comunidadmujer

#46

Compras públicas con enfoque de género: un caso de éxito para el desarrollo sostenible

EQUIPO RESPONSABLE DE ESTA EDICIÓN

Alejandra Sepúlveda Peñaranda_Directora Ejecutiva
Paula Poblete Maureira_Directora de Estudios
Jessica González Mahan_Directora del Centro de Liderazgo
Claudia Yachan Durán_Directora de Comunicaciones
Gabriela Saieg Artaza_Investigadora
Fotografía_Campaña #SiNosotrasGanamosCreceChile.
ComunidadMujer - Chilecompra
Diseño_Max Grum

Los contenidos de este boletín pueden ser reproducidos en cualquier medio, citando la fuente.

Registro de propiedad intelectual: 2021-A-2748

Compras públicas con enfoque de género: un caso de éxito para el desarrollo sostenible

Síntesis

Durante casi cuatro años, entre 2014 y 2018, ComunidadMujer, en conjunto con la Dirección de ChileCompra, trabajó en un ambicioso proyecto que buscó instalar el enfoque de género en el Sistema de Compras Públicas de Chile. Con el apoyo financiero del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), diseñamos e implementamos un programa integral para el fomento de una mayor participación de las Empresas Propiedad de Mujeres (EPM) en el mercado público, cuyos resultados han sido recientemente premiados por las Naciones Unidas, debido a su aporte al impulso del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 5, relativo a la Igualdad de Género.

Es así como ChileCompra fue distinguido con el **Premio al Servicio Público de las Naciones Unidas**, entregado en junio en Baku (República de Azerbaiyán), en la categoría de promoción de servicios públicos con perspectiva de género. Se trata de un reconocimiento internacional de alta relevancia para nuestro país, que recompensa los logros creativos y las contribuciones de las instituciones de servicio público al desarrollo sostenible.

En efecto, la promoción del empoderamiento económico de las mujeres no solo es materia de justicia social. Es vasta la evidencia sobre cómo su mayor participación laboral y autonomía económica genera un aumento en la productividad e impacta extraordinariamente en materias de desarrollo, como la reducción de la pobreza. Por tanto, es una responsabilidad estratégica de los gobiernos promover en sus agendas la participación efectiva e igualitaria de las mujeres en el mundo del trabajo remunerado y, para ello, cuentan con diversos instrumentos de política económica y social.

Chile ha sido uno de los países pioneros a nivel mundial en orientar el sistema de compras públicas como una herramienta de fomento para las mujeres en el mercado laboral, definiendo como eje estratégico la participación activa de ellas en las contrataciones que realiza el Estado. El valor de este instrumento es indiscutible: el Estado chileno es el principal comprador a nivel nacional —las compras públicas representan el 12,5% del PIB— y es el único actor económico que se encuentra a lo largo de todo el país y con presencia en las 346 comunas que lo componen.

Los resultados han sido exitosos, registrando un alza del 25,1% en la participación de los montos transados por las proveedoras personas naturales entre los años 2013 y 2017. Sin embargo, los desafíos persisten. Las empresas de propiedad de mujeres proveedoras siguen siendo menos en comparación con sus pares masculinos —representando solo 3 de cada 10 proveedores del Estado—, son más pequeñas, tienen menos años de experiencia y menores niveles de facturación. Las empresarias y proveedoras chilenas continúan topándose con barreras que impiden su crecimiento y, específicamente, su mayor participación en el Mercado Público: la falta de capital financiero, las deficiencias de capital humano, las dificultades en el desarrollo del capital social, la baja diversificación y concentración en sectores de baja productividad y las mayores responsabilidades familiares y de cuidado.

El presente boletín, no obstante, releva los avances de nuestro país en materia de incorporación femenina a las compras públicas, mostrando un caso de éxito en desarrollo. Porque aun cuando la finalidad de las compras públicas es adquirir bienes y servicios que demandan los gobiernos, también puede ser utilizada para promover **objetivos socioeconómicos**.

Bajo la premisa de que invertir en mujeres proveedoras es invertir en mayor desarrollo, dado que ellas invierten hasta el 90% de sus ingresos en sus familias y comunidades, es que llevamos adelante esta experiencia, que está siendo observada con mucho interés por la comunidad internacional.

1. Las compras públicas como herramienta para el desarrollo económico y social

Año a año, los gobiernos gastan billones de dólares en la compra de bienes y servicios para cumplir con el quehacer público, cubriendo necesidades de diversa índole: desde la adquisición cotidiana de artículos de oficina, alimentos y medicamentos hasta inversiones millonarias y estratégicas para la agenda pública, como la construcción de hospitales y escuelas.

La magnitud del gasto público es tal que estimaciones internacionales señalan a los gobiernos como el actor económico más gravitante de los mercados, abarcando entre el 10-15% del Producto Interno Bruto (PIB) en los países desarrollados y el 30-40% de aquellos en desarrollo (Kirton, 2013 en *International Trade Centre*: ITC, 2014). Entre los países de la OCDE las compras públicas representan, en promedio, un 12,1% del PIB. El caso chileno no es la excepción alcanzando al 12,5% del PIB[1] (**Gráfico 1**).

Tal presencia del Estado en los mercados tiene un potencial político y económico inigualable, el cual es cada vez más utilizado por los gobiernos para la promoción de diversos objetivos de desarrollo, que bien pueden complementar los fines inherentes a cualquier sistema de adquisiciones públicas. Con ello, se está dejando atrás el enfoque tradicional sobre las compras públicas, que las aborda exclusivamente en su dimensión técnica, como un desafío para la gestión pública en su capacidad de satisfacer —bajo ciertos estándares de eficacia, eficiencia y transparencia— las necesidades materiales y no materiales para el funcionamiento del Estado (Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe: SELA, 2015).

Hoy el paradigma está avanzando hacia la concepción de las contrataciones públicas como una herramienta de los Estados que, gracias a su poder de compra, pueden promover e, incluso, priorizar la producción y comercialización con aquellos proveedores cuyos bienes y servicios mejor se adecúen a sus políticas de desarrollo económico, social y ambiental. Así, los gobiernos ya han utilizado las contrataciones públicas para variados propósitos de desarrollo, tales como (ITC, 2014):

» **Regulación de las relaciones laborales** a través de exigencias específicas a los proveedores del Estado, por ejemplo, el desarrollo de programas de no discriminación o inclusión de grupos vulnerables.

» **Fines de desarrollo económico,** favoreciendo a empresas nacionales y/o desarrollando la industria local; facilitando la participación de empresas pequeñas y medianas; entre otras.

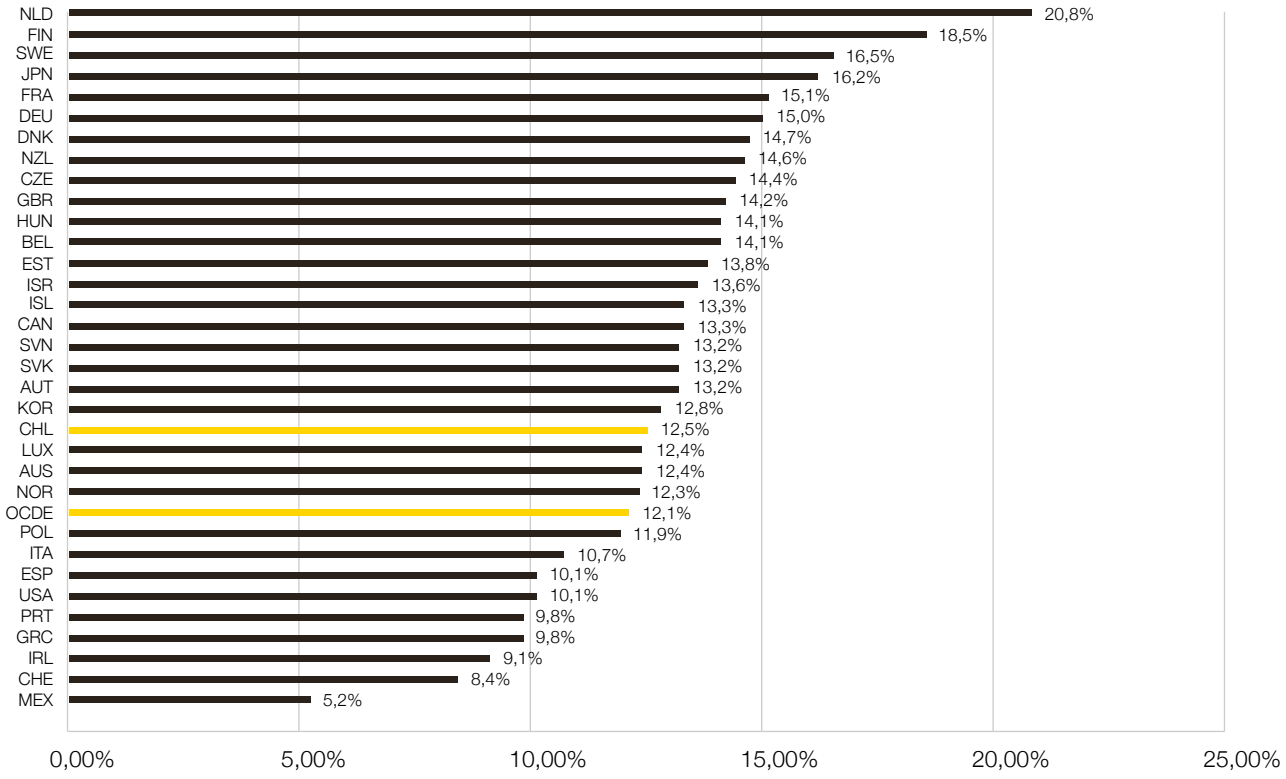
» **Promoción de prácticas ambientalmente sostenibles** fijando ciertos estándares de eficiencia energética.

El potencial de esta herramienta es tal que, para dar frente a la crisis económica del 2008, la Unión Europea (UE) incluyó en la Estrategia Europea 2020 ciertos lineamientos asociados al sistema de compras públicas. La apuesta de la UE fue por una amplia concepción de la contratación pública, entendiéndola como un instrumento "para conseguir un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, garantizando, al mismo tiempo, un

1 Este porcentaje considera las transacciones enmarcadas en la Ley 19.886 de Compras Públicas junto a los presupuestos del Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Vivienda y Urbanismo y de las empresas públicas. Por tanto, la cifra es únicamente una referencia comparativa a los datos construidos por la OCDE sobre las compras públicas en los países que la conforman y, por ende, no corresponde a los datos oficiales que considera el sistema de compras públicas en Chile, que corresponde al 4,2% del PIB.

Gráfico 1/

Proporción compras públicas en relación al PIB en países de la OCDE



Fuente: ChileCompra, 2016.
Nota: La OCDE muestra el promedio ponderado de los países que la componen.

uso más eficiente de los fondos públicos"[2]. Más allá del valor o precio de cada licitación, la medida de eficiencia en la ejecución del gasto público se basó en la maximización de los beneficios sociales y económicos de los bienes y servicios demandados[3].

En el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible elaborada por las Naciones Unidas —y adoptada por Chile—, el mercado público posee una capacidad insustituible para alcanzar objetivos como la reducción de la pobreza (ODS 1), la igualdad de género (ODS 5), el crecimiento económico (ODS 8) y la reducción de las desigualdades (ODS 10). Aunque los antecedentes ya detallados indican que la tendencia de acción de los gobiernos apunta hacia este tipo de objetivos y, a pesar que los beneficios sociales de la liberación del potencial económico de las mujeres han sido probados en múltiples ocasiones (más información en **Cuadro 1**), lamentablemente, hasta la fecha son pocos los países que han desarrollado iniciativas para utilizar la contratación pública como una herramienta para la reducción de las desigualdades de género (ITC, 2014). Entre las pocas experiencias implementadas a nivel

2 Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo del 26 de febrero de 2014 sobre la contratación pública.

3 De hecho, entre las diversas medidas propiciadas por la UE, a través de la Estrategia 2020, en relación a las contrataciones públicas, destacan: facilitar la participación de las pequeñas y medianas empresas, promover la incorporación de grupos sociales vulnerables —como personas en situación de discapacidad— y fomentar una contratación pública "verde" que reduzca el consumo de energía y recursos.

internacional, se ha destacado el Programa Federal de Contratos con Pequeñas Empresas Propiedad de Mujeres, establecido en 2011 por Estados Unidos; el modelo de compras y contrataciones públicas inclusivas y sostenibles de República Dominicana; y la experiencia chilena —abordada en adelante en este boletín— para la promoción de la participación de micro y pequeñas empresas propiedad de mujeres en el mercado público.

Cuadro 1 /

¿Por qué incorporar mujeres a la economía? Responsabilidad social y económica del Estado

Desde el enfoque de los derechos humanos, la promoción de la autonomía y el empoderamiento económico de las mujeres son materia de justicia social y constituyen una obligación de los Estados. Complementariamente, existe vasta evidencia sobre cómo la igualdad de género impacta positivamente en materia de desarrollo económico y social. En otras palabras, el impulso de la participación económica de las mujeres no es solo justa, sino también constituye un buen negocio para las naciones (ITC, 2014). La contratación pública es una herramienta única en esta materia, no solo por las enormes magnitudes que implican las transacciones públicas, sino también al posicionar al Estado como un referente para los demás actores económicos y sociales.

En el ámbito internacional, existen diversos pactos e iniciativas que comprometen a los Estados con la igualdad de género y la promoción de los derechos de las mujeres. Entre los suscritos por Chile destacan:

» La Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, 1979), ratificado en Chile en 1989, que impulsa a los Estados a garantizar los derechos de las mujeres y la eliminación de cualquier forma de discriminación hacia ellas. En la misma línea, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing de 1995 compromete al Estado chileno —y a otros 188 países miembro de las Naciones Unidas— a la promoción de la igualdad de género.

» En el informe "Chile. Prioridades de políticas para un crecimiento más fuerte y equitativo" (OCDE, 2015), se alerta sobre las persistentes desigualdades de género que afectan el mercado laboral chileno y se recomienda al Estado tomar medidas concretas para la inclusión laboral de las mujeres y la disminución de las brechas de género en términos laborales y de ingreso, especialmente cuando la participación laboral de las chilenas es una de las más bajas de la OCDE.

» La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible desarrollada por las Naciones Unidas plantea, entre otros, el objetivo de Igualdad de Género. Este busca "poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas y velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública".

Complementariamente, la evidencia internacional ha demostrado que la incorporación económica de las mujeres es un catalizador clave de procesos de desarrollo social y crecimiento económico. De hecho, en el sector privado cada vez son más las iniciativas de este tipo, donde las grandes

corporaciones ya han desarrollado políticas exclusivas para la priorización de contratación de empresas lideradas por mujeres y/o programas para la incorporación y posicionamiento de ellas en sus propias compañías (BID, 2015)[4].

En materia de resultados macroeconómicos la evidencia es potente e interpela directamente el rol de los Estados, siendo crecientes las investigaciones como la realizada por el Foro Económico Mundial que demuestra una correlación positiva entre igualdad de género y el nivel de competitividad de un país, el PIB per cápita y su clasificación en el Índice de Desarrollo Humano (WEF, 2013). Los factores explicativos tras este tipo de evidencia son de diversa índole, sin embargo, destacan dos elementos sobre cómo el empoderamiento económico de las mujeres significa un uso más eficiente de la dotación de capital humano de una nación:

1. El incremento de la participación femenina genera un aumento en la productividad y competitividad de las economías. La promoción de los emprendimientos femeninos tiene un potencial dinamizador del crecimiento económico, liberando una enorme capacidad de generación de nuevos empleos e ingresos (BID, 2015). De hecho, en nuestra región el Banco de Desarrollo para América Latina (CAF, 2017) estimó que el 5% de crecimiento promedio alcanzado en Latinoamérica entre el 2002 y 2008, fue gracias a la inserción de más de 70 millones de mujeres al mercado laboral durante los últimos veinte años. La evidencia nacional no se queda atrás y apunta en la misma dirección. En 2016, un estudio desarrollado por el Ministerio de Economía estimó que el PIB nacional se incrementaría, en promedio, un 0,65% si se incorporasen 100.000 mujeres al mercado laboral (Berlien *et al*., 2016).

2. La mayor participación económica de las mujeres contribuye a la reducción de la pobreza y el incremento de los niveles de capital humano en las futuras generaciones. Diversos estudios han demostrado que las mujeres realizan una mayor reinversión social de sus ingresos, llegando a destinar hasta un 90% de sus ganancias en su núcleo familiar y comunitario, gastando proporcionalmente más que los hombres en ítems como la alimentación, salud y educación de sus hijos e hijas (BID, 2015). El impacto es extraordinario en materia de desarrollo social, mejorando resultados macro-sociales en indicadores de nutrición, salud y educación e impactando directamente en los niveles de pobreza y desigualdad de los países (IMF, 2013; BID, 2018). En esta materia, el BID concluyó que el incremento de la participación femenina en la economía latinoamericana durante la primera década del siglo XX contribuyó a la reducción de la pobreza extrema en un 30% (BID, 2015).

Con todo lo anterior, la promoción del acceso de empresas de mujeres en el sistema de compras públicas constituye, indudablemente, un uso eficiente del gasto público con impacto directo a nivel macro y micro social. Es de exclusiva capacidad y responsabilidad del Estado potenciar la contratación pública como herramienta para el desarrollo social y económico, transformándola en un medio para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres, la promoción de la igualdad social, la eliminación de la pobreza y el incremento del desarrollo económico del país (ComunidadMujer, 2018a).

Fuente: ComunidadMujer con base en diversos textos.

4 En esta línea, una investigación elaborada por *McKinsey and Company* (2013), que incluyó a más de 300 empresas de seis países latinoamericanos, evidenció que aquellas que tenían una o más mujeres en sus comités ejecutivos alcanzaban una rentabilidad de capital que era un 44% mayor que la percibida por las empresas con comités de exclusiva composición masculina.

2. Antecedentes del caso chileno: Hacia la institucionalización de las contrataciones públicas con impacto social

El sistema de compras públicas chileno ha sido destacado a nivel internacional, siendo el primero reconocido por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y premiado en más de una ocasión por la Red Interamericana de Compras Gubernamentales (RICG). Este sistema data del año 2003 cuando, a partir de la Ley 19.886 de Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios (LCP), se crea en Chile un marco regulatorio único para las compras públicas administrado por la Dirección de Compras y Contratación Pública (ChileCompra). Con la misión de contribuir a la eficiencia y transparencia en la adquisición de bienes y servicios, ChileCompra procura la apertura del mercado de las compras públicas, implementando un único Sistema de Información donde los organismos del Estado realizan sus procesos de contratación, cuyo acceso es público y gratuito para todos los usuarios y potenciales proveedores a través de una plataforma electrónica (www.mercadopublico.cl).

Tras 15 años de su implementación, el sistema se ha fortalecido. En 2003 se inaugura con 350 entidades públicas y hoy son más de 850 los organismos que lo utilizan, incluyendo a instancias del gobierno central y local[5]. El **Gráfico 2** muestra la tendencia ascendente de los montos transados, desde poco más de 4 billones de pesos chilenos el año 2009 hasta casi alcanzar los 8 billones durante el 2017. En la actualidad, el Estado cuenta con más de 123 mil proveedores anuales que satisfacen más de 276 mil demandas de bienes y servicios, emitiéndose más de 2.363.000 órdenes de compra y recibiendo más de 1 millón de ofertas (ChileCompra, 2018).

El BID (2018) ha reconocido el mercado público chileno como uno de los más abiertos a la participación de las empresas de menor tamaño, destacando la labor permanente de ChileCompra en la reducción de las barreras de entrada y fallas de mercado que las afectan de sobremanera. Más del 90% de las empresas que proveen al Estado son micro y pequeña empresa (MIPE), adjudicándose más del 45% de los montos transados —equivalentes a más de 3 billones de pesos chilenos, **Gráfico 2**—. Esta participación es casi cinco veces más alta que la que las MIPE tienen en la economía nacional, donde son responsables de tan solo el 10% de las ventas totales a nivel país (ChileCompra, 2016).

A pesar de estos importantes avances en la inclusión de determinados grupos sociales, el mercado público chileno no ha logrado revertir con la misma intensidad una de las desigualdades socioeconómicas más persistentes a nivel mundial, como es la que existe entre hombres y mujeres, evidenciándose una baja participación femenina en las ventas al Estado. De acuerdo con datos recientes, las brechas son claras:

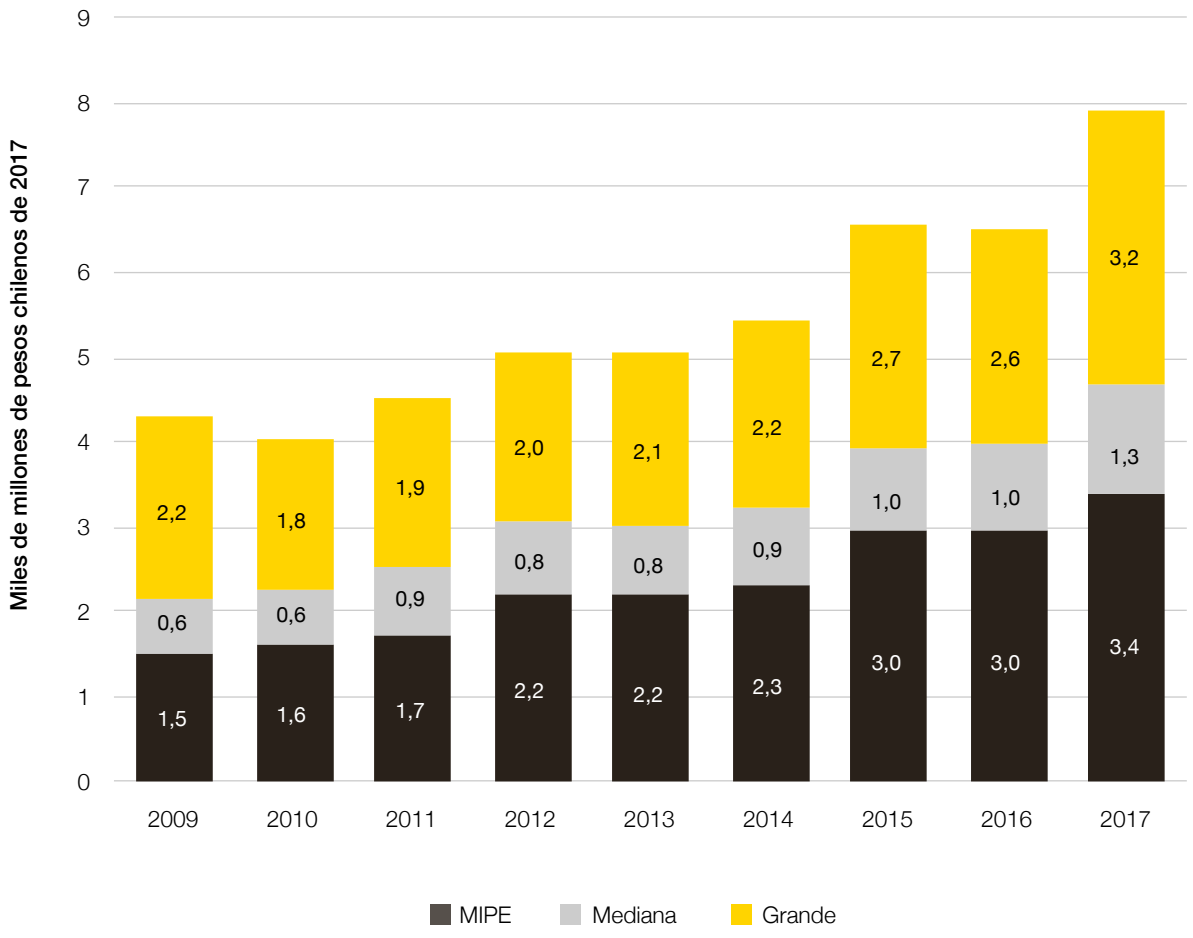
» De las **personas naturales** proveedoras del Estado, en 2017 las mujeres representan solo el 36%. Al revisar las licitaciones adjudicadas, el escenario es aún peor, pues ellas solo se adjudicaron USD$15.499 promedio por proveedora, lo que se traduce en una participación equivalente al 27,4% del total de montos transados en el mercado público, como personas naturales (Dirección de Presupuestos: DIPRES, 2018).

» El diagnóstico respecto de las **personas jurídicas** proveedoras del Estado es aún más alarmante. Solo 3 de cada 10 empresas proveedoras del Estado son propiedad de mujeres y, aunque la mayoría de ellas logra adjudicarse una o más licitaciones —57% vs. el 55% de las empresas de hombres en 2016—, los montos que reciben por estas son infinitamente más bajos y representan solo el 18,3% del total de los montos transados en Mercado Público, como personas jurídicas. Esto se debe, entre otras cosas, a que las licitaciones que ellas se adjudican son para la provisión de bienes y servicios de menor costo (ComunidadMujer, 2018b).

5 Ministerios, subsecretarías y servicios públicos que de ellos dependen, hospitales y servicios de salud, universidades estatales, intendencias y municipalidades, Contraloría General de la República y las Fuerzas Armadas. Además, desde 2017 destaca la incorporación gradual de las licitaciones de obras y consultorías del Ministerio de Obras Públicas.

Gráfico 2/

Montos transados según tamaño del proveedor



Fuente: ComunidadMujer con base en ChileCompra, 2018.

Frente a este preocupante escenario y persistiendo en el desafío de promoción de un desarrollo económico y social inclusivo, entre 2014 y 2018, en base a una alianza entre ChileCompra y ComunidadMujer, como organismo técnico asesor y con el apoyo financiero del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Chile desarrolló una iniciativa, pionera a nivel mundial, que definió como eje estratégico la participación activa de las mujeres en las contrataciones públicas. Se diseñó un plan de acción integral que, por un lado, se propuso lograr la consolidación de la capacidad de oferta de las proveedoras públicas, especialmente las dueñas de micro y pequeñas empresas, apoyando la visibilización y crecimiento de sus empresas. Por otro lado, el plan definió como eje estratégico el fortalecimiento de la demanda de las mujeres proveedoras del Estado, sensibilizando y formando a los agentes compradores y, al mismo tiempo, disponiendo de normativas y directrices que facilitaran su labor en la

3 de cada 10

empresas proveedoras del Estado son propiedad de mujeres.

18,3%

del total de los montos transados en el mercado público por personas jurídicas, fueron adjudicados a empresas proveedoras lideradas por mujeres.

67%

de las proveedoras del Estado son también las principales proveedoras económicas de sus hogares.

36%

de las personas naturales proveedoras del Estado, en 2017, fueron mujeres.

USD $1.500

fue el aumento en el monto promedio transado por cada proveedora, luego de implementar el Programa para el Fomento de una Mayor Participación de las Empresas Propiedad de Mujeres en las Compras Públicas, incrementando en un 25% su participación.

promoción de la participación femenina en las ventas al Estado (más información en **Cuadro 2**).

Aunque es muy pronto para conocer el potencial real de este programa y estimar su impacto sobre la equidad de género, una evaluación realizada en 2017 por la Dirección de Presupuestos (DIPRES) concluyó un esperanzador diagnóstico. Por un lado, identificó un incremento de las mujeres proveedoras del Estado que están certificadas con el Sello Empresa Mujer, creado especialmente en el marco de esta iniciativa, durante 2017[6], desde 34.000 hasta 36.051 proveedoras como personas naturales, y de 350 a 529 empresas proveedoras lideradas por mujeres —como personas jurídicas—. Aun así, su participación relativa como personas naturales se ha mantenido estable, en torno al 36%. Por otro lado, su participación en los montos transados en Mercado Público se incrementó en un 25% entre 2013 y 2017 y, de hecho, el monto promedio transado por cada proveedora creció en casi USD$1.500 (DIPRES, 2018).

3. Empoderamiento económico de las mujeres: Barreras de mercado y de los sistemas de contrataciones públicas

Aunque la evidencia sobre los beneficios económicos y sociales de la incorporación de las mujeres a la economía es robusta (más información en **Cuadro 1**) y a pesar de los avances en la participación de las chilenas como proveedoras públicas en los últimos años, lo cierto es que la subutilización de este potencial es un diagnóstico generalizado a nivel mundial y no solo circunscrito a las contrataciones públicas. Las empresas lideradas por mujeres tienden a ser más pequeñas y alcanzar niveles de rentabilidad más bajos, son más ineficientes y enfrentan menores tasas de crecimiento en el tiempo que las empresas que son propiedad de hombres (ITC, 2014).

En Chile, la evidencia confirma estas tendencias. De acuerdo con la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE4 en Ministerio de Economía, 2017a), solo dos de cinco empresas son de mujeres y esta proporción disminuye en la medida en que estas se hacen más grandes en términos de ventas anuales. Entre las micro y pequeñas empresas, un 40% tiene como dueña una mujer; un 25% en las medianas y 18% en las grandes empresas[7]. Complementariamente, la Quinta Encuesta de Microemprendimiento alerta sobre los bajos niveles de formalidad y la precariedad en que se encuentran la mayoría de las microempresarias pues, de hecho, más de la mitad de ellas está en situación de informalidad frente al Servicio de Impuestos Internos (Ministerio de Economía, 2018).

Este escenario se replica en el mercado público de nuestro país, tal como se revela en el diagnóstico realizado por ComunidadMujer en el marco del proyecto aquí descrito y que sirvió como punta de lanza para el diseño e implementación del programa de fomento de Compras Públicas con enfoque de género. Primero, las **empresas proveedoras del Estado propiedad de mujeres son más pequeñas** y, de hecho, 7 de cada 10 son microempresas (vs. el 56% de las de propiedad masculina). Segundo, las empresas de mujeres **tienen menos años de experiencia**, alcanzando una antigüedad promedio de 9 años, casi tres años menos que las de propiedad de hombres. Tercero, **los niveles de facturación de las empresas de mujeres son considerablemente más bajos**, el 40% de ellas factura menos de 25 millones de pesos (vs. el 29% de las de propiedad masculina) y, en el extremo opuesto, solo el 2% factura más de 2.000 millones de pesos (vs. el 10% de las empresas que son de propiedad de hombres).

6 El Sello Empresa Mujer registra las mujeres proveedoras del Estado. Más información en Cuadro 2.

7 Estos datos solo consideran a las empresas cuya organización jurídica corresponde a "persona natural", ya que la desagregación a nivel de sexo solo está disponible para ese tipo de organizaciones y para las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL), que representan el 49% y el 5% del total de empresas, respectivamente.

3.1 Barreras de mercado que históricamente han afectado a las mujeres.

Frente a similares diagnósticos, diversos estudios nacionales e internacionales han coincidido en la existencia de barreras de muy diversa índole que desafían la inserción económica de las mujeres y el incremento de su capacidad de liderazgo en sus emprendimientos. A continuación, se detallan las principales barreras encontradas en las investigaciones revisadas y se destaca cómo afectan a las proveedoras del Estado.

Tabla 1/

Barreras de mercado a la participación económica de mujeres

A. **FALTA DE ACCESO A CAPITAL FINANCIERO**	El acceso a financiamiento es una de las principales barreras que enfrentan las empresas para constituirse, especialmente las micro y las de propiedad de mujeres. Ellas enfrentan serios problemas a la hora de solicitar un crédito, cuestión que afecta directamente en la capacidad de crecimiento de sus negocios. En América Latina, por ejemplo, el 70% de las PYME de mujeres no ha recibido un préstamo o este ha sido insuficiente (BID, 2015). En Chile la situación es similar: con base en la Quinta Encuesta de Microemprendimiento, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018) alertó sobre la persistencia de una fuerte brecha de género en el acceso a financiamiento expresada, por ejemplo, en que los bancos exigen a las mujeres una mayor cantidad de requisitos para recibir un crédito para sus emprendimientos. El 44% de las microemprendoras que recibió un crédito bancario requirió contar con un aval y/o garantía (vs. el 37% de los hombres). **Entre las mujeres proveedoras del Estado la falta de capital financiero también es una barrera.** Un 43% de las mujeres dueñas de empresas proveedoras del Estado declara requerir mayores facilidades para acceder a un crédito y aumentar su capital como un elemento esencial para mejorar su negocio (vs. el 32% de los hombres). Esta carencia redunda en deficiencias en capital físico, como requerimiento de nuevas tecnologías (25%), necesidad de mejora de la infraestructura del negocio (24%) y falta de maquinaria y/o equipos (21%) (ComunidadMujer, 2018b).
B. **DEFICIENCIAS DE CAPITAL HUMANO**	Por un lado, las empresas lideradas por mujeres tienden a tener entre 9% y 36% menos personas empleadas que las de propiedad masculina (BID, 2015). Por otro lado, y desde una perspectiva cualitativa, aunque la brecha de género en educación formal ha sido mayoritariamente superada, las mujeres aún resienten deficiencias en niveles de formación avanzada y en el desarrollo de competencias que les permitan gestionar y potenciar sus negocios, especialmente en sector de alto valor agregado. Dichas habilidades se desarrollan a través de capacitaciones laborales, como asistencia técnica y mentoría. **Entre las mujeres proveedoras del Estado las deficiencias de capital humano también son una barrera.** Por un lado, las empresas propiedad de mujeres generan menos empleo, contando la gran mayoría con 2 a 5 personas trabajando (54% vs. el 43% de las de propiedad masculina). Sin embargo, ellas tienden a contratar a más mujeres, aportando en mayor medida a la participación económica de sus congéneres. Desde la perspectiva cualitativa, y sin grandes diferencias con los hombres, un 56% de las mujeres propietarias de empresas proveedoras del Estado declara haber necesitado asesoramiento al momento de iniciar su negocio (vs. el 53% de los hombres) y, complementariamente, un 25% señala que actualmente requiere mayores conocimientos y habilidades para hacer crecer sus empresas (vs. el 29% de los hombres) (ComunidadMujer, 2018b).

C.

DIFICULTADES EN EL DESARROLLO DE CAPITAL SOCIAL

Las emprendedoras tienen menor acceso a redes, es menos probable que conozcan a otras emprendedoras o que tengan acceso a personas influyentes (BID, 2015). Ello puede derivar en dificultades para conseguir asesorías, acceder a ciertos mercados o participar en encadenamientos productivos y/o comerciales.

Entre las proveedoras del Estado las dificultades en el desarrollo de capital social también son una barrera, aunque no privativa de ellas. El 67% de las mujeres declara que la principal necesidad para mejorar su negocio es incrementar su cartera de clientes, pero también lo declaran el 69% de los hombres (ComunidadMujer, 2018b).

D.

BAJA DIVERSIFICACIÓN Y CONCENTRACIÓN EN SECTORES DE BAJA PRODUCTIVIDAD

Este es uno de los principales factores explicativos de la menor rentabilidad de los emprendimientos femeninos. Expresa la reproducción de los roles tradicionales de género en los patrones de inserción económica, donde las mujeres lo hacen en sectores culturalmente feminizados e históricamente menos valorados social y monetariamente (ComunidadMujer, 2016). Así, se concentran en emprendimientos dirigidos hacia el consumidor individual, que implican escaso valor agregado, como ventas o servicios. De acuerdo con la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas, casi 6 de cada 7 empresas cuya dueña o socia mayoritaria es mujer se dedican a actividades de Comercio (vs. el 34% de las de propiedad masculina) (Ministerio de Economía, 2017b). Por su parte, los hombres tienden a una mayor diversificación, con más presencia en sectores de mayor productividad que implican actividades profesionalizadas, con mayores niveles de innovación y tecnología (*Global Entrepreneurship Monitor*: GEM, 2013). Así, ellos están en ramas donde las mujeres figuran débilmente representadas como la Construcción (12,7% y 1,9%, respectivamente) y las Industrias Manufactureras (10,1% y 6,8%, respectivamente) (Ministerio de Economía, 2017b).

Entre las mujeres proveedoras del Estado la baja diversificación y concentración en sectores de baja productividad también es una barrera. Aunque tanto las empresas propiedad de mujeres como de hombres tienden a concentrarse en las Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler (31,4% y 28,3%, respectivamente) y Comercio (23,5% y 24,3%, respectivamente), entre las mujeres se produce una menor diversificación. Aun con pequeñas diferencias, los hombres están presentes en todos los sectores económicos y ellas, en cambio, están completamente ausentes en áreas históricamente masculinizadas como la Minería y la Pesca. Complementariamente, las mujeres están más presentes en sectores tradicionalmente feminizados, como la Enseñanza (7,4% vs. el 2,9% de las empresas propiedad de hombre), los Servicios Sociales y de Salud (4,7% y 3,6%, respectivamente) y Otras actividades de servicios Comunitarias, Sociales y Personales (5% y 2,9%, respectivamente) (ComunidadMujer, 2018b).

E.

MAYORES RESPONSABILIDADES FAMILIARES Y DE CUIDADO

A muchas mujeres no les queda más alternativa que el autoempleo, como una estrategia para conciliar su desarrollo profesional y/o las necesidades económicas de sus hogares con sus responsabilidades domésticas y de cuidado. De esta forma, los emprendimientos les permiten acceder a mayores niveles de autonomía y flexibilidad en la distribución de sus tiempos (ComunidadMujer, 2016).

Entre las mujeres proveedoras del Estado las mayores responsabilidades familiares y de cuidado también son una barrera. Un 48% de las mujeres que está a cargo de una empresa proveedora del Estado es responsable del cuidado de personas dependientes —niños y niñas menores de 15 años, personas mayores y/o enferma o en situación de discapacidad— versus el 39% de los hombres. Asimismo, ellas perciben que estas responsabilidades implican una mayor restricción para su participación en la empresa (36% vs. el 31% de los hombres). Complementariamente, la proporción de mujeres que está a cargo de empresas y que, al mismo tiempo, son las principales proveedoras de sus hogares supera con creces el promedio nacional (67% versus el 40% a nivel nacional, según Encuesta CASEN 2017). Este escenario da cuenta de la multiplicidad de responsabilidades económicas y de cuidado que asumen estas mujeres en su cotidianidad, cuestión que podría explicar el hecho que dediquen menos tiempo a la gestión de las empresas que los hombres (ComunidadMujer, 2018b).

Fuente: ComunidadMujer con base en diversos textos.

3.2 Barreras propias de los sistemas de contrataciones públicas.

Evidentemente, en los mercados públicos se replican las limitantes históricas al desarrollo económico de las mujeres pero, también, se imponen nuevas barreras a su participación emanadas de las especificidades de los procesos de contratación pública. Como se observa en la **Figura 1**, entre ellas se ha detectado algunas vinculadas a la **débil formación y sensibilización en temáticas de género** de las autoridades y funcionarios/as públicos; **diseño de bases de licitación** excesivamente complejas y rígidas, especialmente en la definición de los criterios de evaluación de las ofertas, cuestión sumamente relevante cuando la mitad de los emprendimientos femeninos son informales; problemáticas en la difusión de las oportunidades de contratación pública; **difusión de oportunidades de licitación** limitada y restringida en las oportunidades de consulta; y, finalmente, problemas de coordinación durante la **ejecución de los contratos** (ITC, 2014; BID, 2018).

Figura 1 /

Barreras a las empresas de mujeres en el mercado público.

Fuente: ComunidadMujer con base en diversos textos.

En el mercado público chileno la información disponible, en base al diagnóstico realizado por ComunidadMujer indica que:

» El **diseño de las bases de licitación** genera una barrera importante —tanto para mujeres como hombres— al condicionar la provisión de bienes y servicios a la entrega de instrumentos de garantía: el 64% de las mujeres y el 62% de los hombres propietarios de una empresa destaca la necesidad de rebajar los montos para mejorar los resultados de sus negocios con ChileCompra (ComunidadMujer, 2018b).

» La existencia de una plataforma única donde los compradores públicos realicen las contrataciones requeridas asegura la difusión igualitaria para la totalidad de las y los proveedores del Estado. En este sentido, la **difusión de las licitaciones** no es una de las problemáticas con mayor peso explicativo de la menor participación de las proveedoras en las contrataciones públicas de Chile. De hecho, el 83% de las mujeres proveedoras del Estado —como personas naturales— declara que Mercado Público es un sistema de fácil acceso (vs. el 86% de los hombres) y el 42% señala que al menos ingresa una vez por semana para la búsqueda de oportunidades de licitación (vs. el 50% de los hombres)(ComunidadMujer, 2015).

Con todo, el mercado público articula un escenario complejo de restricciones al acceso de empresas de mujeres, que operan en diversos niveles y que van desde pautas socioculturales hasta limitaciones legales, pasando por mecanismos privados de financiamiento, brechas en el acceso a información y tecnología, rigideces en los criterios de contratación pública, entre otros. Cualquier programa que se proponga promover la participación femenina en las compras públicas debe considerar medidas para la reducción de las barreras que históricamente han obstaculizado la participación económica de las mujeres y, a su vez, abordar las especificidades que marcan cualquier proceso de licitación pública.

Cuadro 2 /

Fomento de la vinculación de micro y pequeñas empresas propiedad de mujeres en ventas al Estado.

Entre 2014 y 2018, Chile fue uno de los primeros países en asumir el desafío de, a través de las contrataciones públicas, promocionar el empoderamiento económico de las mujeres y un desarrollo con equidad de género, fomentando la participación de mujeres empresarias —especialmente, aquellas propietarias de micro y pequeñas empresas— en la provisión de bienes y servicios al Estado. Entonces, el diagnóstico desarrollado ComunidadMujer, quien estuvo a cargo de asesorar a ChileCompra en todo el proceso, diseñar e implementar estudios y acciones concretas de promoción, no solo alertaba sobre una baja presencia de mujeres proveedoras del Estado (36% de las personas naturales), sino también sobre su participación aún más baja en la distribución del dinero destinado: 26% de los montos transados en mercado público (ComunidadMujer, 2015).

Tomando en consideración el desafiante escenario y la compleja articulación de restricciones que enfrentan las proveedoras del Estado, ChileCompra desarrolló entonces, en alianza con ComunidadMujer y el apoyo financiero del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del BID, un ambicioso plan de acción basado en un “Modelo de Demanda-Oferta de Empresa Propiedad de Mujeres”, el cual definió tres ejes de intervención: el fortalecimiento de la demanda, la consolidación de la oferta y la gestión de conocimiento y redes.

1. Fortalecimiento de la demanda.
El objetivo principal de este eje de acción fue la sensibilización y formación a los agentes compradores y la disposición de medidas que facilitasen su labor en la promoción de la participación de empresas propiedad de mujeres en las contrataciones públicas. Con este fin, se desarrollaron medidas entre las que destacan:

1.1 Normativas y directrices. Se elaboraron orientaciones específicas para la promoción de la contratación de empresas propiedad de mujeres y/o que promuevan la equidad de género a través de la publicación de la **Directiva N°20,** que recomienda:

a. Incorporar criterios de evaluación de género en las bases de licitación. Se incentiva la inclusión de criterios de evaluación que favorezcan —proporcionando un puntaje adicional— a aquellas empresas lideradas por mujeres y/o con políticas para la equidad de género.

b. Incorporación de criterios de desempate. Cuando dos o más oferentes obtienen el mismo puntaje final, se recomienda incorporar un criterio para priorizar aquellas empresas con mayor puntaje en el criterio de evaluación de género.

c. Incorporación de criterios de género como causal de trato directo. Se permite la elección de proveedoras —como personas naturales— en caso de contrataciones directas menores a 10 UTM y que se adecúen a ciertas consideraciones contempladas en el Reglamento de Compras.

1.2 Sensibilización y formación de compradores públicos. Comprendió medidas de formación y capacitación dirigidas a las y los compradores públicos. Se realizaron talleres y se dispuso un curso virtual para sensibilizar e instalar capacidades sobre género y equidad, el impacto de la participación económica de las mujeres para el desarrollo del país, el rol de las compras públicas para tales fines y los mecanismos existentes para la incorporación del enfoque de género en la contratación. Complementariamente, se incorporaron contenidos específicos sobre la Directa N°20 en la prueba de acreditación de compradores públicos**.**

2. Consolidación de la oferta.

El objetivo principal de este eje de acción fue apoyar la visibilización y crecimiento de las micro y pequeñas empresas propiedad de mujeres, proveedoras del Estado (o potenciales). Con este fin, se desarrollaron medidas entre las que destacan:

2.1 Sello Empresa Mujer. Se creó un sello para identificar y visibilizar las empresas propiedad de mujeres en el sistema de compras públicas y, con ello, facilitar la aplicación de la Directiva N° 20. Este registra y acredita a las mujeres proveedoras del Estado[1].

2.2 Estrategia comunicacional. Se desarrolló una campaña comunicacional *#SiNosotrasGanamosGanaChile* para visibilizar e incentivar la participación de empresas propiedad de mujeres en las contrataciones públicas; se presentaron casos de mujeres empresarias proveedoras a través de la serie de televisión “Soñadoras”, transmitida por Canal 13 Cable, para dar a conocer historias de éxito en la relación con las compras públicas; entre otras.

2.3 Programa de formación y capacitación de proveedoras. Orientado a fortalecer las competencias necesarias para la consolidación de los negocios de las proveedoras. Incluyó programas

1 Ya sea como persona natural o jurídica, donde más del 50% de la propiedad es de una o más mujeres y/o en que su representante legal o gerente general es mujer.

—presenciales o virtuales— que contemplaron el desarrollo de competencias de empoderamiento y liderazgo para el negocio, a través de un inédito Programa Mentoría, en Santiago y regiones, además de otras instancias de capacitación.

3. Gestión del conocimiento y articulación de redes.

El objetivo principal de este eje de acción fue asegurar la sustentabilidad de la intervención. Por un lado, implicó gestionar y sistematizar el conocimiento generado por el modelo de intervención, incluyendo información sobre las características de las proveedoras, sus motivaciones y expectativas de negocio, las barreras que enfrentan, entre otras. Por otro lado, supuso la articulación de redes y la generación de alianzas estratégicas que faciliten los objetivos de la intervención. Destacó la creación de la Asociación de Mujeres Proveedoras del Estado (AMEPE) y la Mesa interinstitucional de género, que reunió y articuló a diversos organismos públicos vinculados al fomento y fortalecimiento de negocios y emprendimientos de las mujeres, también, la alianza con el FOMIN-BID y *SheTrades* del ITC de las Naciones Unidas.

De acuerdo con la sistematización de sus primeros avances y resultados, esta iniciativa ha sido ejecutada exitosamente y con notables progresos desde su implementación (ComunidadMujer, 2018a). De hecho, se ha registrado un aumento considerable en la participación de las empresas propiedad de mujeres en los montos transados en Mercado Público. Entre los años 2013 y 2017, los montos transados por las proveedoras personas naturales registran una importante alza del 25%. Este aumento implica que en 2017 las proveedoras naturales adjudicaron licitaciones por un valor superior a los 180.000 millones de pesos chilenos (300 millones de dólares) (ComunidadMujer, 2018a).

Aun así, el desafío de una mayor incorporación femenina a las contrataciones públicas es a largo plazo —especialmente cuando las restricciones son históricas— y es necesario continuar con la articulación de acciones a favor de la equidad de género en el mercado público nacional. En este sentido, en el desarrollo de la consultoría de apoyo a la implementación de este plan de acción, ComunidadMujer definió como desafíos permanentes: (1) la incorporación de un enfoque de género en el quehacer de ChileCompra; (2) la difusión e implementación continua de la Directiva Nº20; (3) el fortalecimiento de las competencias de empresarias y emprendedoras; y (4) la difusión continua del Sello Empresa Mujer.

Fuente: Elaboración propia con base en ComunidadMujer, 2018a; DIPRES, 2018.

Las empresas proveedoras del Estado propiedad de mujeres son más pequeñas, tienen menos años de experiencia y los niveles de facturación son considerablemente más bajos.

El mercado público: una herramienta estratégica para el empoderamiento económico de las mujeres

En la Conferencia Mundial de ONU Mujeres efectuada en Chile en 2015, se hizo un fuerte llamado a la acción para reducir las brechas de género, con un particular emplazamiento a los gobiernos, por parte de la Directora Ejecutiva del *International Trade Centre* de Naciones Unidas, Arancha González: utilizar la contratación pública como herramienta para reducir la inequidad y fomentar el emprendimiento económico de las mujeres.

Estando a cargo de su dirección, desde ChileCompra nos pusimos en movimiento y golpeamos la puerta de la organización que ha liderado por más de una década el debate acerca de la equidad de género en Chile, ComunidadMujer, con quienes generamos una alianza que nos permitió contar con el apoyo financiero del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para desarrollar un ambicioso programa que favoreciera la participación de mujeres en las compras públicas.

Comenzamos con el levantamiento de la línea base, que evidenció la baja presencia de mujeres en la contratación pública, y conocimos sus características, lo que nos permitió desarrollar un atractivo plan de acción a través de diferentes medidas: modificar la normativa de compras públicas; crear el Sello Empresa Mujer, para identificar a las mujeres y empresas lideradas por mujeres en el sistema de compras públicas; efectuar capacitaciones presenciales y en línea a proveedoras y compradores; e identificar casos de emprendedoras, como Karen Villalón y Gianina Figueroa, embajadoras de la campaña comunicacional.

Además, elaboramos la Directiva N°20, documento que entrega lineamientos para fomentar la equidad de género en los procesos de compras del Estado, ya sea incorporando criterios de evaluación, reglas de desempate a igualdad de puntaje y causales de trato directo en compras menores a 10 UTM, lo que permite contratar directamente a proveedoras con el Sello Empresa Mujer.

Con las acciones implementadas, logramos romper la tendencia: al final del período de medición, los montos transados por mujeres en las compras públicas en Chile aumentaron en un 25%, lo que demostró que el camino que iniciamos era el correcto. Por ello, el BID incluyó el caso chileno en una guía didáctica, o *toolkit*, que promueve la participación femenina en el mercado público, para que se replique en países de Latinoamérica y el Caribe.

Recientemente, Naciones Unidas reconoció a ChileCompra con el premio "*United Nations Public Service Awards*" 2019 por la iniciativa que se presenta en este boletín. Estoy muy esperanzada en que el mercado público continúe como una real oportunidad para las empresarias y que inspire a otros gobiernos a considerar las compras públicas como una efectiva herramienta estratégica que puede favorecer el empoderamiento económico de las mujeres.

Trinidad Inostroza,
Ex directora de ChileCompra

Mujeres y compras públicas: Si ellas ganan, los países crecen

En todo el mundo las mujeres empresarias deben enfrentar barreras complejas e interconectadas para acceder a la igualdad de oportunidades económicas, en comparación con sus pares masculinos. Son propietarias o gestionan una de cada cinco empresas exportadoras y del 40% de las pequeñas y medianas empresas (PYME). Sin embargo, enfrentan barreras que van desde obstáculos legales y reglamentarios hasta normas socioculturales, prejuicios de género, falta de habilidades específicas, redes y financiamiento. A ello se suma el hecho de que las mujeres pasan al menos el doble de tiempo que los hombres realizando trabajos domésticos y de cuidado, lo que reduce significativamente el tiempo que podrían dedicar a oportunidades remuneradas.

También son ellas las que enfrentan desafíos particulares para acceder a contratos de compra y los procesos de adquisición tienden a no facilitar buenos resultados para ello: según datos del Centro de Comercio Internacional (ITC, por su sigla en inglés) y la Unión Europea, los gobiernos de los países en desarrollo gastan el equivalente al 30% del PIB en compras públicas y entre el 10% al 15% en los países desarrollados. De este mercado, se estima que menos del 1% es atendido por mujeres empresarias. Por esto, aprovechar las oportunidades de contratación pública para el empoderamiento de las mujeres no es tan controvertido ni tan complicado como se suele creer.

Muchos países han comprendido la importancia de las políticas y prácticas de contratación pública inclusivas. Uno de estos casos es Chile, que ha mostrado un marcado aumento en la participación económica de las mujeres debido al sistema de apoyo de ChileCompra para capacitar y certificar a mujeres empresarias, establecer asociaciones y abordar la reforma regulatoria.

Los estudios del ITC muestran que las empresas propiedad de mujeres que pueden obtener con éxito contratos gubernamentales generalmente crecen y, a cambio, contribuyen a un mayor incremento del PIB y una tasa mejorada de participación de la fuerza laboral femenina. Después de todo, estas empresas tienden a emplear más mujeres que las que son propiedad de hombres: en el 40% de las sociedades con dominio femenino, la mayoría de los empleados son mujeres, en comparación con solo el 22% de las empresas propiedad de hombres. Por lo tanto, una mayor compra pública a compañías con propiedad femenina proporcionará un trampolín para los avances en la inclusión económica de género. Pero aún falta mucho por hacer.

Poner a más mujeres en las compras públicas no es solo una cuestión de discurso. Esto se logra con legislaciones que reconozcan la especificidad femenina en este tipo de adquisiciones. Se trata de capacitarlas para que salten más fuerte y más arriba. Ya está comprobado que, si ellas ganan, los países crecen. Está en nuestras manos.

Arancha González,
Directora Ejecutiva del Centro
de Comercio Internacional (ITC)

Conclusiones

Es necesario destacar el valor del programa para el fortalecimiento de la vinculación de las mujeres proveedoras con las oportunidades de negocio público desarrolladas por ChileCompra en alianza con ComunidadMujer, no solo por ser una experiencia innovadora a nivel internacional, sino también por lo completa e integral que fue. Sin lugar a duda, el diseño de un plan de acción que contempló, simultáneamente, la consolidación de la capacidad de oferta de las proveedoras del Estado con el fortalecimiento de su demanda—incorporando incluso normativas y directrices en el Reglamento de Compras Públicas— hace que esta sea una iniciativa con enorme potencial de impacto. De hecho, el Balance de Gestión Integral realizado en 2017 por la DIPRES respecto del desempeño de ChileCompra (2018) ya ha dado algunas señales sobre cómo ha afectado positivamente la participación de las mujeres como proveedoras públicas: hoy son más las mujeres certificadas como proveedoras del Estado y, además, ha crecido su participación en los montos transados en el Mercado Público.

Sin embargo, las desigualdades siguen siendo abismantes y el escenario sumamente desafiante, especialmente cuando el 67% de las proveedoras del Estado son también las principales proveedoras económicas de sus hogares. Entonces, es preocupante que las empresas de propiedad de mujeres sigan siendo minoritarias en el Mercado Público, que sean más pequeñas que las de los hombres, cuenten con menos años de experiencia y tengan menores niveles de facturación. Es aún más inquietante la baja proporción de montos públicos transados por ellas, sobre todo porque el potencial de esta herramienta es altísimo: cabe recordar que en 2017 se transaron casi 8 billones de pesos chilenos en este mercado.

En este sentido, es importante continuar con programas de este tipo y velar por su sustentabilidad y consolidación en el mediano y largo plazo. Para avanzar en esta dirección, es clave que las instituciones encargadas de las compras públicas incorporen en sus objetivos estratégicos un enfoque de género que se traduzca en la definición de metas e indicadores de gestión que formen parte del quehacer cotidiano de la organización. Solo de este modo, será posible institucionalizar la continua transformación en las normativas y prácticas institucionales y seguir avanzando en la implementación de acciones para incrementar la participación de empresas propiedad de mujeres.

Dado el peso histórico y la complejidad de las estructuras sobre las que se sustentan las desigualdades de género y las barreras que restringen el crecimiento económico de las mujeres, es poco probable que la eliminación de las brechas de género en el mercado público emane exclusivamente de este tipo de medidas. En primer lugar, es perentorio e indispensable contar con el liderazgo y sensibilización de las autoridades en esta materia, quienes son impulsores de las transformaciones sociales, políticas y económicas que el país requiere. Luego, y condicionado por lo anterior, es necesario el desarrollo de políticas intersectoriales que, en conjunto con la labor de ChileCompra, empoderen a las proveedoras del Estado y las apoyen en la superación de las barreras de acceso a capital financiero, humano y social; a una mayor diversificación y presencia en sectores más productivos; y, finalmente, a una corresponsabilidad social y familiar que las deje de definir como únicas responsables del cuidado de las personas dependientes en los hogares.

Información para profundizar

Banco de Desarrollo de América Latina -CAF-. (2017). Recuperado el 14 de marzo de 2019, de https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/03/el-determinante-papel-de-las-mujeres-en-el-desarrollo-economico-de-america-latina/

Berlien, K., Franken, H., Pavez, P., Varela, P., & Polanco, D. (2016). Mayor Participación de las Mujeres en la Economía Chilena. Santiago: Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño – Isónoma Consultorías Sociales Ltda.

BID (2015). Empoderamiento económico de las mujeres: Bueno para las mujeres, bueno para los negocios y bueno para el desarrollo.

BID (2018). Promoción de las mujeres en las compras públicas.

ChileCompra (2016). Chile, Evaluación del Sistema de Compras Públicas.

ChileCompra (2018). Cuenta Pública. Gestión 2017.

ComunidadMujer (2015). Estudio diagnósitico de género. Proveedoras naturales de ChileCompra. Estudio ejecutado por ComunidadMujer para ChileCompra.

ComunidadMujer (2015). Estudio Diagnóstico de Género. Proveedores naturales ChileCompra. Parte 3. Estudio encuesta proveedores personas naturales ChileCompra. Documento ejecutado por ComunidadMujer para ChileCompra.

ComunidadMujer (2016). Género, Educación y Trabajo. La brecha persistente. Primer estudio sobre la desigualdad de género en el ciclo de vida. Una revisión de los últimos 25 años.

ComunidadMujer (2018a). Compras públicas inclusivas en Chile: Fomentando la vinculación exitosa de micro y pequeñas empresas propiedad de mujeres en ventas al Estado. Documento ejecutado por ComunidadMujer para ChileCompra.

ComunidadMujer (2018b). Estudio perfil de empresas lideradas por mujeres. Documento ejecutado por ComunidadMujer para ChileCompra.

DIPRES (2018). Balance de Gestión Integral año 2017.

WEF (2013). *Global Gender Gap Report*.

IMF (2013). *Women, Work, and the Economy: Macroeconomic Gains from Gender Equity*.

Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2013). Mujeres y actividad emprendedora en Chile 2013/2014. Ediciones Universidad del Desarrollo.

International Trade Centre, ITC (2014). *Empowering women through public procurement*.

McKinsey and Company (2013). *Women Matter: A Latin American Perspective. Unlocking women's potential to enhance corporate performance*.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2017a). Informe de resultados: Empresas en Chile.Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2017b). Informe de resultados: Análisis de género en las empresas.Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018). Boletín Financiamiento en los microemprendimientos. Quinta Encuesta de Microemprendimiento.OCDE (2015). Chile. Prioridades de políticas para un crecimiento más fuerte y equitativo.

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe, SELA (2015). Las compras públicas como herramienta de desarrollo en América Latina y el Caribe.

Somos una organización experta en género que promueve los derechos de las mujeres y aporta al debate, discusión y generación de políticas públicas y corporativas para una mayor igualdad y equidad en nuestro país.

Impulsamos un diálogo transversal y un accionar permanente con diversos actores sociales, nacionales e internacionales, en los ámbitos de la educación, trabajo y política. A través de alianzas público-privadas, investigación, incidencia, formación de líderes y consultorías de género, entre otras iniciativas, trabajamos con una mirada innovadora para facilitar la transformación cultural que nos permita alcanzar un desarrollo sostenible.

Nuestro propósito es que las mujeres nazcan y crezcan en un país con iguales derechos y oportunidades.

Apoya esta publicación:

ProVida AFP
Una compañía MetLife

El contenido de este documento es de exclusiva responsabilidad de ComunidadMujer. Los hallazgos, interpretaciones y conclusiones expresadas en este informe son de exclusiva responsabilidad de los autores y no deben atribuirse de ninguna manera a Provida, quien no tiene responsabilidad por el uso de los datos.

www.comunidadmujer.cl
info@comunidadmujer.cl