

Perspectiva de Género en las compras públicas. Llamado a la acción



¿SON LAS COMPRAS PÚBLICAS UN MECANISMO PARA CONTRIBUIR A LA IGUALDAD DE GÉNERO Y AL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES?
¿QUIÉNES ACCEDEN A LAS COMPRAS PÚBLICAS HOY? ¿LOS MECANISMOS PÚBLICOS DE LICITACIÓN Y CONTRATACIÓN TIENEN SESGOS DE GÉNERO?
¿CÓMO POTENCIAR A EMPRESAS PROPIEDAD DE MUJERES?



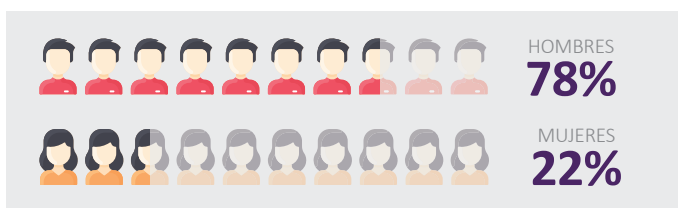
¿POR QUÉ

incorporar empresas propiedad de mujeres a los procesos de compras públicas?



28 billones de USD

Si se cerrara la brecha de género y las mujeres pudieran participar equitativamente en la economía, el PBI mundial anual crecería considerablemente para 2025. El World Economic Forum (2020) ratifica la correlación positiva entre igualdad de género y mayor competencia económica, mayor PIB per cápita y mayor ranking en los índices de Desarrollo Humano.



En la **Ciudad de Buenos Aires**, un estudio realizado por la Fundación de Estudios Políticos, Económicos y Sociales para la Nueva Argentina (FEPESSA) para ONU Mujeres sobre el estado de las Compras Públicas arrojó que del total de personas físicas proveedoras, sólo el **22,2%** eran mujeres, y de estas, solo un **10,4%** recibieron transacciones finales. De las personas jurídicas, solo el **10%** eran Empresas Propiedad de Mujeres. También develó que la brecha de género se amplía según sector económico y tipo de contrataciones.



Las Empresas Propiedad de Mujeres son mayoría en rubros de **menor rentabilidad (salud, educación y cultura)** y están casi ausentes de proyectos de construcción y tecnología. Las órdenes de compras a Empresas Propiedad de Mujeres son mayoría en contrataciones menores; mientras que se duplican las lideradas por hombres en licitaciones públicas, privadas y contrataciones directas.

Los Gobiernos son los mayores compradores de productos y servicios del mercado.

En **Argentina** el gasto en compras públicas equivale al **15%** del gasto público total anual, según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo en 2018.



El mismo estudio determinó un costo del **1,4%** del PIB total de los países de **América Latina y el Caribe** derivado de ineficiencias de gestión, e invitó a la construcción de un gasto inteligente que contribuya al crecimiento y a la igualdad de género.

Detrás del 39,1% de las PYMES hay una mujer que toma las decisiones*.



Los procesos de adquisiciones tienen efectos considerables en el desarrollo socioeconómico y medioambiental. Son una vía directa para favorecer la participación de pequeñas y medianas empresas, donde se encuentra la mayoría de las EPM.

**Observatorio PYME de la Confederación Argentina de la Pequeña y Mediana Empresa (CAME).*

Las mujeres deben superar **obstáculos específicos** en el acceso a las compras públicas:



- **De acceso al capital financiero y a garantías subsidiarias:** es difícil aceptar pagos demorados o a largo plazo



- **De gestión y uso del tiempo:** al ser empresas pequeñas no cuentan con personal específico para completar documentación



- **De acceso al capital social:** requieren, por tanto, vías formales de comunicación de licitaciones



- **De tamaño de sus empresas:** no pueden competir por grandes volúmenes de compras



- **De autopercepción sobre su capacidad de aplicar y ganar:** dudan de presentarse a concursar



- **Prejuicios de género de quienes deciden el otorgamiento de contratos**



- **Percepciones negativas o de poca transparencia:** las mujeres son más reacias a ingresar a procesos que consideran que están sujetos a favoritismos



BUENAS PRÁCTICAS

de promoción de igualdad en las compras públicas



Muchos países, instancias de gobierno y organismos internacionales cuentan con programas y legislaciones con enfoque de género para sus procesos de compras. Estas iniciativas incluyen: detección de barreras que las mujeres enfrentan para sumarse como proveedoras, protocolos con acciones positivas para sortear esas barreras, identificación de las empresas de mujeres con Sellos que las visibilizan, capacitaciones al personal de las áreas de compras para disminuir los sesgos que dificultan el acceso y mecanismos que regulan y potencian la transparencia de los procesos de inicio a fin:



Unión Europea/Consejo Europeo: Marco legal de la Unión Europea sobre contratación pública.



Argentina/Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Sello Empresa Mujer.



Chile/Dirección ChileCompra: Programa ChileCompra y Sello Empresa Mujer.



Estados Unidos/Agencia Federal de Pequeños Negocios: Ley Estadounidense de pequeñas empresas.



México/Secretaría de Gobernación: Programa Proigualdad (2013-2018).



República Dominicana/Dirección General de Contrataciones Públicas: Sistema de contrataciones público abierto e inclusivo.



Suecia/Red de Consejos Comarcales Suecos para una Contratación Pública Sostenible: Estrategia nacional de contratación pública.



Uruguay/Poder Legislativo: Ley 19.685 Promoción del Desarrollo con Equidad de Género.



Oficina de Naciones Unidas de Servicios para Proyectos: Marco de adquisiciones sostenibles.



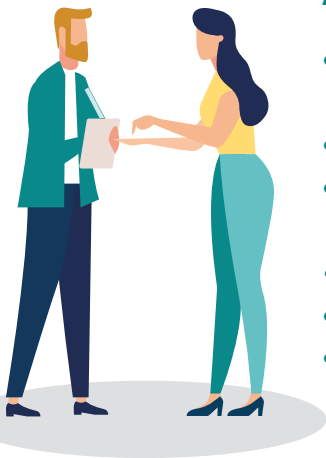
Llamado a la acción:

¿QUÉ SE PUEDE HACER?



Acciones Afirmativas

- Crear listas y bases de datos con empresas de interés para potenciar: empresas propiedad de mujeres, de jóvenes, empresas con inclusión de personas con discapacidad y diversidades genérico-sexuales.
- Destinar porcentajes específicos de las licitaciones a estas empresas (mínimo entre un 10 y 15%).
- Fraccionar los grandes volúmenes y rubros, para que empresas pequeñas o especializadas puedan tener acceso.
- Designar proporción de lotes o de subcontratos para esas empresas.
- Delimitar contratos por instalaciones o actividad, fomentando el desarrollo local.
- Crear observatorios de compras públicas, de alcance local y nacional.



Comunicación Específica



- Establecer canales de comunicación directos con las empresas de interés, acercándoles convocatorias y requisitos con el tiempo óptimo para que se presenten. Si es posible, asignar personal de acompañamiento.
- Establecer vínculos estratégicos con redes, cámaras, asociaciones y grupos de mujeres empresarias y emprendedoras
- Fortalecer la difusión y los mecanismos de transparencia digitalizando los sistemas de compras públicas, usando plataformas electrónicas que visibilicen datos, sean de libre acceso, y muestren el seguimiento de los procesos.

Fortalecer el diseño de la cadena de suministros

- Establecer un programa integral e inclusivo de gestión de la cadena: diversificación, reducción de costos, accesibilidad, potenciación, diseño de clientes, aprovechamiento de economías de escala locales e internacionales, desagregar por sexo y género las bases de datos.
- Considerar la relación calidad-precio, y no sólo el precio, como requisito clave de selección y adjudicación.
- Optimizar y hacer cumplir las políticas de pago, evitando demoras que solo pueden sostener las grandes corporaciones.
- Diseñar planes de acompañamiento, seguimiento y mentoreo para el desarrollo de empresas proveedoras del Estado.
- Simplificar requisitos y documentación requerida.
- Sensibilizar y capacitar en compras sostenibles con enfoque de género a agentes de compras.



Comprometerse con la generación de un ecosistema empresarial y emprendedor inclusivo



- Fortalecer la inclusión de la perspectiva de género en el ecosistema contribuyendo a la articulación de instituciones financieras, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales y agencias con experticia en garantizar a las mujeres acceso al capital y oportunidades de negocios.
- Promover una estrategia global de inclusión de género en las compras públicas y vincularla con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), lo que motivará a medir los beneficios que genera (en términos de contribución a la reducción de la pobreza, crecimiento económico e inclusión de las mujeres) y sensibilizar sobre su valor.

