

CONTRATACION PUBLICA: ESTRATEGIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

JOSE MARIA GIMENO FELIU

Universidad de Zaragoza

Catedrático de derecho administrativo

Facultad Derecho. Universidad Zaragoza.

Director Observatorio de Contratación pública (www.obcp.es)



**Universidad
Zaragoza**

1. Contratación pública como estrategia

En esta línea se posiciona claramente, por cierto, el Consejo de la Unión Europea, en el documento **“Conclusiones del Consejo: Inversión pública a través de la contratación pública: recuperación sostenible y reactivación de una economía de la UE resiliente” (2020/C 412I/01)**, donde, tras hacer una prospectiva de la contratación pública insiste en la necesidad de su función estratégica

2. Contratación pública como estrategia: LOS ODS

Los ODS tienen, más allá de su marcado carácter didáctico, una clara incidencia en cómo los poderes adjudicadores deben diseñar la arquitectura de su contratación pública. La Unión Europea ha decidido incluir los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las políticas e iniciativas de la UE a todos los niveles, con el desarrollo sostenible como principio rector esencial de todas las políticas de la Comisión Europea. Idéntica estrategia de asumir como retos de primer orden los ODS se puede constatar entre los distintos poderes públicos españoles, que hacen de su mención una especie de mantra ideológico, cuando lo que interesa es sus consecuencias prácticas y su capacidad de transformación



2. Contratación pública como estrategia: LOS ODS

Los distintos retos de la Agenda de Naciones Unidas encajan en la visión estratégica de la contratación pública, que se visualiza, todavía más, como una importante herramienta jurídica. Es la oportunidad de implementación de los ODS desde una nueva visión “inteligente” del contrato público, que se debe re-contextualizar desde la perspectiva de inversión y no de gasto. Desde esa política de inversión -y no mero gasto- debe analizarse y comprenderse la estrategia para desarrollar los ODS a través del contrato público. Por ello, en este nuevo contexto, a contratación pública puede ser una palanca del cambio económico.



3. Contratos públicos y justicia social

LA CONTRATACION PUBLICA ES UN INSTRUMENTO DE JUSTICIA SOCIAL:

Es necesario, además de la necesaria convicción, planificación, una verdadera estrategia de objetivos realizables a medio y largo plazo (frente a la improvisación) y una visión no meramente “numérica e insensible” sobre los resultados. Como bien advirtió la Abogado General J. KOKOTT en un procedimiento judicial en la Unión Europea, *“Aunque el sabor del azúcar, en sentido estricto, no es diferente en función de si ha sido adquirido de forma justa o injusta, un producto que ha llegado al mercado en condiciones injustas deja un regusto más amargo en el paladar de los clientes conscientes de la responsabilidad social”*. Educar el paladar de instituciones públicas y privadas y de los ciudadanos, para que pongan en valor la sostenibilidad social, es el gran reto para poder consolidar un **Estado de Derecho que puede enarbolar como principal bandera la de la justicia social, que, como recuerda Naciones Unidas, es el núcleo de nuestra misión global para promover el desarrollo y la dignidad humana.**(Agenda 2030 para el desarrollo sostenible aprobada por Naciones Unidas en 2015- en vigor desde el 1 de enero de 2016-, que contempla 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental (son un estrategia de futuro sumamente ambiciosa y transformativa)



4. Significado y valor del contrato público: responsabilidad social

El liderazgo de gobernanza en la contratación pública aconseja su reformulación, con especial atención a la fase de ejecución y cumplimiento, en un contexto de crecimiento sostenible, que integre lo social, ambiental y la equidad como señas de identidad del modelo económico para conseguir un adecuado reequilibrio de riqueza y de derechos y deberes, para avanzar en una sociedad realmente inclusiva. Lo que exige, además de la necesaria convicción, planificación, una verdadera estrategia de objetivos realizables a medio y largo plazo (frente a la improvisación) y una visión no meramente “numérica e insensible” sobre los resultados.

4. Significado y valor del contrato público: responsabilidad social

La Comisión Europea publica la **segunda edición de su guía sobre contratación pública socialmente responsable** (DOUE 18 de junio 2021):

Pretende concienciar a los compradores públicos de los beneficios de una contratación socialmente responsable y explicar de manera práctica las oportunidades que ofrece el marco jurídico de la Unión Europea.

Sus cinco capítulos abordan todos los aspectos del proceso de contratación, más allá del propio procedimiento de licitación. Exponen en detalle cómo pueden considerarse aspectos sociales a lo largo de todo el proceso y proporcionan numerosos ejemplos de prácticas reales de compradores públicos de toda la Unión Europea.

5. Valor estratégico de la contratación pública: condiciones sociales

Valorar como REGLA GENERAL las cláusulas que integren aspectos sociales cuando éstas comportan para el poder adjudicador una ventaja económica. **directa o indirecta**, ligada al producto o servicio objeto del contrato.

La importancia del elemento “social” en las prestaciones a personas: evitar precarización, deslocalización o falseamiento de la competencia.

6. La LCSP como palanca de cambio

- El valor del artículo del 1.3 LCSP. NO ES UNA OPCION. ES LA NUEVA BRUJULA DE GESTION
- La solvencia y su valor social. Comisión europea en su Comunicación sobre Directrices sobre la participación de licitadores y bienes de terceros países en el mercado de contratación pública de la UE - Bruselas, de 24 de julio de 2019. C (2019) 5494 final-.
- Comunicación Small Business Act (2008) para Europa: iniciativa en favor de las pequeñas empresas: enfoque político global con respecto al espíritu empresarial, a fin de fijar irreversiblemente el principio de «pensar primero a pequeña escala» en la formulación de políticas, desde la elaboración de normas hasta los servicios públicos, y promover el crecimiento de las PYMEs ayudándolas a afrontar los problemas que siguen obstaculizando su desarrollo



6. La LCSP como palanca de cambio

- Los criterios de adjudicación: 145 LCSP. Un paso al frente por la sostenibilidad. **INTERPRETACION FUNCIONAL:** STJUE de 17 de diciembre de 2002, Asunto Concordia Bus Finland y la STJUE de 24 de noviembre de 2005, Asunto ti. EAC srl.). Obviamente, los criterios que se fijan deben ser concordantes con la finalidad que se persigue con el contrato, sin que puedan incurrir en discriminación, respetando claro, los principios comunitarios”.
- Las condiciones de ejecución: art. 201: Su carácter obligatorio.

6. La LCSP como palanca de cambio

- **Ejemplo práctico:** en el Tribunal Contratos Públicos de Madrid: en relación a la admisibilidad como condición de ejecución cabe mencionar la Resolución 19/2018, de 10 de enero, la Resolución 331/2017, de 8 de noviembre, con cita de la Resolución 196/2017, de 5 de julio y otras incluidas en esta. Como criterio de adjudicación este Tribunal consideró admisible un criterio como el ahora impugnado en la Resolución 354/2017, de 22 de noviembre y la Resolución 309/2017, de 25 de octubre.
- El Tribunal de Contratos Públicos de Aragón: Acuerdos 72, 73 y 80 de 2016.



6. La LCSP como palanca de cambio

La utilización de criterios sociales o ambientales, en tanto implican una mayor calidad de la prestación, deben servir para “forzar una comparación de ofertas” global, y no para optar entre modelos sociales o no sociales de la oferta (así lo admite la STJUE de 10 de mayo de 2012, *Comisión Europea/Reino de los Países Bajos* que permite establecer como criterio de adjudicación un elemento no intrínseco del producto a suministrar, como es su procedencia del comercio justo, para apreciar su calidad).



7. La gestión de los NEXT GENERATION

- Los pilares del *Next Generation* son una oportunidad para relanzar un nuevo modelo de **servicios públicos inteligentes y “circulares”**, que integren lo **social**, **ambiental** y la **equidad** como señas de identidad del modelo económico para conseguir un adecuado reequilibrio de riqueza y de derechos y deberes, y avanzar en una sociedad realmente inclusiva.
- Urge facilitar la adquisición de innovación y la dinamización de la actividad empresarial, ayudando al tejido PYME a afrontar la crisis con la vocación de mantener y crear empleo.
- Las Administraciones públicas **deben actuar con “inteligencia decisional”**.

8. CONCLUSIÓN

- La compra socialmente responsable no es una mera opción. Debe ser la seña de identidad de una gestión contractual moderna, con visión horizontal de los resultados.
- **La LCSP marca esta nueva forma de gestión de lo público y su interpretación debe estar alineada con los nuevos principios regulatorios, alejados del precio y que piensan en valor (donde la sostenibilidad es un pilar irrenunciable).**