrollos a menudo costosos y que llevan tiempo en perfeccionar. El fin último debe ser la implementación de nuevas y mejores prácticas de gestión, en el menor tiempo posible y cuya aplicación sirva para mejorar la burocracia estatal.

Dicho esto, en el ámbito del mercado de las compras públicas, la innovación ha sido un factor relevante en los últimos años. La aplicación de herramientas tecnológicas innovadoras utilizadas por el sector privado hacia la gestión de las contrataciones públicas ha arrojado resultados prometedores en miras de lograr la optimización de procesos y, así, optimizar la gestión pública. Las innovaciones que acompañaron el proceso de reforma del mercado público en la provincia de Buenos Aires pasaron por una fase de difusión hacia la adopción de nuevas herramientas de gestión. Asimismo, el impacto de la pandemia ocasionada por el COVID-19 generó la necesidad de readaptar e innovar la forma de gestionar procedimientos administrativos mediante la implementación de las TIC.

En este contexto, el presente trabajo tiene como propósito analizar el fenómeno de difusión de innovación que acompañó la reforma del mercado público en el ámbito bonaerense y pretende explicar el proceso de adopción de una de las herramientas tecnológicas de gestión implementadas durante ese período. Dentro del mercado de compras públicas provincial, nos concentraremos en las etapas interactiva y transaccional de la reforma, que culminaron con la implementación de la plataforma de compras electrónicas Provincia de Buenos Aires Compras (PBAC). Durante esas etapas, la interacción entre proveedores, adoptadores de estas nuevas tecnologías, y las áreas de compras era posible mediante una inscripción ante un registro informatizado a través de una plataforma interactiva. El uso de esta herramienta mantuvo un ritmo de adopción constante con algunas variaciones en el tiempo. Este análisis resulta valioso porque permite estudiar los factores que afectaron el proceso de difusión de innovación tecnológica. Para ello analizaremos el comportamiento de los adoptadores de esta plataforma durante el período 2007-2021. Utilizaremos los modelos de innovación y difusión de políticas de Berry y Berry (2010) y el modelo de difusión de innovación de Rogers (1983). Con estos modelos, intentaremos explicar el proceso de difusión y definiremos las categorías de adoptadores de la plataforma interactiva en el camino hacia la modernización del mercado público en la provincia de Buenos Aires.

Asimismo, reflexionaremos acerca de la relación entre la innovación tecnológica y normativa, ambas variables con alta incidencia sobre el comportamiento de los adoptadores dentro del proceso de difusión. Aunque otras variables pueden incidir en el nivel de adopción, nuestro análisis solo tomará en cuenta las innovaciones en materia tecnológica y normativa. Bajo este esquema, afirmamos que la innovación en la gestión pública mantiene una relación directa entre la innovación tecnológica y los avances que se producen desde lo normativo.

1. La innovación y el proceso de difusión

1.1. ¿Por qué innovar?

La innovación juega un rol trascendental en la gestión pública con relación a las formas de administrar el Estado. La Carta Iberoamericana de Innovación en la Gestión Pública, en su preámbulo, comienza con la afirmación de que «... las administraciones públicas son agentes innovadores que continuamente están transformando y ampliando las políticas y los servicios públicos que prestan a los ciudadanos en función de sus nuevas demandas y necesidades» (Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo [CLAD], 2020, p. 3). Esto es así porque el sector público debe adaptarse constantemente a los nuevos desafíos que se le presentan a la sociedad, sus complejidades y la creciente demanda de bienes y servicios destinados a la implementación de políticas públicas. La innovación en la gestión pública inevitablemente se encuentra en el centro de la agenda política en búsqueda de la creación de valor para el bien colectivo (CLAD, 2020).

En el sentido de lo expresado en el párrafo anterior, cuando surge una idea innovadora y esta se implementa de manera exitosa dentro de un sistema social, en ocasiones esta puede ser captada por miembros de otro sistema para luego ser adoptada dentro de un nuevo contexto. De esta forma, puede reducirse la curva de aprendizaje que surge al querer gestar desde cero una nueva idea, minimizando el riesgo y la demora asociados a la implementación de una innovación. Debemos entender que innovar debe buscar mejorar la gestión pública y hacerla más eficiente.

1.2. Concepto de difusión de innovación

Rogers define a la *difusión* como «... el proceso por el cual se comunica una innovación a través de ciertos canales en el tiempo entre los miembros de un sistema social» (Rogers, 1983, p. 5). Dentro de este enunciado, se conjugan varios elementos distintivos. En primer lugar, la innovación en sí misma, la nueva idea que formará parte del proceso de difusión. Segundo, el componente temporal que hace de la difusión un proceso que se desenvuelve en el tiempo. Esto es importante dado que, una vez que la innovación se introduce, el tiempo determinará el ritmo de adopción que servirá para medir su nivel de adhesión, éxito o fracaso. Tercero, la innovación se comunica entre miembros por medio de diversos canales. A medida que los primeros en adoptar una innovación aprueban su uso, otros se enteran y deciden seguir o no el camino de los innovadores. Finalmente, tenemos el elemento contenedor del proceso de difusión de esa innovación. Este comprende el ámbito en donde la innovación se propaga y distingue a sus miembros de aquellos pertenecientes a otros sistemas sociales. Al proceso de transmisión de conocimientos, ideas y aprendizajes, lo denominamos *difusión de innovación*.

Podemos ver al proceso de difusión como un agente de cambio que altera el funcionamiento de un sistema social. A través de la historia, la difusión ha sido protagonista de procesos de adop-

ción de nuevas tecnologías introducidas en las últimas décadas. La televisión en color, la telefonía celular, el uso de computadoras personales, el acceso a internet, por nombrar algunos, son innovaciones que han pasado por procesos de difusión para lograr su adopción en el tiempo³.

1.3. La difusión de innovación en el ámbito público

La difusión de innovación en el ámbito público se presenta como un proceso por el cual se adoptan ideas, innovaciones, aprendizajes y políticas exitosas de otros niveles de gobierno dentro de un mismo país o incluso de otros países pertenecientes a una región. Berry y Berry (2010) establecen la hipótesis de que los Estados emulan innovaciones por tres razones básicas. Estos aprenden, compiten y se someten a presión en el afán de adoptar nuevas formas de gestionar e implementar políticas públicas. Los autores exponen dos escenarios que se presentan al adoptar ideas nuevas. El primero se basa en lo que denominan *determinantes internos*. En este escenario, las innovaciones se producen a causa de las condiciones internas propias políticas, económicas y sociales de un Estado. Ellas nacen desde el interior sin influencias externas. Bajo el segundo escenario, la difusión se consolida en la interacción intergubernamental. Distintos niveles de gobierno imitan políticas que han dado resultado en otras jurisdicciones de un mismo país o de países distintos. Al iniciarse un proceso de difusión, con cualquiera de los escenarios planteados, los autores definen cinco modelos distintivos que explican cómo la captación de innovaciones se produce. Mediante la Figura 1, podemos apreciar los distintos modelos que revelan cómo se propaga una innovación.

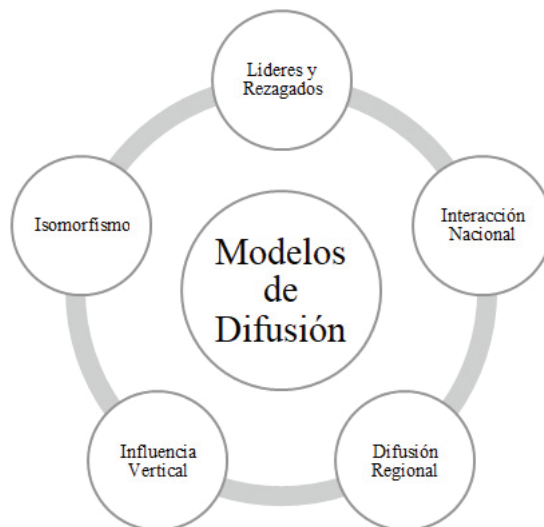


Figura 1. Modelos de difusión según Berry y Berry (2010). Elaboración propia.

³ Una ilustración de Nicholas Felton sobre la tasa de adopción de distintas tecnologías puede verse en <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/imagepages/2008/02/10/opinion/10op.graphic.ready.html>

Estos modelos ayudan a comprender los distintos argumentos que hacen posible diferenciar un proceso de difusión de innovaciones de otro, poniendo el foco en aquellos elementos causales que le dan origen. Para comenzar, el primer modelo se caracteriza por contemplar la interacción nacional dentro del proceso de difusión. Este supone la interacción entre funcionarios del sector público que se vinculan a través de redes a nivel nacional. A mayor interacción, mayor es la probabilidad de que un programa sea transmitido de un Estado a otro y, así, se concrete su adopción. El modelo de difusión regional, en cambio, introduce la idea de que existen influencias a nivel geográfico. Una innovación exitosa en un país puede resultar novedosa y ser adoptada por otro país vecino.

A menudo una jurisdicción se encuentra más avanzada que otra en la implementación de determinadas políticas. Distintos niveles de gobierno pueden adoptar políticas o herramientas de gestión consideradas más eficientes, al ser líderes en esa materia; mientras que otros niveles se ubican en una posición rezagada. Bajo esta idea central, se presenta el modelo de «líderes y rezagados». De esta forma, se genera un proceso de aprendizaje que conlleva a la difusión de innovaciones desde aquellos con mayor grado de avance hacia los que tienen un menor nivel de progreso en determinada materia. Mientras algunas jurisdicciones son pioneras en la implementación de ciertas innovaciones, otras pueden aprovecharse de esta experiencia con el fin de suavizar su curva de aprendizaje en la adopción de esa innovación.

El modelo de «isomorfismo» nos presenta una situación particular. Los Estados, bajo los fundamentos de este modelo, son generalmente similares. Esto hace posible la adopción de una innovación por el hecho de poder contar con información acerca de los resultados obtenidos, fruto de ya haber sido implementada. Debido a que se comparten características similares entre jurisdicciones, es posible la comparación para determinar si adoptar la innovación redundará en resultados futuros deseables.

Finalmente, el modelo de «influencia vertical» toma como eje central que el proceso de difusión es un fenómeno vertical y no horizontal. En este caso, las políticas implementadas por el Gobierno nacional son adoptadas por los gobiernos de niveles inferiores dentro de un mismo Estado. Con esta noción, el Gobierno nacional cumple el rol de pionero, como en el modelo de líderes y rezagados.

Estos modelos pueden presentarse individualmente o de manera conjunta dentro de un mismo proceso de difusión. Una política, idea o innovación puede ser adoptada por medio de uno o varios de los modelos mencionados. El aprendizaje se deriva de un proceso de captación a través de distintos medios, lo que deriva en la implementación de una nueva tecnología, herramienta de gestión o política pública innovadora.

Debido a que las innovaciones se implementan dentro de distintos contextos sociales y luego se comparten, estas deben adaptarse al nuevo contexto antes de su adopción. Dolowitz y Marsh consideran lo siguiente:

... la transferencia de políticas, la emulación y el aprendizaje se refieren todos al proceso por el cual el conocimiento de políticas, arreglos administrativos, instituciones, etc. en un tiempo y/o lugar es utilizado en el desarrollo de políticas, arreglos administrativos e instituciones en otro tiempo y/o lugar... (Dolowitz y Marsh, 1996, p. 344)

El aprendizaje se refiere a la noción de que los actores políticos de un país aprenden de políticas implementadas en otros países y luego las adoptan. Stone (2007) afirma que el aprendizaje previo es fundamental para una transferencia exitosa, en oposición a una transferencia que pudiera fracasar sin el conocimiento de los antecedentes de la innovación por adoptar. La autora realiza una diferenciación entre la transferencia de normas y conocimientos y la transferencia de herramientas de política, estructuras y procedimientos⁴, ya que cada una determinará distintos grados de complejidad en el proceso de adopción.

Resumiendo, la difusión debe surgir necesariamente mediante un proceso previo de aprendizaje de la innovación por adoptar para que esta tenga mayor probabilidad de éxito en su implementación. La evaluación previa de contextos sociales, institucionales, normativos y estructurales entre jurisdicciones resulta indispensable para lograr la transmisión de políticas.

1.4. El proceso de difusión de innovación y las categorías de adoptadores

Una vez que la innovación se introduce, podemos clasificar en distintas categorías a quienes adoptan la nueva tecnología, idea o política de acuerdo a la velocidad a la que ellas se adoptan. Para ello, Rogers (1983) nos presenta un modelo para comprender el proceso de difusión y adopción de una innovación en el tiempo. Este análisis puede realizarse una vez que la innovación se ha difundido completamente a los integrantes del sistema o para monitorear el proceso a medida que la difusión transcurre. Mediante esta metodología, la recopilación de datos debe realizarse en dos o más momentos, con el fin de obtener mejores resultados. En este análisis, llamaremos *adoptadores* a aquellos que aceptan y adoptan la innovación. La siguiente figura muestra la curva de difusión S de innovación, herramienta que permite visualizar gráficamente el número o porcentaje de adoptadores en el tiempo:

⁴ Stone denomina a la transferencia de normas y conocimientos como «suaves» (*soft*), y la transferencia de herramientas de política, estructuras y procedimientos como «duras» o (*hard*).

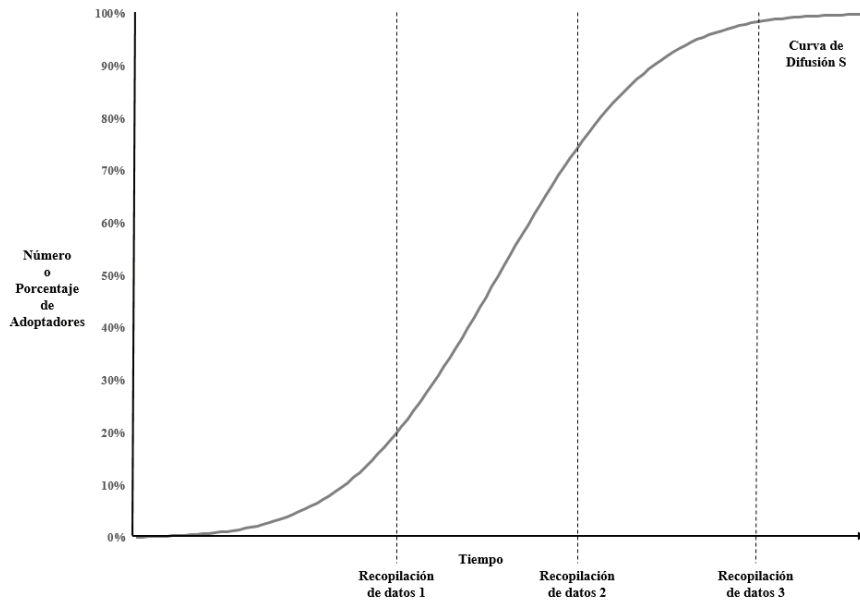


Figura 2. La forma de la curva de difusión S de innovación, la recopilación de datos y el porcentaje de adoptadores según Rogers (1983, p. 96). Elaboración propia.

Dentro del modelo, Rogers presenta la categorización de adoptadores utilizando la distribución de frecuencia normal, ya que el comportamiento de estos se aproxima con suficiente exactitud a esta distribución⁵. La Figura 3 muestra las cinco categorías de adoptadores y su ubicación dentro de la curva de distribución:

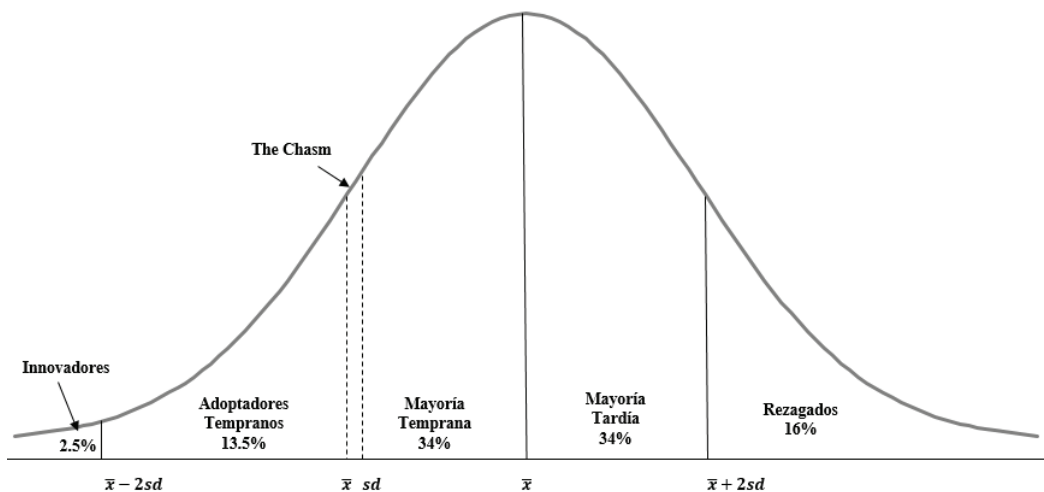


Figura 3. Categorización de adoptadores, la curva de distribución normal según Rogers (1983, p. 247) y *the chasm* ('la grieta'). Elaboración propia.

⁵ Tanto la curva de difusión S como la distribución de frecuencia normal muestran lo mismo, la adopción de una innovación en el tiempo.

Rogers (1983) define al primer 2.5 % de adoptadores como «innovadores» o aventureros. Dentro de esta categoría, se encuentran los primeros en adoptar la nueva idea, descubrimiento o herramienta tecnológica. Se caracterizan por no ser adversos al riesgo asociado con adoptar la innovación. La próxima categoría comprende el 13.5 % siguiente de adoptadores. A estos se los denominan «adoptadores tempranos»; se distinguen por ser los más respetables del grupo, ya que se encuentran comprendidos por adoptadores cuya opinión es escuchada. Generalmente, cuentan con mayor información y son vistos con respeto por sus pares como formadores de opinión que ostentan una posición de liderazgo. Al adoptar la nueva idea, este grupo reduce la incertidumbre que pudieran tener los demás acerca de la innovación.

La siguiente categoría corresponde al 34 % del total de adoptadores. Son los denominados «mayoría temprana» y conforman un eslabón importante en el proceso de difusión al suministrar conectividad en la comunicación de la red entre los que adoptan la innovación tempranamente y los que la adoptan de manera tardía.

Luego, se encuentran aquellos que pertenecen a la «mayoría tardía» y se los considera los más escépticos. Estos forman el siguiente 34 %; se ubican justo detrás del 50 % del total de adoptadores. Se caracterizan por abrazar la nueva idea por una cuestión de necesidad económica o por presión ejercida por otros miembros de la red. Son escépticos y cautelosos, hasta que la mayoría toma el paso hacia la adopción. El peso de las normas del sistema y la presión de los pares hacen que este grupo, finalmente, se decida por unirse a los demás.

Entre la categoría de «adoptadores tempranos» y la «mayoría temprana», existe una grieta. Definida por Moore (1991) como «the chasm», este es un puente crítico que los «adoptadores tempranos» deben cruzar a fin de intentar convencer a los más escépticos para que acepten la innovación. Luego de este tramo, la curva comenzará a caer hasta quedar solamente la última categoría de adoptadores.

Finalmente, los «rezagados» son los últimos pertenecientes al sistema que se inclinan hacia la adopción de la innovación. En esta categoría, se encuentran aquellos carentes de liderazgo. Su principal característica es la de ser tradicionalistas al darle valor al pasado, siendo temerosos de lo nuevo. Cuando este grupo adopta la innovación es muy probable que esa ya haya sido superada por otra. Son inseguros de las innovaciones y de los agentes de cambio, y se genera cierta resistencia hacia la adopción de la nueva idea.

Ahora estamos en condiciones de realizar la categorización establecida y graficarla sobre la curva de difusión S con el porcentaje acumulado de adoptadores a que pertenece cada categoría. El punto de inflexión puede visualizarse en donde la curva comienza a crecer abruptamente al atravesar la marca del 16 %. Podemos observar cada categoría de adoptadores dentro la curva S, como muestra la Figura 4:

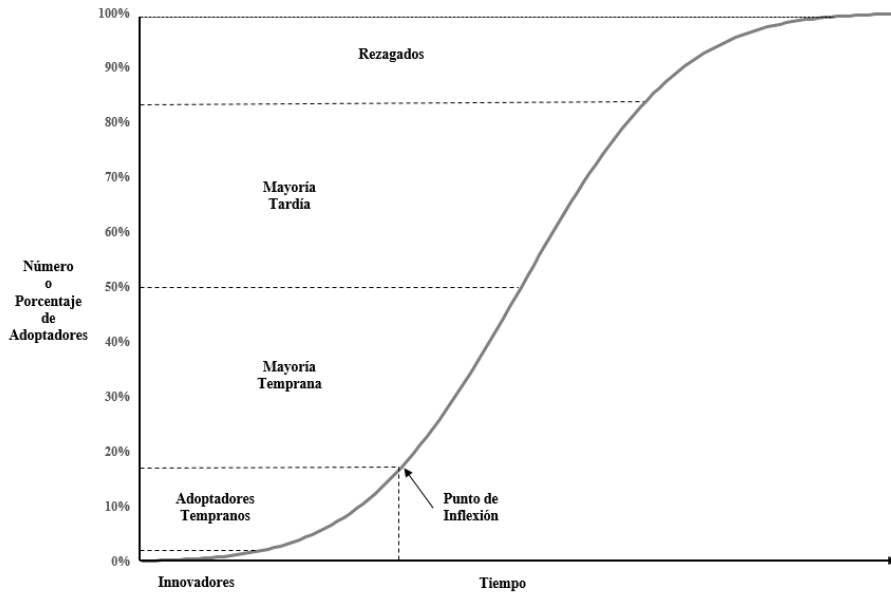


Figura 4. Curva de difusión S, la categorización de adoptadores y el punto de inflexión sobre la función de distribución acumulada. Elaboración propia.

Un punto interesante de este análisis consiste en el rol de los incentivos. Para Rogers (1983), existen incentivos que pueden afectar la tasa de adopción y estimular la comunicación dentro del sistema. Estos pueden estimular a otros grupos a que, finalmente, adopten la innovación. Sin embargo, en el largo plazo, si estos desaparecen, suelen producir efectos adversos al reducir la motivación para adoptar. Las políticas de incentivos pueden ser mejoradas mediante el abordaje de estudios empíricos que brinden mayor información sobre el comportamiento de los adoptadores. Asimismo, puede servir de incentivos la introducción de otras innovaciones en relación directa con la innovación principal, lo cual puede influir sobre la tasa de adopción de esta. En nuestro caso, veremos que ciertos factores que afectaron a la innovación tecnológica introducida produjeron tanto incentivos como desincentivos dentro del proceso de difusión.

Aunque existen críticas al modelo de difusión de Rogers⁶, la categorización de adoptadores y el comportamiento que estos toman ante la aparición de una innovación describe con bastante exactitud el proceso por el cual las innovaciones son adoptadas. Resumiendo, cuando aparece una innovación, se puede observar que esta se difunde en el tiempo a través de distintos canales y dentro de un sistema social para revelar distintas categorías de adoptadores.

Como veremos en la siguiente sección, la curva de difusión puede verse afectada por varios factores que hacen que ella tome distintas formas. Mientras más vertical sea la curva de difusión S, más rápidamente será la velocidad de adopción. Por el contrario, un aplanamiento de la curva

⁶ Para un análisis crítico sobre las conjeturas teóricas del modelo de difusión de innovaciones, ver Lyytinen y Damsgaard (2001).

se traduce en un ritmo de adopción más lento en el tiempo. Se observará que la introducción de distintos tipos de innovaciones puede tener un impacto sobre la tasa de adopción. En nuestro caso, la introducción de innovaciones tecnológicas y normativas en materia de compras públicas tuvo incidencia sobre la tasa de adopción en el período bajo estudio.

2. Evidencia empírica sobre el proceso de difusión de innovación tecnológica y normativa en la reforma del mercado de compras públicas en la provincia de Buenos Aires (2007-2021)

2.1. Las tres etapas de la reforma y los modelos de difusión

La reforma en el mercado de compras públicas de la provincia de Buenos Aires ha sido el producto de un proceso de aprendizaje de experiencias de buenas prácticas, tomando como influencias los casos de reforma y modernización exitosos llevados a cabo en la región y dentro del país. Si bien otras provincias estaban modernizando sus sistemas de compras, con distintos grados de avance, en suma, las principales experiencias externas e internas que influyeron sobre la reforma pueden apreciarse en la Figura 5.

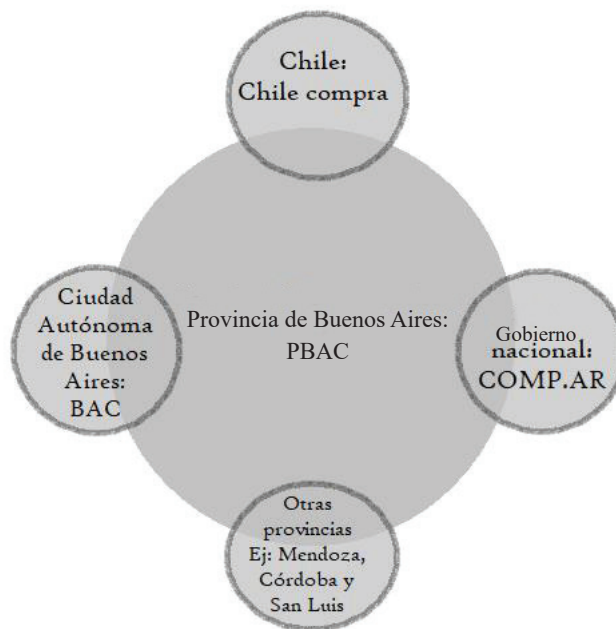


Figura 5: Influencias externas e internas sobre el proceso de reforma en la provincia de Buenos Aires. Elaboración propia.

Con el marco teórico de Berry y Berry (2010), podemos presentar, por cada etapa de la reforma, los modelos que influenciaron el proceso de difusión de innovación de políticas de compras en la provincia de Buenos Aires:

- Etapa I (1999/2007)⁷: difusión regional, isomorfismo, influencia vertical.
- Etapa II (2008/2015): interacción nacional, difusión regional, líderes y rezagados, isomorfismo, influencia vertical.
- Etapa III (2016/2019): interacción nacional, difusión regional, líderes y rezagados, isomorfismo, influencia vertical.

La división del proceso de reforma desde 1999 hasta 2019 permite desagregar por etapas la influencia de cada uno de los modelos. Para el modelo de difusión regional, la experiencia de Chile⁸ jugó un papel protagónico en cada etapa. En los modelos de isomorfismo, influencia vertical, interacción nacional y de líderes y rezagados, se evidenciaron las experiencias de otras provincias en el país y aquellas del Gobierno nacional y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En estas últimas, con la implementación de plataformas interactivas de proveedores y transaccionales de compras electrónicas, junto con avances en materia de legislación sobre contrataciones públicas. En la segunda etapa, con la constitución de la Red Federal de Contrataciones Gubernamentales⁹, el proceso de difusión entre jurisdicciones se potenció aún más. Estas tres etapas permiten darle un contexto a la reforma, teniendo en cuenta las influencias externas e internas. El proceso de difusión se focalizó en aprender de las experiencias en materia de buenas prácticas, tecnologías, procedimientos y marcos normativos aplicados en el país y en el exterior con el fin de concretar la modernización del sistema de compras públicas bonaerense.

El proceso de reforma dejó entrever la difusión de innovación, principalmente, en el plano tecnológico y normativo. En ese sentido, la introducción de las herramientas disponibles para gestionar las compras públicas atravesó tres grandes olas identificadas dentro de cada una de las etapas definidas¹⁰. Estas se caracterizaron por la implementación de innovaciones en materia tecnológica que habían revolucionado los sistemas de compras de la región¹¹.

La primera ola se dio por iniciada con la «etapa informativa» a partir del año 1999. Con esta etapa, las oportunidades de compras del Estado debían publicarse en el portal oficial del Gobierno

⁷ Aunque nuestro estudio no abarca el período anterior al año 2007, incluimos a esta etapa para presentar el proceso de reforma desde su inicio.

⁸ Chile reformó su sistema de compras e introdujo la plataforma interactiva ChileProveedores y la plataforma transaccional ChileCompra.

⁹ En el año 2009, los órganos rectores de compras y contrataciones de cada provincia, incluidas Nación y la Ciudad de Buenos Aires, se reunieron en la provincia de Santa Fe y se dio inicio a la Red Federal de Contrataciones Gubernamentales. En este espacio, cada jurisdicción miembro comparte sus experiencias y buenas prácticas en materia de compras públicas con el objetivo de mejorar sus propios sistemas. Su objetivo principal es el de contribuir al fortalecimiento de los sistemas de compras de cada jurisdicción y busca generar iniciativas de reforma y modernización.

¹⁰ Para un análisis completo del proceso de evolución de las compras públicas en la provincia de Buenos Aires, ver Fiscante, L. M. (2022).

¹¹ Cada ola es explicada con mayor detalle por Harper y Sánchez (2017).

de la provincia con el fin de dar publicidad, transparencia y concurrencia a los procesos de compras. A continuación, a fines del año 2007, llega la segunda ola, con lo que se da lugar a la «etapa interactiva». Esta se caracterizó por permitir a los oferentes registrarse en línea a través de un portal de proveedores. Por primera vez, se generó una interacción entre proveedores y las áreas de compras mediante el uso de una herramienta tecnológica. Los proveedores comenzaron a adoptar esta plataforma, y dio comienzo el proceso de difusión de innovación tecnológica de la reforma, eje central de nuestro estudio.

Finalmente, la tercera ola trajo consigo la «etapa transaccional» en el año 2017¹². En esta última etapa, la implementación de una plataforma transaccional de compras permitiría realizar ofertas electrónicamente y dejar de lado el formato papel para su gestión. El uso de esta herramienta posibilitaría el procedimiento electrónico de las contrataciones vía web de manera más eficiente, transparente, a fin de brindar integridad a todo el ciclo de compras.

Mediante la descripción de cada etapa, hemos podido presentar los modelos de difusión que se identificaron dentro de la reforma. En la siguiente sección, abordaremos el impacto de la innovación tecnológica y normativa sobre el proceso de difusión y categorización de adoptadores producto de la introducción de la plataforma interactiva.

2.2. Difusión de innovación tecnológica, normativa y las categorías de adoptadores durante la reforma

Con la implementación de la plataforma interactiva, fue posible realizar la recopilación de datos necesarios para emplear el modelo de Rogers y poder definir las categorías de adoptadores durante el proceso de difusión. La plataforma interactiva de proveedores fue introducida como herramienta de gestión dentro del mercado de compras públicas a partir del año 2007, y el análisis se realizará hasta el año 2021. Con nuestra afirmación de que la tasa de adopción de innovaciones tecnológicas es afectada por los avances en materia normativa, veremos la forma que tomó la curva de difusión mediante la introducción de esta innovación.

Teniendo en cuenta la herramienta implementada, los proveedores fueron adoptando la innovación mientras se atravesaba un proceso de difusión. El período bajo análisis comienza con la habilitación de la plataforma interactiva. Dicha plataforma permitiría la inscripción ante el Registro Único de Proveedores y Licitadores del Estado, el cual es el punto de ingreso al mercado público de compras. La siguiente figura muestra la evolución en la tasa de adopción a raíz de las innovaciones tecnológicas y normativas introducidas durante el período estudiado¹³:

¹² En ese año entraría en vigencia la plataforma Provincia de Buenos Aires Compras (PBAC).

¹³ Vero Anexo I (a) Cantidad de adoptadores (proveedores) por año y acumulado (2007-2021).

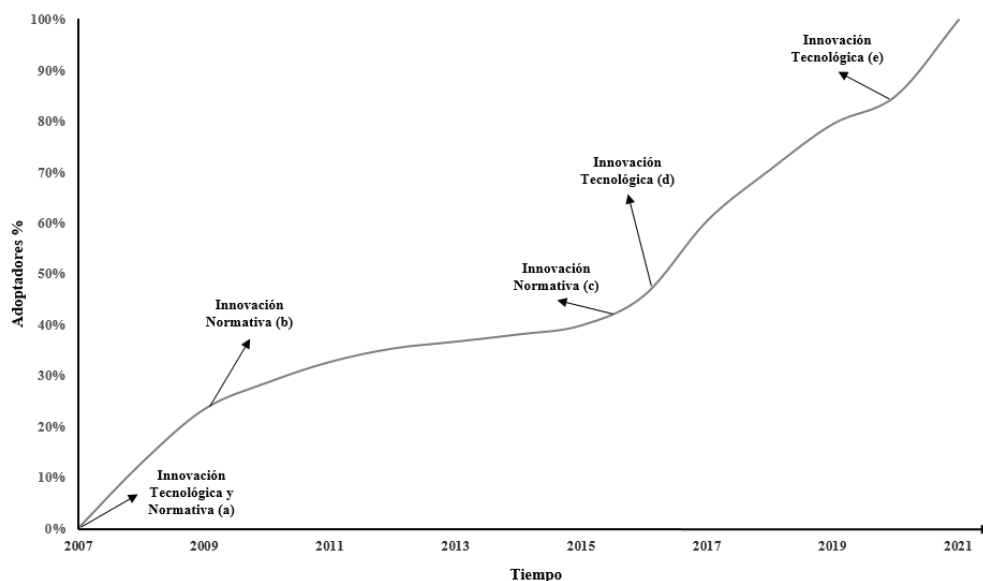


Figura 6. Evolución de adoptadores y el impacto de innovaciones tecnológicas y normativas (2007-2021)¹⁴.
Elaboración propia.

En la Figura 6, podemos visualizar la evolución en la cantidad de proveedores inscriptos ante el Registro durante los años 2007 y 2021. A fines del año 2007, la curva comienza a crecer de manera acelerada con la introducción de la plataforma interactiva mediante la promulgación de la Resolución n.º 990/07¹⁵ en el punto (a) hasta el año 2009. A partir de ese año, se produce un punto de inflexión en la curva cuando se introduce una innovación normativa (b) con la sanción de la Ley 13.981¹⁶. Esta tenía como finalidad la incorporación del Subsistema de Contrataciones del Estado al Sistema de Administración Financiera¹⁷. Desde el punto (b) al punto (c), comienza un aplanamiento de la curva debido a la falta de reglamentación de la mencionada ley. Al no dictarse dicho cuerpo reglamentario, que facultaba la gestión de todas las contrataciones de la provincia por medios electrónicos¹⁸, la desaceleración en la tasa de adopción de la plataforma interactiva fue notable. La cantidad de adoptadores de la plataforma creció, pero con mayor lentitud. Finalmente, con la reglamentación de la ley mediante el Decreto n.º 1300/16¹⁹, se habilitó el uso de la plataforma electrónica transaccional de compras y se introdujo una nueva innovación tecnológica (d)²⁰.

¹⁴ Datos provenientes del Registro Único de Proveedores y Licitadores de la Provincia de Buenos Aires.

¹⁵ La plataforma interactiva quedaría habilitada mediante la Resolución n.º 990/07, luego modificada por la Resolución n.º 1646/08.

¹⁶ La Ley 13.981 incorpora el Subsistema de Contrataciones del Estado al Sistema de Administración Financiera, sancionada el 19 de marzo de 2009.

¹⁷ La Ley 13.767 de Administración Financiera, sancionada el 4 de diciembre del año 2007.

¹⁸ Ver artículo 10 de la Ley 13.981.

¹⁹ Decreto n.º 1300/16, sancionado el 16 de octubre del año 2016.

²⁰ La plataforma transaccional Provincia de Buenos Aires Compras (PBAC) quedó habilitada mediante Re-

Esta implementación produjo un impacto sobre el comportamiento de los usuarios de la plataforma interactiva, y se evidenció un crecimiento en la cantidad de adoptadores. La introducción del sistema electrónico de compras para la gestión de las contrataciones repercutió sobre el proceso de difusión.

Finalmente, con la llegada de la pandemia ocasionada por el COVID-19 en marzo del año 2020, se introdujeron nuevas funcionalidades a la plataforma interactiva. Mediante estas se facilitaban los trámites pues era posible realizarlos totalmente en línea y a distancia, lo cual produjo un nuevo incremento en el número de adoptadores. Vemos como un factor externo provocó un efecto palanca sobre el proceso de difusión y dinamizó el ciclo de difusión.

La Figura 7 muestra la curva acumulada de adoptadores y su categorización según el modelo de difusión de Rogers:

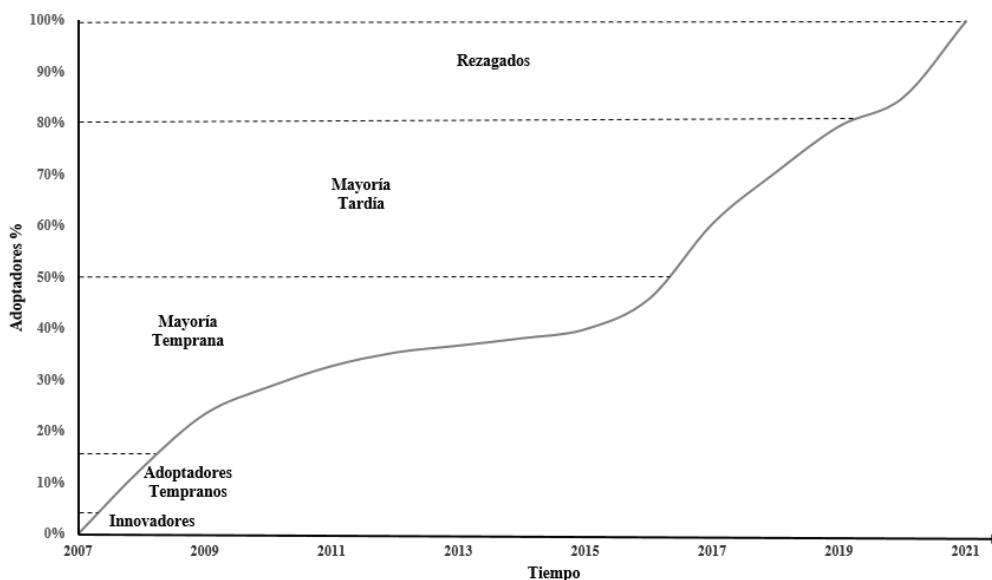


Figura 7. Categorización de adoptadores de la plataforma interactiva (2007-2021). Elaboración propia.

La figura muestra la forma de la curva de adopción acumulada y la categorización según el modelo en donde se puede apreciar la segmentación de cada categoría de adoptadores. Los valores son tomados sobre la base del total de proveedores en cantidades y de acuerdo a los porcentajes.

Al iniciar el proceso, los innovadores fueron los primeros en adoptar la plataforma interactiva en el año 2007. Los adoptadores tempranos los siguieron y, a medida que la mayoría temprana se incorporaba al proceso de difusión, se produjo un estancamiento en la adopción debido a la falta de reglamentación de la ley de compras a partir de su sanción en el año 2009. Luego, la mayoría

solución Conjunta n.º 92/17 y n.º 20/17 de la Contaduría General y la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Provincia de Buenos Aires. Fue promulgada el 3 de abril de 2017.

tardía comenzó a adoptar impulsada por la implementación de la plataforma transaccional en el año 2017, y, por último, adoptaron los rezagados. Estos últimos se beneficiaron del uso probado de la plataforma interactiva por parte de las categorías anteriores y producto de la posibilidad de realizar trámites a distancia a través de ella. De esta forma, la curva acumulada permite visualizar el proceso de difusión en el tiempo.

El siguiente cuadro muestra, por cada categoría de adoptadores, las cantidades y porcentajes visualizadas en la Figura 7:

Categoría de Adoptadores	%	Cantidad de Adaptadores (Proveedores)	Acumulado %
Innovadores	2.5%	190.65	2.5%
Adoptadores Tempranos	13.5%	1029.51	16%
Mayoría Temprana	34%	2592.84	50%
Mayoría Tardía	34%	2592.84	84%
Rezagados	16%	1220.16	100%
Total	100%	7626	100%

Cuadro 1. Adoptadores en cantidades y porcentajes según cada categoría en el proceso de difusión de la plataforma interactiva (2007-2021). Elaboración propia.

El cuadro permite identificar la ubicación de la grieta (*the chasm*) que se produce entre los adoptadores tempranos y la mayoría temprana a partir del 16 % en el año 2009. A partir de este punto, comienza una desaceleración en la adopción de la plataforma interactiva, y la curva se torna más plana. La falta de impulso desde lo normativo resultaría ser una de las causas en la forma que tomó la curva de difusión.

Por medio de la función de distribución acumulada y los datos recopilados estamos en condiciones de trazar la curva de difusión de innovación S²¹. La Figura 8 ilustra la forma de la curva en el período analizado.

²¹ Ver Anexo I (b) curva de difusión S: función de distribución acumulada (FDA).

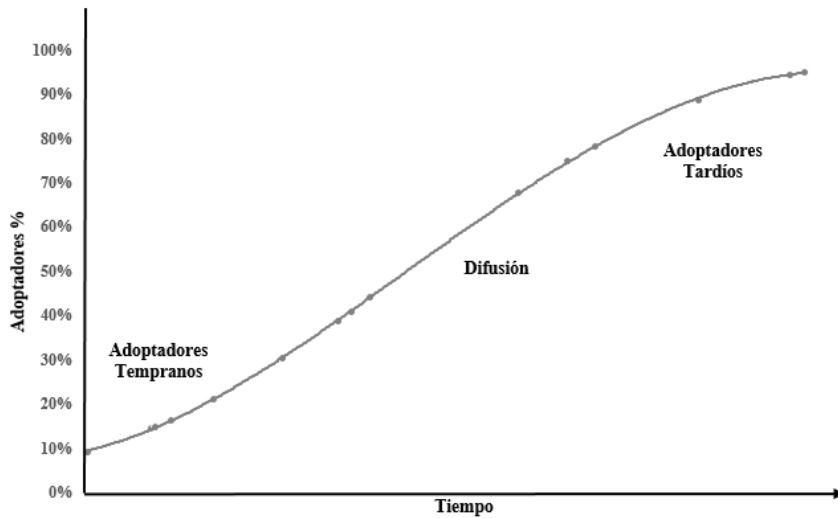


Figura 8. Curva de difusión de innovación S para el período 2007-2021. Elaboración propia.

Observamos que la curva de difusión S de nuestro caso toma una forma más aplanada que la curva de la Figura 4. En el primer tramo, se ubican los adoptadores tempranos; le sigue el proceso de difusión con la adopción de la innovación por parte de los tardíos. La pendiente de la curva se vio afectada por el tramo de difusión en ausencia de avances desde lo normativo. Debido a la falta de reglamentación de la Ley 13.981²², la plataforma transaccional de compras electrónicas no se habilitó, lo cual hizo que no se sumen más adoptadores a la plataforma interactiva. En la siguiente figura, puede compararse la curva S de la Figura 8 (a) con la curva presentada en la Figura 4 (b):

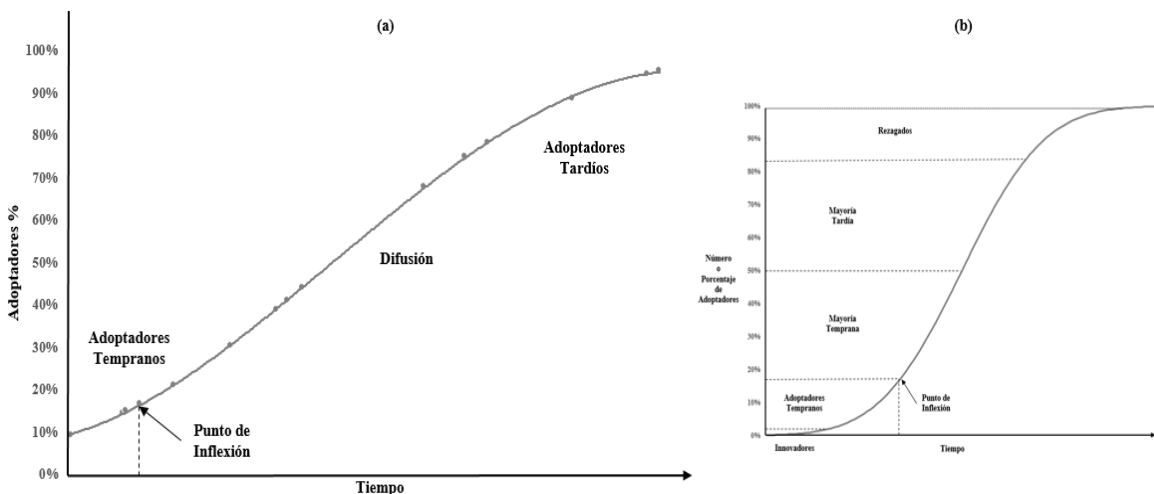


Figura 9. Curva de difusión S de adoptadores para el caso de la implementación de la plataforma interactiva (a), su punto de inflexión y la curva de difusión S de la Figura 4 (b). Elaboración propia.

²² La Ley 13.981 no se reglamentaría sino hasta el año 2016.

Podemos ver en (a) el punto de inflexión en donde se produce el paso de los adoptadores tempranos hacia la mayoría temprana entre los años 2008 y 2009 con un tasa del 16 % de adopción²³. Desde ese punto, la curva comienza a crecer para luego tomar una forma más aplanada. Esto indica un crecimiento más lento en la difusión de la innovación a causa de la falta de avances en materia normativa.

Sin embargo, con la reglamentación de la ley en el año 2016 y la posterior introducción de los trámites a distancia a través de la plataforma interactiva, se aceleró la tasa de adopción. La reglamentación, la introducción de la plataforma transaccional de compras y la posibilidad de realizar los trámites totalmente en línea actuaron de incentivos a favor del proceso de difusión y adopción de la plataforma interactiva.

La segmentación en dos períodos nos permite visualizar el proceso de difusión en tramos. La Figura 10 divide el proceso de difusión segmentando el total acumulado para los años 2007-2015 y 2016-2021 con sus respectivas curvas de difusión S²⁴.

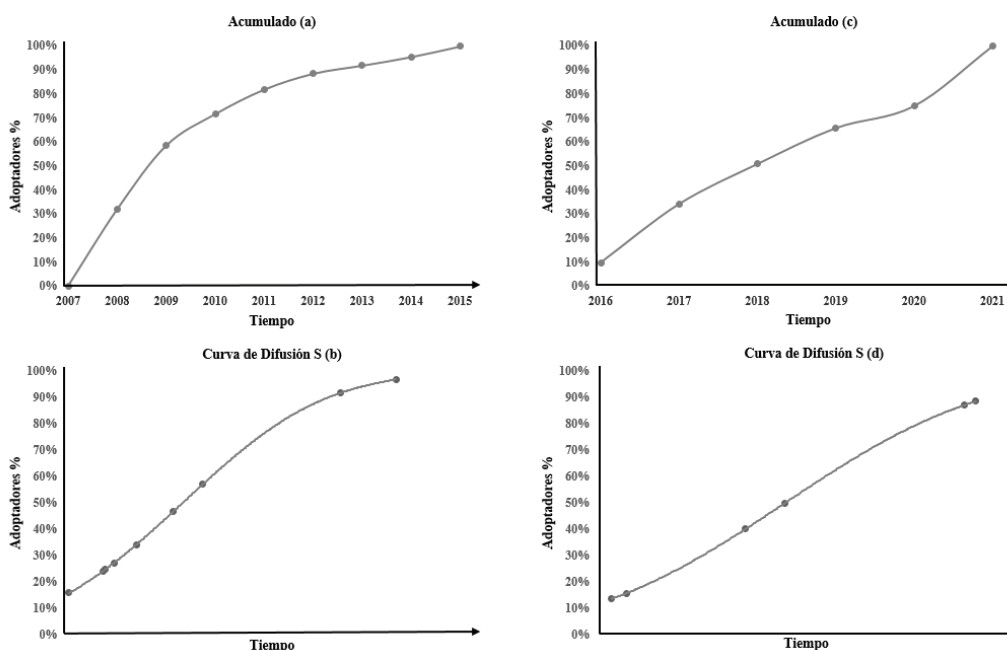


Figura 10. Segmentación de adoptadores por períodos 2007-2015 y 2016-2021. Elaboración propia.

En (a) y (b), se aprecian curvas cuyas pendientes van tomando formas más planas. En este tramo, comienza el proceso de difusión de innovación. El comportamiento de los adoptadores muestra un ritmo acelerado de adopción para luego comenzar a decaer. Esto puede explicarse por la falta de avances en materia normativa. Mientras tanto, en (c) y (d), podemos ver el impacto de

²³ Más de 1220 adoptadores de la plataforma interactiva.

²⁴ Ver Anexos I (c) y I (d) curvas de difusión S: función de distribución acumulada (FDA).

la combinación de innovación tecnológica y normativa, y su efecto sobre la forma creciente más pronunciada de las curvas y el consecuente aumento en la tasa de adopción.

Como herramienta de análisis, el modelo de Rogers nos permite apreciar por medio de la forma de la curva S el proceso de difusión de innovación y la categorización de adoptadores. Estos comenzaron a utilizar la plataforma interactiva al ritmo de los avances normativos y de las demás innovaciones en materia tecnológica, que incidieron sobre su adopción. Inferimos que las innovaciones tecnológicas y normativas se relacionan directamente con el comportamiento de los adoptadores e influyen sobre él. Lo que deja entrever nuestro estudio es que ni las tecnologías ni las normas por sí solas pueden generar altas tasas de adopción. Podemos concluir que la combinación de ambas innovaciones puede generar incentivos que estimulen el comportamiento de los adoptadores y un proceso de difusión más acelerado.

Reflexiones finales

Este trabajo pretende analizar el proceso de difusión de innovaciones ocurrido durante la reforma y modernización del mercado de compras públicas en la provincia de Buenos Aires. Hemos definido, en cada etapa de la reforma, los modelos de difusión establecidos por Berry y Berry (2010). Se evidenció que la reforma se produjo por la influencia de las experiencias y buenas prácticas ocurridas en otros países de la región y a distintos niveles de gobierno a nivel nacional. Lo que ocurría en otras jurisdicciones pudo asimilarse a través de un proceso de aprendizaje; ello abrió el camino hacia la implementación de nuevas herramientas de gestión en materia de compras y contrataciones.

Mediante la aplicación de innovaciones tecnológicas y normativas, se vio afectado el comportamiento de los adoptadores de la plataforma interactiva. La introducción de esta plataforma, puesta a disposición de los proveedores, nos permitió identificar las categorías de adoptadores durante el período bajo estudio. Hemos podido trazar la curva de difusión S; analizamos su forma, teniendo en cuenta la incidencia de las innovaciones en materia tecnológica y el impulso desde los progresos en materia normativa. El proceso de difusión comenzó de manera pronunciada, pero luego se vio frenado a causa de la ausencia de reglamentación de la ley de compras. Podemos afirmar que existe una relación directa entre la innovación tecnológica y normativa, ya que se produce un punto de inflexión a partir de la falta de reglamentación de la Ley 13.981. Una vez que esta logró reglamentarse, el proceso tomó un nuevo empuje y dio lugar a una cantidad mayor de adoptadores de la plataforma interactiva.

Es importante entender cómo reaccionan los adoptadores ante innovaciones tecnológicas y normativas para poder determinar el nivel de éxito del proceso de difusión. Pudimos apreciar que, de no haberse reglamentado la ley, la plataforma transaccional no hubiera sido implementada, con la consecuente reducción en la tasa de adopción de la plataforma interactiva por parte de los proveedores.

La pandemia también nos dejó una enseñanza en relación con la necesidad de innovar. Con la habilitación de trámites en línea, remotos y a distancia, la adopción de nuevas herramientas de gestión se vio beneficiada al incrementarse la cantidad de adoptadores. A raíz de esto, la innovación tecnológica se potenció debido a factores externos. Podemos inferir que una innovación en la gestión pública reacciona a estímulos normativos internos, otras innovaciones e incluso a factores externos que afectan de forma directa el proceso de difusión. Estos incentivos influyeron claramente sobre la adopción de la plataforma interactiva. Producto de la introducción de una nueva innovación, nuevos innovadores comenzaron a adoptar al tiempo que ingresaban rezagados. Esto hizo de la difusión un proceso dinámico.

¿Qué nos deja nuestro análisis? Una vez que se introduce una innovación en materia de gestión pública, debemos contemplar aquellos factores que influyen sobre esta y que pueden incidir sobre el nivel de su adopción en el tiempo. La aceptación de una innovación introducida se verá afectada por el dictado de normas e incluso por otras innovaciones. Con nuestros hallazgos, afirmamos que la innovación en la gestión pública mantiene una relación directa entre la innovación tecnológica y los avances que se producen en materia normativa.

Como reflexión final, podemos inferir que, si se pretende un proceso de difusión de innovación con mayores niveles de aceptación, debemos considerar que lo tecnológico y lo normativo deben ir de la mano. Asimismo, aunque cada categoría de adoptadores depende de su propio comportamiento (aceptar o no la innovación), podemos influir sobre la tasa de adopción si se mejoran los canales de comunicación entre los miembros del sistema. Las redes pueden jugar un papel fundamental dentro de este esquema y ser utilizadas para la transmisión de incentivos. Es posible que ellas mejoren el flujo de información de una categoría de adoptadores a otra dentro del sistema, con lo cual se acelera el proceso de difusión de innovación en el tiempo, en busca de optimizar la difusión de innovación. Para futuras investigaciones, deberemos reflexionar sobre la incidencia de otras variables que influyen en el proceso de difusión. Innovaciones en materia política, institucional, de recursos humanos y con relación a los aportes de los planteles técnicos y profesionales pueden tener impactos positivos sobre el rediseño y mejora en la gestión pública.

Anexo I

(a) Cantidad de adoptadores (proveedores) por año y acumulado (2007-2021):

Año	Cantidad de Adoptadores (Proveedores)	Cantidad de Adoptadores (Proveedores) (Acumulado)	%
2007	2	2	0.03%
2008	973	975	12.79%
2009	809	1784	23.39%
2010	399	2183	28.63%
2011	311	2494	32.70%
2012	201	2695	35.34%
2013	103	2798	36.69%
2014	109	2907	38.12%
2015	135	3042	39.89%
2016	451	3493	45.80%
2017	1119	4612	60.48%
2018	765	5377	70.51%
2019	686	6063	79.50%
2020	421	6484	85.02%
2021	1142	7626	100.00%

(b) Curva de difusión S: función de distribución acumulada (FDA) de adoptadores (2007-2021):

Año	Cantidad de Adoptadores (Proveedores)	FDA
2007	2	0.093069892
2008	973	0.887426626
2009	809	0.783712315
2010	399	0.38758599
2011	311	0.303149834
2012	201	0.21111877
2013	103	0.14493675
2014	109	0.148535603
2015	135	0.164816077
2016	451	0.440438637
2017	1119	0.94454605
2018	765	0.748545336
2019	686	0.678557791
2020	421	0.409753236
2021	1142	0.95095381

Promedio: 508.4

Desvío estándar: 383.03

(c) Curva de difusión S: función de distribución acumulada (FDA) de adoptadores (2007-2015):

Año	Cantidad de Adoptadores (Proveedores)	FDA
2007	2	0.159574442
2008	973	0.970130522
2009	809	0.918713608
2010	399	0.57176098
2011	311	0.468097765
2012	201	0.342300719
2013	103	0.242978717
2014	109	0.2485805
2015	135	0.273628365

Promedio: 338

Desvío estándar: 337.27

(d) Curva de difusión S: función de distribución acumulada (FDA) de adoptadores (2016-2021):

Año	Cantidad de Adoptadores (Proveedores)	FDA
2016	451	0.158844545
2017	1119	0.871455516
2018	765	0.501273577
2019	686	0.401677913
2020	421	0.136760572
2021	1142	0.886230649

Promedio: 764

Desvío estándar: 313.24

Referencias

- Berry, F. S. y Berry W. (2010). Modelos de innovación y difusión en el estudio de las políticas públicas. En *Teorías del proceso de las políticas públicas*. Argentina, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Jefatura de Gabinete de Ministros.
- Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD) (2020, 8 de octubre). *Carta Iberoamericana de Innovación en la Gestión Pública*. Aprobada por la XIX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de la Administración Pública y Reforma del Estado, Andorra.
- Dolowitz, D. P. & Marsh, D. (1996). Who Learns from Whom: A Review of the Policy Transfer Literature. *Political Studies*, (44), 343-57.
- Fiscante, L. M. (2022). Proceso de Evolución de las Compras Públicas en la Provincia de Buenos Aires: Las tres olas en el camino hacia la implementación del Provincia de Buenos Aires Compras (1999-2017). *Revista Perspectivas*. (6), 45-60.
- Harper, L. & Sánchez, D. (2017). Electronic Government Procurement in Latin America and the Caribbean. In S. R. Kumar Kin (Ed.), *Digital Governance and E-Government Principles Applied to Public Procurement*. USA: Advisory Board (pp. 203-228).
- Lyytinen, K. & Damsgaard, J. (2001). What's Wrong with the Diffusion of Innovation Theory? The case of a complex and networked technology. In M. A. Ardis et al. (eds.). *Diffusing Software Product and Process Innovations*. IFIP International Federation for Information Processing 2001 (pp. 173-190).
- Moore, G. A. (1991). *Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers*. New York, Harper Business.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). The Free Press, a Division of Macmillan Publishing Co., Inc.
- Stone, D. (2007). Transfer agents and global networks in the “transnationalisation of policy. *Journal of European Public Policy*, 11(3), 545-566. University of Warwick institutional repository. Published online: 17 February 2007. <http://dx.doi.org/10.1080/13501760410001694291>.

Bibliografía complementaria

- Berry, F. S. & Berry W. D. (1990, June). State Lottery Adoptions as Policy Innovations: An Event History Analysis. *American Political Science Review*, 84, 397-415.
- Berry, F. S. & Berry W. (1992, August). Tax Innovations in the States: Capitalizing on Political Opportunity. *American Journal of Political Science*, 36, 715-742.
- Dolowitz, D. P. & Marsh, D. (2000, January). Learning from Abroad: The Role of Policy Transfer in Contemporary Policy-Making. *Governance: An International Journal of Policy and Administration*, 13(1), 5-24. UK. ISSN 0952-1895.

- Fiscante, L. M. (2018). *La hora de la verdad: el proceso de implementación del sistema de compras y contrataciones públicas electrónicas en la Provincia de Buenos Aires, período 1999-2017* [Tesis de Maestría en Administración y Políticas Públicas]. Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. Argentina. <http://hdl.handle.net/10908/16546>.
- Fiscante, L. M. y Piana, R. S. (2018). Procesos de Reforma en los Organismos de Control. El caso del Registro de Proveedores de la Contaduría General de la Provincia de Buenos Aires. *Estudios Sociales del Estado*, 4(7), 214-242. ISSN: 2422-7803.
- Grandinetti, R. M. (2018, abril-julio). Innovación en la gestión pública: más allá y más acá del gobierno abierto. *Estado Abierto, Revista sobre el Estado, la administración y las políticas públicas*, 3(2), 91-115. ISSN 2525-1805.
- Grandinetti, R., Beretta, D., Schweinheim, G. y Rey, M. (Comps.) (2015). *Retos e innovaciones de la Administración pública para el desarrollo democrático en el siglo XXI*. Rosario. ISBN 978-987-33-9709-7 1.
- Oliver, J. & Lodge, M. (2003). The Limitations of 'Policy Transfer' and 'Lesson Drawing' for Public Policy Research. *Political Studies Review*, Vol. 1, 179-193.
- Rose, R. (1993): *Lesson-drawing in Public Policy: A Guide to Learning across Time and Space*. New Jersey, Chatham House, 1993.
- Sabatier, P. A. (ed.) (2010). *Teorías del proceso de las políticas públicas* (traducción y publicación del Proyecto de Modernización del Estado, Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación. Original publicado por Westview Press en 2007). República Argentina.
- Sang, M. Lee & Trimi, S. (2021, February). Convergence innovation in the digital age and in the COVID-19 pandemic crisis. *Journal of Business Research*, 123, 14-22.
- Stone, D. (1999). Learning Lessons and Transferring Policy across Time, Space and Disciplines. *Politics*, 19(1), 51-59. Political Studies Association. Blackwell Publishers.
- Walker, J. L. (1969). The Diffusion of Innovations among the American States. *American Political Science Review*, 63, 880-899.

Normativa consultada

- Argentina. Provincia de Buenos Aires. Ley 13.767 de Administración Financiera. Sancionada el 4 de diciembre del año 2007.
- Argentina. Provincia de Buenos Aires. Resolución n.º 990/07 de la Contaduría General de la Provincia de Buenos Aires. Regula el trámite de inscripción de proveedores. Habilita la plataforma interactiva de inscripción de proveedores. Promulgada el 23 de octubre de 2007.
- Argentina. Provincia de Buenos Aires. Resolución n.º 1646/08 de la Contaduría General de la Provincia de Buenos Aires. Regula el trámite de inscripción de proveedores. Habilita la plataforma interactiva de inscripción de proveedores. Texto ordenado de la Resolución n.º 990/07. Promulgada el 8 de septiembre de 2008.

Argentina. Provincia de Buenos Aires. Ley 13.981. Incorpora el Subsistema de Contrataciones del Estado al Sistema de Administración Financiera. Sancionada el 19 de marzo de 2009.

Argentina. Provincia de Buenos Aires. Decreto n.º 1300/16. Reglamenta la Ley 13.981. Sancionado el 16 de octubre del año 2016.

Argentina. Provincia de Buenos Aires. Resolución Conjunta n.º 92/17 y n.º 20/17 de la Contaduría General y la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Provincia de Buenos Aires. Habilita la plataforma transaccional de compras electrónicas Provincia de Buenos Aires Compras (PBAC). Promulgada el 3 de abril de 2017.

OECD (2019). «Declaración sobre Innovación en el Sector Público». CDD 351OCDE. OECD/LEGAL/0450.