

HERRAMIENTA 2.8

Nota de orientación sobre las empresas de propiedad de mujeres y las adquisiciones públicas en las ciudades

- » **OBJETIVO:** Proporcionar a las ciudades pautas sobre cómo lograr mayor diversidad de género en las adquisiciones públicas y apoyar el crecimiento y la prosperidad de las empresas de propiedad de mujeres del municipio.
- » **UNIDADES A LAS QUE VA DIRIGIDA:** Autoridades municipales, departamentos de adquisiciones de los municipios.

Las adquisiciones públicas representan alrededor de la quinta parte del producto interno bruto (PIB) mundial, pero las empresas pertenecientes a mujeres solo obtienen cerca del 1 % de estos contratos (en términos de su valor)³⁵. En los mercados emergentes, las adquisiciones del sector público conforman una proporción aún mayor del PIB (en torno al 30 %). Por lo tanto, son una herramienta poderosa que los Gobiernos y las autoridades municipales pueden utilizar para acelerar el crecimiento económico con inclusión de género y reducir las brechas de género en el mercado laboral, aprovechando al mismo tiempo los beneficios que conlleva disponer de una base de proveedores con diversidad de género, enumerados en otras partes de este conjunto de herramientas.

Las investigaciones del Banco Mundial indican que las empresas de propiedad de mujeres tienen mayor presencia en el sector de las pymes, en el que representan alrededor del 40 % del mercado. En consecuencia, la focalización del apoyo en este sector ya es una forma indirecta de incrementar el respaldo a las empresas de mujeres. Dada la importancia de las pequeñas empresas en la creación de empleo, las ciudades que adopten este enfoque podrán utilizar efectivamente sus procesos de adquisiciones para impulsar el crecimiento económico local, elevar el empleo y, en última instancia, generar más ingresos fiscales. Garantizar la inclusión de las mujeres es fundamental para hacer realidad los beneficios económicos de la diversificación de los sistemas de adquisiciones de las ciudades. Cabe señalar que es posible que las ordenanzas locales o los marcos jurídicos nacionales prohíban a las ciudades introducir políticas de acceso preferencial para las mujeres o las empresas pertenecientes a minorías. En otras jurisdicciones (como en Sudáfrica, por ejemplo), puede ocurrir lo contrario: tal vez rijan medidas legales que obliguen a los Gobiernos municipales a ejercer una discriminación positiva para corregir las desventajas económicas que sufren los grupos históricamente marginados. Sin embargo, incluso sin políticas de acceso preferencial, las ciudades tienen a su disposición diversas medidas que les permitirán lograr mayor diversificación en sus adquisiciones públicas.

Enfoques que las ciudades pueden considerar

1. Crear una línea de base de datos

Para diseñar intervenciones apropiadas y fijar metas realistas de mejora, las ciudades deben comenzar con una evaluación de su desempeño actual en el área de adquisiciones. La **HERRAMIENTA 2.2** ofrece

³⁵ Grupo Banco Mundial (2016), *Benchmarking Public Procurement 2016: Assessing Public Procurement Systems in 77 Economies* (Comparación de las adquisiciones públicas: Evaluación de los sistemas de adquisiciones públicas de 77 economías).

una autoevaluación integral que las entidades municipales pueden adaptar para recopilar datos. A partir de esta herramienta, las preguntas clave que las ciudades deben considerar son las siguientes:

- ¿Dónde se registran las empresas en calidad de posibles proveedores de contratos municipales? ¿Esto se hace por internet, o en persona en una oficina, o a través de una organización externa? ¿Qué tan accesible es el proceso para las microempresas y las pymes?
- ¿La ciudad exige o permite que las empresas se identifiquen como de propiedad de mujeres y, en ese caso, qué criterios se utilizan? ¿La ciudad establece alguna diferencia entre las empresas de propiedad de mujeres y las que emplean mayoritariamente a mujeres?
- ¿Existen incentivos o beneficios para las empresas de propiedad de mujeres, es decir, hay esquemas de contratación preferencial?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan las empresas de propiedad de mujeres en el ámbito municipal? ¿Qué organizaciones las ayudan a satisfacer estas necesidades, y dónde siguen existiendo brechas?
- ¿Dónde se anuncian los contratos municipales? ¿Todos los contratos y adjudicaciones se difunden públicamente por internet?
- ¿Qué número y porcentaje de empresas proveedoras registradas en las bases de datos municipales son propiedad de mujeres?
- ¿Cuál es el valor absoluto actual en dólares y el porcentaje de los contratos municipales que se adjudica anualmente a empresas de propiedad de hombres en comparación con empresas de mujeres?

2. Abordar las asimetrías de información

Una de las principales razones de la baja proporción de empresas de propiedad de mujeres en el gasto en adquisiciones públicas es la asimetría de información, es decir, el desconocimiento sobre las oportunidades de contratación y sobre cómo postularse. Las ciudades deben realizar una intensa labor de divulgación para buscar y ayudar a registrar más empresas de propiedad de mujeres en sus bases de datos, idealmente en colaboración con asociados locales confiables, como asociaciones comerciales u ONG que ya tengan conexiones con mujeres emprendedoras. En algunas ciudades, como Charlotte en Estados Unidos, las autoridades locales han invertido en la capacitación del personal municipal para que busque más activamente pymes locales y las ayude a registrarse en la base de datos de las adquisiciones públicas³⁶. Las barreras de entrada para las empresas que deseen registrarse como proveedores y presentar ofertas en los contratos municipales deben ser mínimas, de modo que las microempresas también puedan participar en las licitaciones pertinentes.

3. Incluir criterios de género o sistemas de certificación para las empresas de propiedad de mujeres

La recopilación de datos sobre la distribución de género en la fuerza laboral de las empresas que participan en licitaciones públicas puede ayudar a las ciudades a comprender el impacto de las adquisiciones en el empleo indirecto y para indicar a los proveedores que la inclusión de género es

³⁶ Reynoso, E. y K. Scheyder (2017), ["Five Cities that are Buying into Equity"](#) (Cinco ciudades que buscan la equidad en las adquisiciones), Living Cities.

una prioridad municipal, lo que los incentivaría a contratar más mujeres sin establecer explícitamente el desempeño en cuestiones de género como criterio de evaluación de ofertas. En Chile, por ejemplo, la entidad pública que dirige la planificación de la acción de género en las adquisiciones, ChileCompra, puso en marcha en 2015 el esquema de certificación Sello Empresa Mujer para ayudar a las entidades contratantes a identificar a las empresas dirigidas por mujeres y a las que tienen una participación femenina superior al 50 % en su fuerza laboral. Se puede solicitar esta certificación como criterio de evaluación en los documentos de licitación o para mostrar el impacto social en los procesos de contratación directa inferiores a los USD 700. En combinación con otras medidas, como la capacitación, la formación de asociaciones de mujeres y diversas reformas normativas, el programa de Chile ha logrado resultados notables. La proporción de mujeres que participan en el sistema de adquisiciones públicas alcanzó el 36,5 % en 2016, cifra que representa a más de 21 345 mujeres que presentaron cotizaciones en licitaciones, ofrecieron términos de contratos o recibieron órdenes de compra. A modo de comparación, cabe señalar que en Estados Unidos las empresas propiedad de mujeres obtienen menos del 5 % de los contratos federales³⁷.

4. Capacitación, mentorías y desarrollo de redes de contactos

Para apoyar activamente a las mujeres proveedoras y conformar una cartera de empresas de propiedad de mujeres más exitosas, las ciudades pueden implementar programas adicionales. La capacitación sobre temas como liderazgo, gestión financiera, desarrollo de la confianza y comercialización puede brindar a las participantes habilidades concretas y, al mismo tiempo, el beneficio de contar con la certificación de un plan de capacitación aprobado por la ciudad. Además, las emprendedoras pueden establecer contactos, ya sea cara a cara o en línea, con otras pequeñas empresas participantes, lo que puede dar lugar a alianzas, apoyo entre pares y otras formas útiles de colaboración para promover el papel de la mujer en las adquisiciones públicas. Las ciudades también pueden considerar la implementación de un programa de mentorías; este fue otro componente eficaz del enfoque adoptado en Chile, donde las proveedoras participantes recibieron asistencia específica para incrementar sus oportunidades de realizar operaciones comerciales con el Estado. El programa siguió una metodología de “mentorías grupales”, respaldadas por un experto en *coaching* empresarial. Su objetivo era desarrollar y potenciar las habilidades personales e interpersonales de manera que tuvieran un impacto positivo en los negocios de las participantes con el Estado³⁸. Por su parte, en la ciudad estadounidense de Houston, el Departamento de Obras Públicas e Ingeniería creó un programa de mentor(a) y aprendiz en el que congrega a contratistas municipales exitosos del área de ingeniería para que establezcan relaciones con empresas subcontratistas. El objetivo es lograr que las empresas propiedad de mujeres y emprendedores varios pasen de la subcontratación a la contratación principal. Las compañías que actúan como mentoras ayudan a sus aprendices a adquirir nuevas habilidades, aprender nuevas prácticas empresariales y mejorar las ofertas en los proyectos³⁹.

³⁷ Chatham House (2017), [Gender-Smart Procurement Policies for Driving Change](#) (Política de adquisiciones con perspectiva de género para impulsar el cambio).

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ Living Cities (2017), [“Four Innovative Procurement Tactics Cities are Using to Increase Equity”](#) (Cuatro tácticas de adquisiciones innovadoras que las ciudades utilizan para lograr mayor equidad).

5. Presentar estudios de casos exitosos para alentar una mayor participación femenina

A fin de poner de relieve la experiencia de mujeres emprendedoras ante los compradores y el público, las ciudades pueden diseñar campañas de información en las que se difundan casos exitosos de mujeres proveedoras. De este modo, no solo alentarán a más mujeres emprendedoras a presentarse en licitaciones públicas, sino que también podrán publicitar más ampliamente la variedad de programas e iniciativas que han puesto en marcha para establecer condiciones igualitarias.