



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Departamento de Economía

Maestría en Economía

*Compras públicas como herramienta del
desarrollo de la autonomía económica
de las mujeres*

Maximiliano Matías Narciso FARIÑA

39620936

Mentora: María Gabriela ERTOLA NAVAJAS

Buenos Aires

21 de Diciembre, 2022

Tesis de Maestría en Economía de

Maximiliano Matías Narciso FARIÑA

“Compras públicas como herramienta del desarrollo de la autonomía económica de las mujeres”

Resumen

En el presente trabajo se analiza el impacto provocado por la implementación de una plataforma digital de compras públicas COMPR.AR en la probabilidad de que los procesos de adquisición sean adjudicados a empresas lideradas por mujeres. Se encuentra evidencia que en los organismos que comienzan a utilizar la herramienta aumenta la probabilidad de que un renglón sea adjudicado a una empresa liderada por una mujer. Los efectos son heterogéneos según el tamaño de la empresa. Esto constituye un nuevo aporte a la literatura sobre cómo las reformas de gobierno digital pueden fortalecer la autonomía económica de las mujeres.

Palabras clave: Compras públicas, Género, Transparencia, Argentina, Autonomía Económica, Empresas, Digitalización

“Public purchases as a tool for the development of women's economic autonomy”

Abstract

This paper analyzes the impact caused by the implementation of a digital public procurement platform COMPR.AR on the probability that procurement processes are awarded to companies led by women. Evidence is found that in organizations that begin to use the tool, the probability that a line will be awarded to a company led by a woman increases. The effects are heterogeneous according to the size of the company. This constitutes a new contribution to the literature on how digital government reforms can strengthen the economic autonomy of women.

Keywords: Public purchases, Gender, Transparency, Argentina, Economic Autonomy, Companies, Digitization

Códigos JEL: D02, D73, H11, H21, H57, J16

1. Introducción

En los últimos años, el mayor acceso a datos y estadísticas diferenciadas por sexo ha puesto en evidencia que las brechas de género aún persisten en una gran cantidad de ámbitos. Si bien las mujeres representan casi la mitad de la población mundial, sólo generan el 37 % del PBI mundial (Banco Mundial, 2019). En particular, en América Latina y el Caribe, las mujeres solo ocupan el 15 % de los cargos directivos y son dueñas de apenas el 14 % de las empresas, según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (2021).

La literatura sugiere que a grandes rasgos existen 4 explicaciones para estas diferencias. En primer lugar, se destaca la limitación de tiempo disponible que enfrentan las mujeres como resultado de la distribución desigual de responsabilidades en el hogar. Un estudio de CEPAL (2020) señala que las mujeres de América Latina y el Caribe le dedican hasta el triple del tiempo al trabajo doméstico y a los cuidados no remunerados en comparación con el tiempo que les dedican los hombres. Por ejemplo, la Encuesta del Uso del Tiempo (2022) realizada en Argentina por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) vislumbró que las mujeres dedican un poco más de 6 horas por día a las tareas de cuidado, mientras que los hombres solo le dedican 3 horas y 40 minutos, es decir, el 60 % del tiempo que le destinan las mujeres en promedio. Esto les deja menos tiempo disponible para su desempeño laboral y profesional, afectando su participación en el mercado laboral y, en particular, en sus posibilidades de liderar y desarrollar una empresa. A su vez, esta limitación y brecha cobra mayor relevancia en las mujeres con hijos, las que dedican una cantidad de horas diarias a este tipo de tareas (INDEC, 2022).

En segundo lugar, se encuentran las barreras legales y regulatorias. Si bien se han logrado grandes avances en los últimos 10 años, en 115 economías del mundo aún existen barreras legales que afectan la capacidad de las mujeres para dirigir una empresa de la misma forma que los hombres (Banco Mundial, 2019). Estas limitaciones pueden estar relacionadas con limitaciones para abrir una cuenta bancaria, solicitar un crédito, firmar contratos, registrar empresas, entre otros elementos fundamentales en el desarrollo de un negocio.

En tercer lugar, se destacan las dificultades que poseen las mujeres para acceder al financiamiento. Las empresarias, ante la falta de garantías, la brecha de ingresos y las restricciones a la propiedad de la tierra, enfrentan mayores dificultades para insertarse en el sistema financiero formal (Banco Mundial, 2022). Estimaciones de la Corporación Financiera internacional (IFC, 2017) señalan que las mujeres enfrentan

una demanda de crédito insatisfecha estimada en \$1,7 billones. A su vez, según datos relevados por Global Findex (2017), los hombres tienen entre un 3% y un 6% más de probabilidades de pedir préstamos y ahorrar para fines comerciales que las mujeres. Asimismo, sólo el 7% de los fondos de capital privado y de capital de riesgo se destina a compañías dirigidas por mujeres en los mercados emergentes de todo el mundo (IFC, 2019). A estos hechos se le suman los sesgos de género que pueden llegar a ejercer los trabajadores del banco y los productos de las instituciones financieras que, en general, no se adaptan a las necesidades y características de las mujeres empresarias (Azar, Lara y Mejía, 2018; CEPAL, 2020; Roa y Carvallo, 2018). Estas brechas también se observan a nivel local. En Argentina, sólo el 20,5% de las empresas lideradas por mujeres utiliza créditos bancarios para financiar su inversión, frente a 42,9% en el caso de los hombres, siendo la brecha aún mayor en el caso de las pequeñas y medianas empresas. Es por brechas que el 60% de las empresas lideradas por mujeres están restringidas financieramente, frente al 17% de las empresas lideradas por hombres (BID, 2020).

Por último, las mujeres tienen un acceso limitado a la información y a las redes de contactos. Estas redes de contactos, familia, amigos e instituciones comunitarias desempeñan un rol muy relevante en el desarrollo de un negocio (BID, 2014). Hoy en día, la mayoría de los puestos directivos gubernamentales y empresariales lo ocupan hombres y, como resultado, el contacto de las mujeres con la cultura empresarial a menudo es limitado. Según el estudio *Sexo y Poder ¿Quién manda en la Argentina?* (2020) realizado por el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA) las mujeres ocupan 2 de cada 10 puestos de decisión. A su vez, la participación de las mujeres es casi nula en puestos de liderazgo dentro de los sindicatos, grandes empresas y cámaras empresarias; espacios que siguen siendo casi exclusivamente masculinos. Esto se transforma en limitaciones para el desarrollo de los negocios propiedad de mujeres.

Es por estas razones que se torna necesario que los gobiernos de la región encuentren e identifiquen diferentes estrategias y políticas públicas que permitan disminuir las brechas existentes. En este contexto, las compras públicas pueden representar una oportunidad para que los gobiernos puedan fomentar la autonomía económica de las mujeres y el desarrollo de empresas lideradas por ellas. La OECD estima que los gobiernos de todo el mundo gastan aproximadamente entre el 12% y el 20% de PIB a través de los sistemas de contratación pública. Es decir, en términos del gasto público total, las contrataciones representan entre el 16,7% (Jamaica) y el 50,2% (Perú). En América Latina esa cifra ronda el 30% anual del presupuesto nacional de los países.

La igualdad de género es crucial para el desarrollo y el bienestar de las sociedades. Es por ello que el presente estudio se enfoca en las compras públicas como una herramienta para potenciar la autonomía económica de las mujeres. Para ello, es necesario impulsar procesos de contratación que brinden igualdad de condiciones para las empresas lideradas por hombres y mujeres y disminuyan las barreras de género que se observan en la actualidad.

Las mejoras tecnológicas y de sistemas pueden mejorar radicalmente la forma en que se realizan las compras públicas y fomentar la participación de las empresas lideradas por mujeres en estos procesos. Las plataformas de contratación electrónica pueden mejorar la eficiencia, facilitar el acceso a la información, aumentar la transparencia, reducir los tiempos, simplificar las presentaciones y procedimientos disminuyendo así algunas de las barreras de entrada que enfrentan las empresas lideradas por mujeres (OCDE, 2021; Olusegun et al., 2016; Popovic-Pantic et al., 2020).

En este marco, vamos a analizar la implementación de la plataforma COMPR.AR en Argentina. Esta herramienta, que se lanzó en 2015, redujo los tiempos de las contrataciones, simplificó los procesos de presentación de ofertas y mejoró la eficiencia y transparencia de las compras públicas. Nuestra hipótesis es que estos cambios tuvieron un impacto diferencial de género al disminuir algunas de las barreras de entradas que suelen enfrentar las empresas lideradas por mujeres en este tipo de procesos. Por ello, el presente trabajo estima el impacto de la plataforma en la probabilidad de que una empresa liderada por una mujer gane un proceso de compra pública en Argentina.

Este estudio brinda un sustantivo aporte a la literatura al generar evidencia sobre cómo políticas institucionales pueden tener un efecto positivo en el aumento de la participación de las mujeres en la economía.

En la siguiente sección, se fundamentan las barreras que enfrentan las empresas lideradas por mujeres en este tipo de procesos. Luego, se detalla la intervención realizada en Argentina. En la sección 4, se especifican los datos y fuentes utilizadas. Posteriormente, en la Sección 5, se explica la estrategia de identificación. En la Sección 6, se presentan los resultados. Por último, en la Sección 7, se concluye.

2. Las compras públicas como herramienta de transformación

Un factor de suma relevancia es poder garantizar un acceso equitativo a las compras públicas y proporcionar beneficios al diversificar la cadena de suministros de un modo tal que incluya a las mujeres. Equilibrar el acceso de empresas lideradas por mujeres en las compras públicas puede desencadenar mejores resultados en términos del alivio de la pobreza y el aumento de la igualdad de género (ONU Mujeres, 2021).

Para lograrlo es necesario impulsar políticas públicas que eliminen o reduzcan al máximo las barreras que enfrentan las empresas lideradas por las mujeres en los procesos de contratación. A pesar de que no existen en la actualidad encuestas específicas realizadas a mujeres empresarias argentinas que participen en compras públicas, existe un importante acuerdo en la literatura sobre cuáles son las principales barreras que enfrentan las mujeres al momento de participar en estos procesos. Según ONU Mujeres (2018;2022) y Comunidad Mujeres (2019), las principales barreras son:

- Limitado acceso a la información sobre los procesos de compras públicas. La falta de difusión de las convocatorias limita la participación de empresas de menor tamaño o lideradas por mujeres. Según diferentes estudios, las mujeres no acceden a la información pública con la misma facilidad, proporción y frecuencia que los hombres (OEA, 2018).
- Tiempos limitado de las convocatorias. Muchos procedimientos tienen plazos acotados para la presentación de propuestas lo cual termina afectando principalmente a las empresas lideradas por mujeres debido la distribución desigual de las tareas de cuidado que enfrentan.
- Procesos de compras complejos y poco transparentes. El diseño de reglamentos y procedimientos complejos sumado a la exigencia de excesivos requisitos disminuye la posibilidad de que participen las empresas propiedad de mujeres por sus características específicas. Una muestra de ello es que las empresas lideradas por mujeres tienden a tener entre 9 % y 36 % menos personas empleadas que las de propiedad masculina lo que dificulta la posibilidad de enfrentar procesos con alta carga de documentación (BID, 2015)
- Tiempos de pagos extensos. Especialmente en Argentina, los gobiernos nacionales y subnacionales tienen tiempos de pagos extensos que pueden superar los 90 días. Esto termina excluyendo a las empresas que no tienen acceso a

financiamiento ni garantías. Es decir, limita la participación de las PYMEs y de las empresas propiedad de mujeres. Por ejemplo, en Chile un 43% de las mujeres dueñas de empresas proveedoras del Estado manifiestan que necesitan mayores facilidades para acceder a un crédito y aumentar su capital (Comunidad Mujeres, 2018).

- Falta de conocimiento por parte de los funcionarios/as sobre las desigualdades de género, la necesidad de cerrar las brechas de género y el potencial para ello de los procesos de compras inclusivas (Comunidad Mujeres).
- Percepciones negativas o de poca transparencia debido a que las mujeres son más reacias a ingresar a procesos que consideran que están sujetos a favoritismos (Esarey et al., 2013).
- Una menor autopercepción sobre su posibilidad de aplicar y ganar, lo que disminuye la probabilidad de presentarse.

Las barreras mencionadas hacen que la participación de las mujeres en las compras públicas en América Latina y el Caribe sea muy baja. Por ejemplo, en Chile, las empresas de propiedad de mujeres representan solo 3 de cada 10 proveedores del Estado y, a su vez, son más pequeñas, tienen menos años de experiencia y menores niveles de facturación (Comunidad Mujer, 2019). Asimismo, en la Ciudad de Buenos Aires, un estudio realizado por FEPESNA para ONU Mujeres 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.

Según la OECD, actualmente, el 57% de los países relevados tienen un marco normativa de compras públicas que incluyen consideraciones relacionadas con el género (OCDE, 2020). Si bien varios países cuentan con políticas y reglamentos para estimular la participación de empresas lideradas por mujeres en las adquisiciones públicas, muchos de estas consideraciones son voluntarias o no terminan siendo implementadas a gran escala. Existe una importante brecha entre la normativa y la implementación de estas políticas debido a la falta de datos, la falta de evaluaciones de impacto y la falta de comprensión de las prácticas de promoción de género (OCDE, 2020).

Existen muchas formas y metodologías para incorporar la perspectiva de género en las compras públicas y, así, disminuir las barreras mencionadas. Algunas de ellas son:

- Mejorar en los procedimientos de contratación para reducir las barreras de entrada
- Mejorar las condiciones de acceso a la información y su calidad para facilitar la participación de la mujer en los procesos
- Capacitar y formar a las mujeres con herramientas que promuevan su participación en la contratación pública
- Certificar e identificación de empresas lideradas por mujeres
- Otorgar beneficios o puntaje adicional a las empresas lideradas por mujeres
- Establecer metas a los organismos o ministerios que fomenten la incorporación de empresas lideradas por mujeres
- Establecer exigencias con respecto a políticas de igualdad de género para las empresas proveedores

Por ejemplo, Australia adoptó un enfoque en donde las organizaciones con sede en Australia con 100 o más empleados que deseen participar los procesos de compras públicas deben demostrar su cumplimiento con la Ley de Igualdad de Género en el Lugar de Trabajo del país (OCDE, 2020).

Otro enfoque es el de Bélgica. El país europeo desarrollo y publicó un manual dirigido al personal que gestiona los contratos de compras pública. El manual tiene como fin visibilizar las diferencias entre hombres y mujeres y promover la igualdad durante la planificación y ejecución de los contratos de compras pública (OCDE, 2015).

En América Latina, también se vienen impulsando políticas públicas con este objetivo. Podemos mencionar el Sello Mujer, una de políticas pioneras a nivel mundial implementada por el Gobierno de Chile. Chile impulso la Directiva N°20 con el objetivo de establecer recomendaciones a las agencias del Estado para incorporar perspectiva de género en sus procesos de contratación pública (ONU, 2022; BID, 2019). A su vez, para lograr su implementación se creo la certificación “Empresa Mujer”, para identificar las empresas lideradas por mujeres. Asimismo, se estableció también que las instituciones puedan incluir este factor como criterio en la evaluación para los procesos de contratación de menor monto.

República Dominicana impulso el mismo objetivo, pero mediante un enfoque diferente. En 2008, estableció por normativa que las instituciones estatales debían efectuar el 20% las compras públicas MIPYMES lideradas por mujeres. Esto se complementó con campañas de sensibilización, capacitación y asistencia técnica a

todos los actores del sistema de compras públicas. A su vez, República Dominicana generó un Catálogo de Mujeres Proveedoras del Estado, con el fin de capacitar a las mujeres en el proceso de compras, tanto como recoger sus opiniones para mejorar la inclusión en los procesos de compras (ILDA, 2020).

Si bien se han impulsado diferentes políticas públicas para fortalecer la participación de las empresas lideradas por mujeres, los estudios de impacto sobre los efectos de estas medidas en la participación de las mujeres son casi nulos.

Uno de los pocos análisis sobre estas medidas lo llevo adelante la Dirección de Presupuestos de Chile (DIPRES). En base al estudio concluyen que durante el periodo que se implementaron las políticas mencionadas se incrementó la participación de empresas lideradas por mujeres en los montos transados en las compras publicas (DIPRES, 2018).

Por otro lado, las medidas implementadas en República Dominicana aumentaron la cantidad de mujeres inscritas como proveedoras de menos de 3.000 mujeres a 21.674 mujeres proveedoras en un periodo de 8 años. A pesar de ello, el porcentaje de compras adjudicadas a empresas lideradas por mujeres sigue siendo muy acotado (ONU, 2022).

En cambio, un análisis realizado por Orser (2019) encuentra evidencia para Estados Unidos que sugiere que la política federal de certificaciones basadas en el género no tiene un impacto directo en la participación de las mujeres en las compras públicas.

2.1. La digitalización como una oportunidad de inclusión

Muchos países de América Latina han impulsado en la última década reformas institucionales con el objetivo de fortalecer y digitalizar sus procesos de contratación pública. Estas han generado múltiples mejoras al reducir los tiempos de los procesos de contratación pública, facilitar el acceso a la información sobre las contrataciones, simplificar los procesos de presentación de ofertas, permitir las presentaciones digitales, entre otros cambios.

Un mayor acceso a la información se puede transformar en una mayor participación de las empresas lideradas por mujeres al eliminar o reducir las barreras mencionadas (Vyas-Doorgapersad y Kinoti, 2015; OEA, 2018; BID, 2018).

Asimismo, la desburocratización y la incorporación de tecnología y sistemas para simplificar los procesos pueden restringir las oportunidades de corrupción y facilitar la participación femenina. En el mismo sentido, las iniciativas que buscan aumentar

la conciencia de género de los responsables encargados de las adquisiciones del sector público, incrementar la información proporcionada a las mujeres empresarias y mejorar la capacidad de las mujeres para competir, son instrumentos fundamentales para nivelar las condiciones de competencia y asegurar la diversificación de los oferentes (BID, 2018).

A su vez, las reformas de gobierno digital pueden reducir los tiempos de los procesos de contratación y pago. Esto cobra gran relevancia en países con alta inflación que enfrentan importantes costos financieros. Por ejemplo, en Argentina en 2022 el costo financiero mensual fue mayor al 5% en promedio. Tal como se mencionó anteriormente, procedimientos de compras muy largos implican un alto costo financiero que dificulta la participación de empresas que tienen un acceso limitado al mercado de crédito. Esto cobra relevancia ya que existe una clara brecha de género con respecto al acceso a la financiación dada la disparidad inicial que se observa entre el capital o riqueza que poseen los hombres y las mujeres.

En Argentina, el acceso a productos de crédito presenta una brecha en detrimento de las mujeres de 5,8 puntos porcentuales de diferencia en el porcentaje de adultos que acceden a algún producto. Según Rozenwurcel y Drewes (2012) la falta de financiamiento y las demoras en los pagos contractuales son dos barreras que afectan a las PyMEs con limitada capacidad financiera en su probabilidad de participar en las compras públicas. Estas demoras dejan afuera a una gran cantidad de empresas que al no tener el soporte financiero para solventar las demoras en el cobro, se abstienen de participar. Las plataformas digitales significan una menor necesidad de recursos financieros para poder participar de una compra pública.

Por último, la digitalización de los procesos de compra pública reducen los tiempos necesarios para presentar una oferta al simplificar y acortar los procesos. Estas mejoras podrían aumentar la participación de mujeres en los procesos teniendo en cuenta que la distribución desigual de responsabilidades en el hogar enfrentan limitaciones sustanciales en el tiempo disponible. Estas dificultades se han visto incrementadas en el marco de la pandemia. Una encuesta realizada en 2019 por Mujeres CAME mostró que, en el marco del aislamiento y la pandemia, el 70% de las encuestadas restó horas de trabajo para cubrir tareas domésticas afectando el desarrollo de su negocio o emprendimiento. Estas características afectan la participación de las mujeres en las compras públicas y en sus posibilidades de liderar y desarrollar una empresa. En este marco, disminuir los tiempos que implican presentarse en un proceso de compra pública pueden ayudar a reducir las brechas mencionadas.

Teniendo en cuenta las barreras mencionadas, es esperable que estas plataformas

tengan un impacto diferencial sobre las empresas lideradas por mujeres, y, por ende, fomenten su participación en las compras públicas. Por ende, este trabajo estudia si la implementación de una plataforma digital para compras en Argentina logra aumentar la cantidad de licitaciones ganadas por empresas lideradas por mujeres.

3. La intervención: COMPR.AR

Hasta el 2015, Argentina presentaba importantes ineficiencias en su sistema de compras públicas. Esta situación no era la excepción, sino que representaba la realidad de muchos países de América Latina y el Caribe. En el caso de Argentina, estas ineficiencias se podían explicar principalmente por dos factores.

En primer lugar, los procesos y los sistema de contratación pública eran lentos y complejos. Una muestra de ello es que el tiempo de duración de una licitación, desde la apertura hasta la adjudicación, era mayor a 90 días en promedio. Se pueden nombrar dos elementos que generaban que los procesos sean muy extensos en Argentina. Por un lado, todo se manejaba mediante expedientes en papel. Esto provocaba grandes retrasos ya que dos o más funcionarios no podían ver un expediente al mismo tiempo y hacía necesario el traslado de estos de un sector a otro. Por otro lado, la presentación de ofertas y el acto de apertura se realizaba de manera presencial (Sindicatura General de la Nación, 2016).

En segundo lugar, se puede destacar la falta de información y transparencia como otra de las principales dificultades. Hasta el 2015, se publicaban menos del 50 % de las compras de la Administración Pública Nacional (APN) en la web (Sindicatura General de la Nación, 2016). Estas ineficiencias fomentaban una baja concurrencia de empresas en los procesos de compras y constituían una gran barrera para la participación de empresas lideradas por mujeres en las compras públicas.

Teniendo en cuenta estas deficiencias es que, a partir del 2016, el Gobierno de Argentina, con el apoyo del BID, inicio un proceso de modernización en la Argentina. Uno de los ejes del proceso de modernización fueron las compras públicas. Para ello se desarrolló la plataforma COMPR.AR: un sistema electrónico que buscaba dar transparencia y eficiencia a los procesos de contrataciones y adquisiciones en el ámbito de la Administración Pública Nacional.

En 2016, mediante la Disposición 65/2016, el Gobierno Nacional lanzó COMPR.AR. Se estableció al portal como el medio para efectuar en forma electrónica todos los procedimientos prescriptos en el reglamento del régimen de contrataciones de la Administración Nacional.

Específicamente, la plataforma COMPR.AR consiste en un sistema electrónico de gestión de las compras y contrataciones públicas, por medio del cual las entidades gubernamentales tramitan y publican sus procesos de contratación, y los proveedores presentan sus ofertas (AGN, 2022). El sistema abarca un alcance que va desde la creación de la solicitud de contratación por parte del organismo público hasta la generación del Documento Contractual.

La herramienta implica pasar a un proceso ágil, transparente y seguro. Algunas de las características de COMPR.AR son:

- Permite la difusión de la totalidad de las etapas del proceso de contratación
- Envía automáticamente correos electrónicos a los proveedores inscriptos una vez publicado un proceso de compra.
- Está vinculado al sistema del Boletín Oficial generando de forma automática los documentos a publicar.
- Permite que los interesados pueden realizar las consultas que crean convenientes a través de la plataforma
- Las ofertas son cargadas por los interesados directamente en las plataformas y una vez realizada la apertura, su resultado es comunicado también a través de la plataforma.
- Realiza la apertura de ofertas de forma automática en el día y horario establecido. Así, evita la necesidad de realizar una apertura presencial de las ofertas que implicaba la presencia del organismo contratante y oferentes
- Permite gestionar las impugnaciones que pudieran producirse
- Interactúa con otras aplicaciones del Estado, como por ejemplo GDE, eSIDIF, SIByS, SIPRO simplificando el proceso de contratación

Un trabajo realizado por De Michele y Pierri (2020) evaluó los efectos causales de la implementación de COMPR.AR en la transparencia y eficiencia de los procesos de compras públicas. Los autores encontraron que la plataforma aumentó el número de oferentes, redujo en 12% la duración de los procesos de compras públicas (pasando en promedio de 90 a 78 días) y en 4% el precio por productos similares. Asimismo, el estudio señala que la plataforma facilitó un acceso más igualitario a las licitaciones de compras públicas, que se tornaron más transparentes al limitar la discrecionalidad de los funcionarios públicos.

En este sentido, el presente trabajo busca profundizar el análisis iniciado por De

Michele y Pierri (2020) con el fin de determinar el impacto de la intervención en la probabilidad de que empresas lideradas por mujeres participen en un mayor número de licitaciones y ganen más contratos.

4. Datos

Para poder llevar a cabo el análisis se utilizaron 4 bases de datos. En primer lugar, necesitábamos información sobre las contrataciones públicas realizadas por los diferentes organismos de la Administración Pública Nacional antes y después de la implementación de COMPR.AR. Para ello recurrimos a los datos de la Oficina de Presupuesto Nacional del Ministerio de Hacienda y de la Oficina Nacional de Contrataciones.

Estas bases de datos están a nivel renglón ¹. Es decir, cada observación, es un renglón de una compra pública. La base elaborada cuenta con información de 283.143 renglones de contrataciones realizadas por la Administración Central para las adquisiciones de bienes de uso y servicios desde el 2015 a agosto del 2019. De esta manera, sobre cada renglón se posee en siguientes variables:

- Mes y año de la compra de ese renglón
- Servicio Administrativo Financiero (SAF) ² que realizó la compra de ese renglón
- Código de categoría de producto adquirido (En base a categorías establecidas en el Manual de Clasificación Presupuestaria para el Sector Público Nacional)
- Descripción del producto
- Logaritmo del precio unitario
- Cantidad de unidades adquiridas
- Logaritmo del importe del renglón ajustado por inflación
- CUIT de empresa adjudicada en ese renglón
- Razón social de empresa adjudicada en ese renglón

¹La palabra “renglón” se utiliza para hacer referencia a cada producto que un organismo busca adquirir en el pliego de la compra pública. Es decir, cada compra tiene tantos renglones como cantidad de bienes que se adquieren.

²Los Servicios Administrativos Financieros son el área que brindarán apoyo administrativo y ejecuta las contrataciones de cada organismo/Ministerio o área.

- Variable binaria que indica si la adquisición del renglón se realizó mediante la plataforma COMPR.AR

Como se observa en la Cuadro 1, estos procesos representan compras de bienes y servicios que se adjudicaron a 9.205 empresas distintas y fueron adquiridos por 119 SAF diferentes ³. Respecto a los proveedores, hasta 2019 la cantidad de proveedores registrados ascendía a más de 30.000.⁴

Base COMPR.AR	
Cantidad de órdenes de compra	26.900
Cantidad de renglones adjudicados	283.143
Cantidad de productos diferentes adjudicados	58.553
Cantidad de empresas adjudicadas	9.205
Cantidad de Servicio de Administración Financiera (SAF)	119

Cuadro 1: Descripción de la base

A su vez, es importante resaltar que se observa un bajo nivel de concentración entre las empresas proveedoras. En el período analizado, el promedio de renglones que ganó cada empresa es de 30 (0,01 % de la base completa) mientras que la mediana es de 4.

En segundo lugar, se utilizó una base creada por la Inspección General de Justicia (IGJ). En este organismo están registradas todas las sociedades (+200.000) inscriptas en la Ciudad de Buenos Aires (CABA). Esta base cuenta con el nombre, sexo y domicilio de las autoridades de todas las sociedades registradas para el año 2019. Como autoridad se considera a los representantes de la persona jurídica, es decir, el presidente o socio gerente (según el tipo societario) elegido por la asamblea y determinado según el estatuto para administrar la sociedad. Esta persona, en la práctica, es el dueño de la empresa o una persona idónea para ese fin que asumen las funciones de gestión, administración y representación de la sociedad. Por lo tanto, la variable se puede considerar como un buen proxy de quienes lideran la empresa.

Se deben hacer tres aclaraciones respecto a esta base. La primera es que la base que se utiliza en este trabajo corresponde a todas las empresas registradas en CABA que ganaron licitaciones entre enero de 2015 y agosto de 2019. A pesar de tener información sobre un solo distrito, es muy importante resaltar que las sociedades registradas en la IGJ representan el 60 % de todas las empresas que fueron adju-

³Datos acumulados hasta Agosto del 2019.

⁴Informe de gestión 2015 - 2019 (Secretaría de Modernización, 2019)

dicadas en contrataciones nacionales durante el período analizado. Esta limitación se debe a que no se cuenta con información de las autoridades de las Inspecciones Generales de Justicia del resto de las provincias.

La segunda cuestión es que el registro de inscripción no se encuentra disponible con anterioridad al 2017 lo cual limita la posibilidad de realizar un panel que controle la variabilidad de las autoridades a lo largo del tiempo. En este sentido, es importante mencionar que existe una baja rotación a lo largo del tiempo de las autoridades de las sociedades. Muestra de ello es que desde Julio del 2018 a Julio de 2020, el 92,37% de las autoridades de las sociedades inscriptas en el IGJ se mantuvieron. Asimismo, no se observa un comportamiento sesgado en las personas que dejan de ser autoridades. Si se observa el total de personas que dejan de ser autoridades en el período seleccionado, el 32% son mujeres, porcentaje muy similar a la proporción de mujeres de todas las autoridades inscriptas en la IGJ. Es por ello, que se utilizó esta base y se asignó a cada empresa en cada momento del tiempo, el género de la autoridad que tenía en el registro disponible en el año 2019.

También, es importante resaltar que el Gobierno Nacional no implementó en el período analizado ningún programa que diera un trato diferencial a las empresas con participación de mujeres en su directorio o autoridades. Por ende, no existen beneficios directos en los procesos de compras públicas si se modificaba el sexo de las autoridades de la empresa.

Por último, se utilizó el registro PYME de la Secretaria de Industria y Desarrollo Productivo de Argentina ⁵. En este registro están inscriptas más de 500.000 PyMEs de todo el país. La base de datos cuenta con la siguientes información de cada empresa:

- CUIT
- Razón social
- Variable binaria que indica si es PYME
- Variable que indica la categoría bajo la cual fue clasificada la empresa. Las categorías son micro, pequeña, mediana tramo 1 y mediana tramo 2.
- Domicilio
- Provincia en donde esta radicada

⁵Al momento que se obtuvo la información se denominaba Ministerio de Producción de Argentina

La condición de PyME es verificada por la Secretaría en base a información presentada por la empresa y a verificaciones con la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). De esta forma, se puede identificar el tamaño de las empresas que participaron de los procesos de contratación pública.

5. Metodología

La evaluación de los efectos de COMPR.AR requiere poder comparar el cambio en la proporción de empresas lideradas por mujeres que ganan una compra pública entre las compras que se realizaron un año después de la implementación de la plataforma (grupo tratado) y las compras que no se realizaron a través de la plataforma (grupo control).

Considerando que el orden en el cual se implementó la plataforma en cada organismo no fue aleatorio no se puede utilizar una metodología diseñada para explotar datos experimentales. Asimismo, la gran cantidad de datos con los que cuenta la base implica que un mismo organismo tenga varias compras de distintos productos para un mismo día. Dado que el tratamiento se aplica al nivel del organismo, el hecho de tener varias observaciones en un mismo período de tiempo (día) para cada organismo generaba la imposibilidad de realizar un análisis en formato panel ya que se deberían unificar las adquisiciones de productos diferentes y que pueden haber sido ganadas por empresas distintas en una sola observación.

Por ende, para realizar la estimación del efecto de la plataforma sobre la variable de interés, se utilizó una variante de la metodología de *before and after*. Mediante esta metodología se comparan los renglones de las compras realizadas antes de implementación de COMPR.AR con los renglones de las compras realizadas luego de la implementación del sistema.

El supuesto de identificación de esta metodología es que, si la plataforma no hubiera existido, la proporción de renglones adjudicados a empresas lideradas por mujeres habría sido igual a la proporción que se observaba antes de la implementación del sistema. Es decir, asumimos que no existe otra política o medida que se haya implementado en el mismo momento que la plataforma COMPR.AR y que haya generado un impacto en la probabilidad de que las empresas lideradas por mujeres sean adjudicadas en un renglón de una contratación pública.

Teniendo en cuenta el supuesto de identificación es importante resaltar que en el periodo analizado no se han llevado a cabo otras iniciativas destinadas a fomentar la participación de las mujeres en las compras públicas a nivel nacional.

Algunas iniciativas que podrían tener efecto en ese sentido son los programas de “Sello Mujer”. Estos programas buscan incorporación de criterios de género en la compra pública con el objetivo de identificar y potenciar el rol de las mujeres como proveedoras del Estado. Sin embargo, iniciativas como esta solo se implementaron a nivel subnacional en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires recién en 2020 y en algunas contrataciones. A nivel nacional si bien se han impulsados proyectos no se han implementado políticas en este sentido más allá de la política analizada. A su vez, la Ley Micaela que establece una capacitación obligatoria en genero para todos los empleados públicos con el fin visibilizar y transformar las desigualdades de género recién se comenzó a implementar gradualmente a finales del 2019.

Una característica particular de este estudio es que la intervención se implementó en un momento diferente en cada organismo. La variabilidad temporal en la implementación en cada organismo no permite establecer una relación causal pero le da mayor robustez al resultado. Esto se debe a que los resultados encontrados es poco probable que se puedan explicar mediante una medida o intervención que haya afectado de forma diferencial a ambos tipos de compras (realizadas por COMPR.AR y por fuera de COMPR.AR) en un momento determinado.

Los primeros organismos comenzaron a utilizar COMPR.AR en julio del 2016. A mediados del 2019, casi la totalidad de la Administración Pública Nacional utilizaba el portal para realizar sus compras públicas. En el Anexo A, se detalla la fecha de implementación de la plataforma en cada organismo.

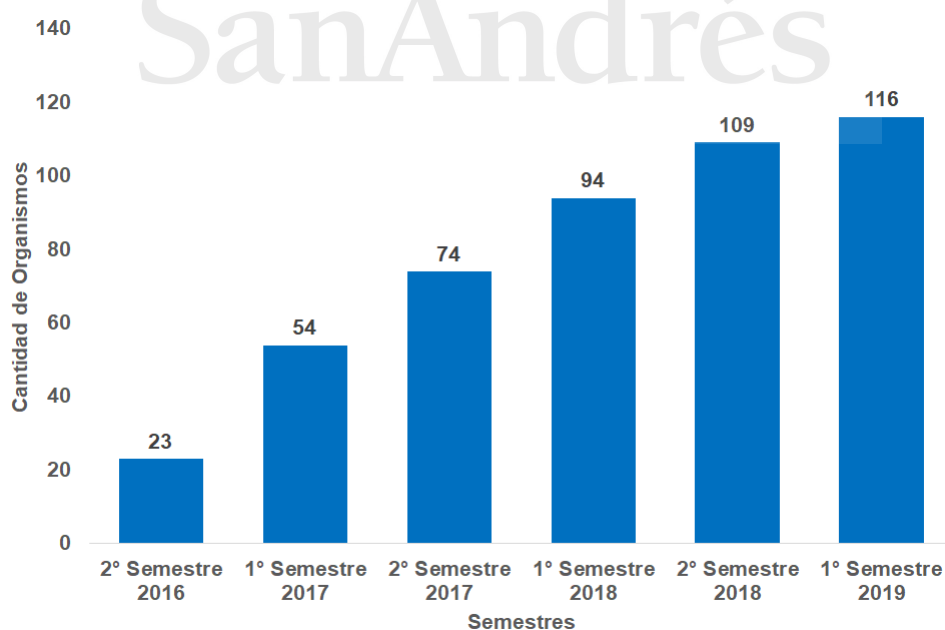


Figura 1: Cantidad de organismos con COMPR.AR

En primer lugar, se implementó el portal en los Ministerios que concentraban la mayor proporción del gasto público. Recién en el segundo semestre del 2018 se incorporaron los organismos más complejos como la Dirección de Vialidad Nacional y las Fuerzas Armadas, que son instituciones que cuentan con más de 20 Unidades Operativas de Contrataciones (UOC) cada una, debido a su carácter descentralizado. Hasta noviembre del 2019, el sistema ya se había implementado en 123 organismos de la APN que agrupan a más de 360 unidades ejecutoras. Esto representa el 92 % de los organismos de la Administración Pública Nacional, es decir, casi la totalidad de las compras de bienes y servicios a nivel nacional.

En este trabajo se definió utilizar como grupo tratamiento a las compras realizadas luego de un año de la fecha en que se implementó el sistema en cada organismo debido a la existencia de un período de aprendizaje. De Michele et al. (2020) detalla que la implementación de COMPR.AR requirió un proceso de adaptación, no solamente para los proveedores que estaban acostumbrados a realizar todas las presentaciones en formato papel, sino también para los organismos y funcionarios públicos que no estaban acostumbrados a utilizar el sistema. A su vez, durante el primer año de implementación de la herramienta en los diferentes organismos, solían convivir compras iniciadas por COMPR.AR y procesos con expediente en papel que se habían iniciado antes de la implementación del sistema, y que todavía no habían sido adjudicados, lo cual dificultaba aún más el proceso de adaptación a la herramienta. Es por esta razón que se decidió definir como organismo tratado a aquel organismo que ya lleva un año de implementación del sistema. Por ejemplo, si la implementación del sistema fue en julio de 2016, se considera tratado al organismo recién en el mes de julio del 2017.

Asimismo, los autores señalan que la duración de los procesos de compras no varió durante el primer año de implementación. Los primeros efectos comienzan a visualizarse recién al año. Asimismo, en el trabajo se indica que los referentes de compras y contrataciones de los principales organismos del Gobierno Nacional en entrevistas que se realizaron durante el 2018 y 2019 mencionaron esta curva de aprendizaje en la utilización de la plataforma.

Por ende, tal como muestra la Figura 2, los grupos se fueron modificando a lo largo del tiempo, a medida que los organismos se vayan incorporando de manera obligatoria a COMPR.AR y cumplan un año de estar usando la plataforma. Al comienzo del período analizado, todas las compras forman parte del grupo control. Al final, todas las compras realizadas por los organismos forman parte del grupo tratado.

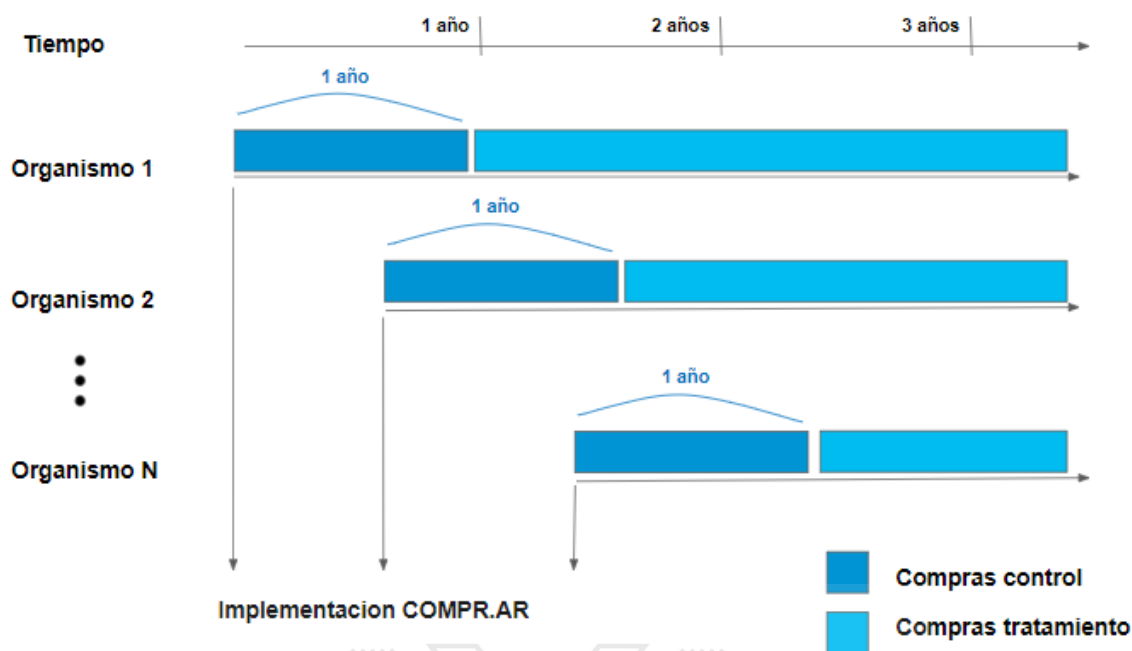


Figura 2: Grupo control y tratado

La estimación se realizará tanto por un modelo de probabilidad lineal como con un modelo *probit* y *logit*. Formalmente,

$$Género_i = \omega + \beta COMPR.AR_i + \lambda MiPyME_i + \delta X_i + \epsilon_i \quad (1)$$

donde Género es una dummy que toma valor 1 si una empresa está liderada por mujeres, COMPR.AR es una dummy que toma valor 1 si la compra pertenece al organismo que implementó la plataforma desde hace y vale 0 antes de la implementación, MiPYME es una dummy que toma valor 1 si la empresa estaba registrada como micro, pequeña o mediana empresa, X es un vector con variables de control de cada adquisición. El subíndice i denota los diferentes renglones de las compras públicas. Los errores se calculan de manera robusta.

En el estudio se va a considerar que una empresa es liderada por mujeres si por lo menos el 50 % de las mujeres son autoridades.

Los controles utilizados a nivel renglón son la cantidad de unidades compradas, el precio pagado, el mes que se realizó la compra y el tipo de bien adquirido ⁶. Esto es

⁶Se controla por las categorías por objeto de gasto establecidas Manual de Clasificación Presupuestaria para el Sector Público Nacional. En el Anexo B se detallan las categorías utilizadas.

de gran relevancia ya que se observa una gran heterogeneidad en los tipos de bienes adquiridos (desde lapiceras a servicios de reparación de automóviles) y en el tamaño de las compra públicas.

6. Resultados

La Figura 3 presenta las estimaciones del modelo especificado en la sección anterior bajo 3 especificaciones diferentes.

La primera especificación presenta una regresión lineal en donde la variable genero se define como una dummy que toma valor 1 si al menos el 50 % de las autoridades de la empresa que gano el renglón son mujeres. En ella se obtiene que la plataforma aumentó en 4,04 puntos porcentuales la probabilidad de que un renglón sea adjudicado a una empresa liderada por una mujer.

VARIABLES	(1) MCO	(2) Probit	(3) Logit
COMPR.AR	0.0404*** (0.00388)	0.043*** (0.0039)	0.042*** (0.0040)
Log (Precios)	-0.0170*** (0.00129)	-0.0648*** (0.00577)	-0.129*** (0.0104)
Log (Cantidad)	-0.00738*** (0.000579)	-0.0337*** (0.00257)	-0.0606*** (0.00454)
PYME	0.108*** (0.00260)	0.529*** (0.0132)	0.960*** (0.0249)
Constante	0.180** (0.0751)	-0.425** (0.192)	-0.802** (0.333)
Observaciones	124,056	120,349	120,349
R-squared	0.184		

Robust standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Nota: Todas las regresiones incluyen controles por mes/año en el cual se realizó la adquisición, SAF que realizo la contratación del renglón, categoría/rubro del producto adquirido en el renglón, cantidad de unidades adquiridas y el logaritmo del precio pagado por el renglón.

Figura 3: Tabla I

A su vez, teniendo en cuenta que la variable genero es una variable binaria, en la segunda y tercera columna se estima la regresión bajo el formato probit y logit. Justamente, estos tipos de modelos están definidos para una variable dependiente binaria.

Para el caso del modelo probit y logit, como los efectos marginales no son constantes,

se estimaron los efectos utilizando las medias muestrales. De esta forma se pudo concluir que con la estimación probit y logit la plataforma aumentó en 4,3 y 4,2 puntos porcentuales respectivamente de la probabilidad de que un renglón promedio sea adjudicado a una empresa liderada por mujeres.

Tal como se observa en la Tabla I, se puede observar que, bajo las tres especificaciones mencionadas, la plataforma COMPR.AR generó un efecto significativo pero pequeño al aumentar la probabilidad de que las contrataciones públicas sean adjudicadas a una empresa liderada por mujeres.

En base a estos resultados se analizaron los efectos desagregados según el tamaño de las empresas con el fin de determinar si la plataforma tiene efectos diferenciales según el tamaño de la empresa.

En la Figura IV, se observa que la plataforma no genera efectos significativos en la probabilidad de que un renglón sea ganado por una empresa micro o mediana que sea liderada por mujeres. Asimismo, si bien se identifica un efecto negativo y estadísticamente significativo para las empresas pequeñas, este es muy pequeño y cercano a cero (2 p.p.).

VARIABLES	(1) Todas	(2) Micro	(3) Pequeñas	(4) Medianas	(5) Grandes
COMPR.AR	0.0404*** (0.00388)	-0.00496 (0.0105)	-0.0205*** (0.00737)	0.0123* (0.00718)	0.117*** (0.00519)
Log (Precio)	-0.0170*** (0.00129)	-0.0102*** (0.00384)	-0.00468* (0.00242)	-0.0174*** (0.00294)	-0.00440*** (0.00159)
Log (Cantidad)	-0.00738*** (0.000579)	-0.00107 (0.00180)	-0.00563*** (0.00112)	0.000391 (0.00116)	-0.00750*** (0.000677)
PYME	0.108*** (0.00260)				
Constante	0.180** (0.0751)	-0.226 (0.179)	0.172** (0.0765)	-0.149*** (0.0345)	0.402*** (0.125)
Observaciones	124,056	22,406	41,964	26,618	32,932
R-squared	0.184	0.307	0.375	0.404	0.337

Robust standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Nota: Todas las regresiones incluyen controles por mes/año en el cual se realizó la adquisición, SAF que realizó la contratación del renglón, categoría/rubro del producto adquirido en el renglón, cantidad de unidades adquiridas y el logaritmo del precio pagado por el renglón.

Figura 4: Tabla II

En cambio, el análisis permite identificar que, en las compras que son adjudicadas

a empresas grandes, la plataforma aumentó en 11,7 puntos porcentuales la probabilidad de que la empresa adjudicada este liderada por una mujer.

En Argentina, la participación de empresas lideradas por mujeres en las compras públicas es muy reducida. Solo el 20,3 % de los renglones eran adjudicados a empresas lideradas por mujeres antes de la implementación del programa. Por ende, la plataforma de COMPR.AR se estima que genero un aumento del 19,7 % en la probabilidad de que el renglón sea adjudicado a una empresa liderada por mujeres y en un 57,6 % si acotamos en análisis a las empresas grandes.

Los efectos encontrados son relevantes y alentadores si se los compara con análisis de políticas publicas impulsadas en la región. Actualmente, es muy acotada la información o estudios de impacto sobre programas que busquen aumentar la participación de las mujeres en las compras públicas. Una de las pocas políticas evaluadas es el Sello Mujer implementado por Chile (ONU, 2022). Un estudio realizado en 2017 por la Dirección de Presupuestos de Chile (DIPRES) concluyó que la participación de empresas lideradas por mujeres en los montos transados en compras publicas de Chile se incrementó de 21 % a 27 % entre 2013 y 2017 (DIPRES, 2018). Sin embargo, el programa no había generado cambios significativos en la proporción de procesos adjudicados a empresas lideradas por mujeres.

6.1. Análisis de robustez

La mayoría de los organismos consideran que una empresa esta liderada por mujeres si al menos el 50 % de las autoridades son mujeres. Por ejemplo, la Corporación Financiera Internacional (IFC) considera que una empresa es considerada propiedad de mujeres si el 51 % de la empresa o más está en cabeza de una mujeres o si el 20 % de la empresa o más pertenece a una mujer y hay una o más mujeres en cargos de dirección. En la misma linea, el Gobierno de Chile considera que una empresa es propiedad de mujeres cuando un 50 % o más de las personas que tienen el control y la administración del negocio son mujeres (BID, 2018)

A pesar de ello, para validar la definición de genero utilizada se replico el análisis para diferentes definiciones.

La Figura V presenta los resultados para tres definiciones diferentes de empresas lideradas por mujeres:

- Al menos el 50 % de las autoridades son mujeres
- Al menos el 75 % de las autoridades son mujeres

- Todas las autoridades son mujeres

VARIABLES	(1) 50%	(2) 75%	(3) 100%
COMPR.AR	0.0404*** (0.00388)	0.0163*** (0.00236)	0.0263*** (0.00166)
Log (Precio)	-0.0170*** (0.00129)	-0.0074*** (0.00071)	-0.00291*** (0.000478)
Log (Cantidad)	-0.00738*** (0.000579)	-0.00198*** (0.000343)	-0.00135*** (0.000223)
PYME	0.108*** (0.00260)	0.005*** (0.00138)	-0.0224*** (0.00106)
Constante	0.180** (0.0751)	-0.049** (0.0177)	-0.00403 (0.0104)
Observaciones	124,056	124,056	124,056
R-squared	0.184	0.299	0.109

Nota: Todas las regresiones incluyen controles por mes/año en el cual se realizó la adquisición, SAF que realizó la contratación del renglón, categoría/rubro del producto adquirido en el renglón, cantidad de unidades adquiridas y el logaritmo del precio pagado por el renglón.

Figura 5: Tabla III

Si bien el efecto de la plataforma varía entre 1.6 y 4 puntos porcentuales bajo las tres definiciones se observa un efecto positivo y significativo. Asimismo, permite concluir que los efectos son menores mientras mayor es la proporción de mujeres que lideran la empresa. Una hipótesis para explicar estos resultados es que las empresas integradas en su totalidad por mujeres enfrentan una mayor cantidad de barreras por lo cual la plataforma no logra generar un efecto significativo en ellas.

A su vez, la Figura 6 replica el análisis para las empresas grandes. En este caso, bajo las tres definiciones utilizadas se mantiene los efectos y magnitudes encontrados.

VARIABLES	(1) 50%	(2) 75%	(3) 100%
COMPR.AR	0.117*** (0.00519)	0.114*** (0.00405)	0.114*** (0.00399)
Log (Precio)	-0.00440*** (0.00159)	-0.00347*** (0.00094)	-0.00118 (0.000851)
Log (Cantidad)	-0.00750*** (0.000677)	-0.00381*** (0.000440)	-0.00264*** (0.000411)
Constante	0.402*** (0.125)	-0.00227*** (0.0256)	0.0540** (0.0221)
Observaciones	32,932	32,932	32,932
R-squared	0.337	0.460	0.455

Robust standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Nota: Todas las regresiones incluyen controles por mes/año en el cual se realizó la adquisición, SAF que realizó la contratación del renglón, categoría/rubro del producto adquirido en el renglón, cantidad de unidades adquiridas y el logaritmo del precio pagado por el renglón.

Figura 6: Tabla IV

7. Conclusión

Las compras públicas no solo representan una gran parte de las adquisiciones de una economía sino que también son una herramienta para potenciar diferentes objetivos como la sustentabilidad, la igualdad de género y la equidad. Específicamente, potenciar la participación de las empresas lideradas por mujeres en las compras públicas es fundamental para lograr la autonomía económica de las mujeres.

En este marco, al análisis realizado se encuentra evidencia de que la plataforma COMPR.AR tiene efectos positivos en la probabilidad de que empresas lideradas por mujeres ganen un proceso de contratación pública.

Sin embargo, se muestra que los efectos encontrados son heterogéneos según el tamaño de la empresa. La plataforma aumentó la probabilidad de que un renglón sea adjudicado a una empresa liderada por mujeres para las compañías de mayor tamaño. En cambio, se obtienen efectos económicamente poco significativos para las empresas PyMES.

La evidencia generada es consistente con la hipótesis de que las empresas PYMES lideradas por mujeres enfrentan mayores barreras de acceso al crédito y limitaciones con respecto a la disponibilidad de tiempo. Por ende, se podría interpretar que los procesos de digitalización de las compras públicas no generan efectos lo suficientemente fuertes para lograr que más empresas pequeñas y lideradas por mujeres sean adjudicadas de los procesos de compras públicas.

En base a la evidencia generada es importantes que los países de la región impulse la digitalización y la modernización de los procesos estatales para lograr compras publicas más eficientes, rápidos y transparentes que permitan disminuir las brechas de genero que existen en la actualidad. Claramente esto se debería complementar con herramientas de financiamiento y políticas publicas diseñadas para las PyMEs lideradas por mujeres.

Asimismo, sería importante generar estudios complementarios que profundicen los hallazgos encontrados. Una de las principales limitaciones del presente estudio se dio por la falta de datos sobre la proporción de autoridades mujeres en cada sociedades para diferentes momentos de tiempo.

A su vez, próximos estudios podrían analizar el efecto de este tipo de plataforma sobre la cantidad de empresas lideradas por mujeres que participan en los procesos de compras públicas. Esto permitiría diferenciar el canal que genera los efectos observados: si la plataforma aumenta la cantidad de empresas lideradas por mujeres que presentan ofertas en las compras publicas o si las empresas lideradas por mujeres que ya participaban antes de la implementación de la plataforma ahora pasan a ganar una mayor cantidad de procesos.

Referencias

- [1] AUDITORÍA GENERAL DE LA NACIÓN (2022). *Informe de auditoría a la Oficina Nacional de Contrataciones* Disponible en: <https://www.agn.gob.ar/sites/default/files/informes/2022-117-Informe.pdf>
- [2] BANCO MUNDIAL (2014). *Entrepreneurship in Latin America a step up the social ladder.* Disponible en: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/530831468045044844/pdf/Entrepreneurship-in-Latin-America-a-step-up-the-social-ladder.pdf>
- [3] BANCO MUNDIAL (2020). *Mujeres empresarias: Barreras y oportunidades en el sector privado formal en américa latina.* Washington, DC.
- [4] BANCO MUNDIAL (2022). *Women, business and the law 2022.*
- [5] BELÁUSTEGUI, V. (2011). *Las compras públicas sustentables en América Latina. Estado de avance y elementos clave para su desarrollo.* Red Interamericana de Compras Gubernamentales: Programa ICT4GP. Documento de Trabajo, (3).
- [6] BID (2018). *Incorporación de la perspectiva de género en el Fondo de Transparencia.*
- [7] BID (2019). *Toolkit: Promoción de la mujer en las compras públicas*
- [8] BID (2020). *Género y acceso al financiamiento empresario en Argentina*
- [9] BID (2021). *Una olimpiada desigual: la equidad de género en las empresas latinoamericanas y del Caribe*
- [10] COMUNIDAD MUJER. (2019). *Compras públicas con enfoque de género: un caso de éxito para el desarrollo sostenible.*
- [11] DE MICHELE, R., Y PIERRI, G. (2020). *Transparency and digital government: The impact of compr.ar in argentina.* Inter-American Development Bank, DISCUSSION PAPER N° IDBDP- 767.
- [12] DIPRES (2018). *Balance de Gestión Integral año 2017.*
- [13] EQUIPO LATINOAMERICANO DE JUSTICIA Y GÉNERO (2020). *Sexo y poder ¿Quién manda en Argentina?: Participación de las mujeres en espacios de poder*
- [14] ESAREY, J., Y CHIRILLO, G. (2013). *Fairer sex or purity myth? Corruption, gender, and institutional context.* Politics Gender, 9(4), 361-389.

- [15] INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION (2017). *MSME Finance Gap: Assessment of the Shortfalls and Opportunities in Financing Micro, Small, and Medium Enterprises in Emerging Markets* Working Paper, IFC, Washington, DC.
- [16] INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION (2019). *Moving Toward Gender Balance*. Disponible en: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/Moving+Toward+Gender+Balance+Final.pdf?MOD=AJPERES>
- [17] INDEC (2022). *Encuesta del Uso del tiempo* Disponible en https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/enut_2021_resultados_definitivos.pdf
- [18] INICIATIVA LATINOAMERICANA POR LOS DATOS ABIERTOS (2020). *Inclusión de mujeres en las contrataciones públicas: la experiencia latinoamericana*. Disponible en: <https://hivos.org/assets/2021/02/Inclusion-de-mujeres-en-las-contrataciones-publicas-1-1.pdf>
- [19] OCDE (2016), *Panorama de las Administraciones Públicas: América Latina y el Caribe 2017*, Éditions OCDE, Paris. <http://dx.doi.org/9789264266391-es>
- [20] OCDE (2021), *Promoting gender equality through public procurement: challenges and good practices*
- [21] OEA (2018). *II Taller: La Perspectiva de Género en la Ley Modelo de Acceso a la Información Pública 2.0*
- [22] Oficina Internacional del Trabajo (2015) *La mujer en la gestión empresarial : cobrando impulso*. Disponible en: <https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS.335674/lang-es/index.htm>
- [23] Olusegun, B.S. and Akinbode, J.O. (2016) *Determinant of small and medium enterprises (SMEs) low participation in public procurement in Lagos, Nigeria*, Journal of European Business and Management, Vol. 8 No. 32, pp. 20-26, Disponible en: <http://dlc.dlib.indiana.edu/dlc/bitstream/handle/10535/10720/PROCUREMENT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [24] ONU MUJERES (2017). *El poder de las adquisiciones: Cómo adquirir productos y servicios de empresas que son propiedad de mujeres: Una guía sobre adquisiciones con perspectiva de género para las empresas*
- [25] ONU MUJERES (2021). *Empowering women through public procurement and enabling inclusive growth*

- [26] ONU MUJERES (2022). *Compras públicas con perspectiva de género: Avances y desafíos en América Latina para dinamizar a las empresas lideradas por mujeres como motor de la recuperación post COVID*
- [27] ONU MUJERES (2022b). *Procurement's strategic value: Why gender-responsive procurement makes business sense*
- [28] ORSER, B., RIDING, A., WEEKS, J. (2019). *The efficacy of gender-based federal procurement policies in the United States*. International Journal of Gender and Entrepreneurship.
- [29] ORSER, B., LIAO, X. D., RIDING, A. L., DUONG, Q., CATIMEL, J. (2021). *Gender-responsive public procurement: strategies to support women-owned enterprises*. Journal of Public Procurement.
- [30] POPOVIĆ-PANTIĆ, S., SEMENČENKO, D., VASILIC, N. (2020). *Gender based analysis of the access to public procurement in Western Balkan by SMEs*. Economic Analysis, 53(2), 51-67.
- [31] ROA, M. J., Y CARVALLO, O. A. (2018). *Inclusión financiera y el costo del uso de instrumentos financieros formales: Las experiencias de América Latina y el Caribe*.
- [32] ROZENWURCEL, G. Y G. BEZCHINSKY (COMPILADORES) (2012). *Compras públicas en América Latina y el Caribe. Diagnósticos y Desafíos*.
- [33] ROZENWURCEL, G., Y DREWES, L. (2012). *Las pymes y las compras públicas*.
- [34] SARTER, E. K. (2020). *The Development and Implementation of Gender Equality Considerations in Public Procurement in Germany*. Feminist Economics, 26(3), 66-89.
- [35] Sindicatura General de la Nación (2016) *El estado del estado: Diagnóstico de la administración pública en diciembre del 2015*. Recuperado el 15 de septiembre de 2018 de https://www.sigen.gob.ar/pdfs/el_estado_del_estado.pdf.
- [36] VYAS-DOORGAPERSAD, S., AMP; KINOTI, A (2015). *Gender-based public procurement practices in Kenya and South Africa*.

Anexo A: Cronograma de implementación

Descripción	Fecha de implementación
Ministerio de Modernización	jul-16
Secretaría Legal y Técnica	jul-16
Secretaría General de Presidencia	jul-16
Jefatura de Gabinete de Ministros	ago-16
Agencia de Administración de Bienes del Estado	ago-16
Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas	ago-16
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	sep-16
Ministerio de Producción	sep-16
Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos	sep-16
Ministerio de Energía y Minería	sep-16
Ministerio de Comunicaciones	sep-16
Sindicatura General de la Nación	sep-16
Ministerio de Agroindustria	oct-16
Ministerio de Desarrollo Social	oct-16
Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda	oct-16
Ministerio de Seguridad	nov-16
Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto	nov-16
Ministerio de Transporte	nov-16
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva	nov-16
Ministerio de Cultura	nov-16
Ministerio de Defensa	dic-16
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable	dic-16
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	dic-16
Ministerio de Salud	ene-17
Ministerio de Educación y Deportes	ene-17
Servicio Penitenciario Federal	ene-17
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)	feb-17
Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales	feb-17
Instituto Nacional de Asuntos Indígenas- (INAI).	feb-17
Secretaría de Políticas Integrales Sobre Drogas de la Nación Argentina (SEDRONAR)	mar-17
Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE)	abr-17
Autoridad Regulatoria Nuclear (ARN)	abr-17

La tabla continua desde la página previa

Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)	abr-17
Tribunal Fiscal de la Nación (TFN)	abr-17
Unidad de Información Financiera (UIF)	abr-17
Dirección Nacional de Vialidad	may-17
Policía de Seguridad Aeroportuaria (PSA)	abr-17
Dirección Nacional de Migraciones (DNM)	abr-17
Comisión Nacional de Valores (CNV)	abr-17
Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)	may-17
Registro Nacional de las Personas (RENAPER)	may-17
Subsecretaría del Servicio Logístico de la Defensa	may-17
Agencia Nacional de Materiales Controlados (ANMAC)	may-17
Hospital Nacional Dr. Alejandro Posadas	may-17
Instituto Nacional de Semillas (INASE)	may-17
Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA)	may-17
Instituto de Investigaciones Científicas y Técnicas para la Defensa (CI-TIDEF)	may-17
Comisión Nacional de Regulación de Transporte (CNRT)	may-17
Ente Nacional de Obras Hídricas de Saneamiento (ENHOSA)	may-17
Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES)	jun-17
Instituto Geográfico Nacional (IGN)	jun-17
Servicio Meteorológico Nacional (SMN)	jun-17
Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)	jun-17
Dirección General de Fabricaciones Militares (DGFM)	jun-17
Secretaría Nacional de Ninez, Adolescencia y Familia del Ministerio de Desarrollo Social	jul-17
Organismo Regulador de Seguridad de Presas (ORSEP)	jul-17
Administración Nacional de Seguridad Social - (ANSES)	abr-17
Administración Nacional de Aviación Civil - (ANAC)	jul-17
Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria- (CO-NEAU)	jul-17
Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo- (INADI)	jul-17
Ministerio de Turismo	ago-17
Superintendencia de Servicios de Salud	ago-17
Tribunal de Tasaciones de la Nación (TTN)	ago-17

La tabla continua desde la página previa

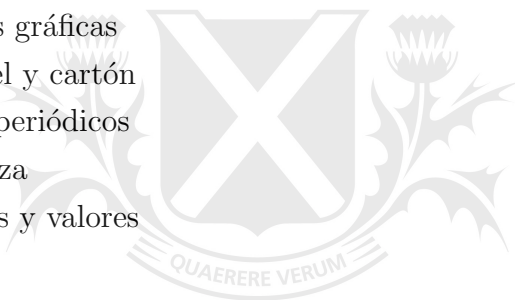
Agencia Federal de Ingresos Públicos (AFIP)	mar-17
Agencia Nacional de Laboratorios Públicos (ANLAP)	sep-17
Superintendencia de Riesgos de Trabajo (SRT)	sep-17
Instituto Nacional del Cáncer (INC)	sep-17
Centro Internacional Para la Promoción de los Derechos Humanos	oct-17
Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos (ORSNA)	oct-17
Junta de Investigación de Accidentes de Aviación Civil (JIAAC)	oct-17
Instituto Nacional del Teatro	nov-17
Servicio Nacional de Rehabilitación	dic-17
Teatro Nacional Cervantes	dic-17
ACUMAR	dic-17
Estado Mayor General de La Fuerza Aérea	ene-18
Instituto Nacional de Investigación y Desarrollo Pesquero - (INIDEP)	ene-18
Fondo Nacional de las Artes	ene-18
Agencia Nacional de Discapacidad	ene-18
Instituto Nacional de las Mujeres	feb-18
Hospital Nacional en Red Especializado en Salud Médica y Adicciones "Licenciada Laura Bonaparte CENARESO	feb-18
Comisión Nacional de Energía Atómica	feb-18
Prefectura Naval Argentina	mar-18
Ministerio de Finanzas	mar-18
Instituto Nacional de la Propiedad Industrial	mar-18
Estado Mayor General de La Armada	abr-18
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)	abr-18
Instituto Nacional de Vitivinicultura	may-18
Instituto Nacional Central Único Coordinador de Ablación e Implante (INCUCAI)	may-18
Administración Nac. de Laboratorios e Inst. de Salud Dr. Carlos G. Malbrán (ANLIS)	may-18
Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT)	may-18
Policía Federal Argentina	may-18
Ente Nacional Regulador del Gas (ENARGAS)	jun-18
Biblioteca Nacional "Doctor Mariano Moreno"	jun-18
Hospital Nacional "Baldomero Sommer"	jun-18

La tabla continua desde la página previa

Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV)	jul-18
Gendarmeria Nacional Argentina	jul-18
Instituto Nacional de Rehabilitación Psicofísica del Sur "Dr. Juan Otimio Tesone"	jul-18
Comisión Nacional de Actividades Espaciales	jul-18
Ente Nacional Regulador de la Electricidad (ENRE)	jul-18
Instituto Nacional del Agua	ago-18
Instituto de Ayuda Financiera para Pago de Retiros y Pensiones Militares (IAFPRPM)	ago-18
Caja de Retiros, Jubilaciones y Pensiones de la Policía Federal Argentina	ago-18
Administración de Parques Nacionales	ago-18
Fundación Miguel Lillo	ago-18
Colonia Nacional "Dr. Manuel Montes de Oca"	ago-18
Servicio Geológico Minero Argentino	sep-18
Superintendencia de Bienestar de la Policía Federal Argentina	dic-18
Estado Mayor Conjunto de Las Fuerzas Armadas	sep-18
Estado Mayor General del Ejercito	dic-18
Agencia de Acceso a la Información Pública	feb-19
Procuración del Tesoro de la Nación	feb-19
Nación Fideicomisos S.A. (SUBAST.AR)	mar-19
PAMI	abr-19
Banco Nacional de Datos Genéticos	abr-19
Agencia de Deporte Nacional	abr-19
Dirección de Obras Social del Servicio Penitenciario Federal	jun-19
INCAA	sep-19

Anexo B: Categorías de productos en base a clasificación por objeto del gasto - Manual de Clasificaciones Presupuestarias

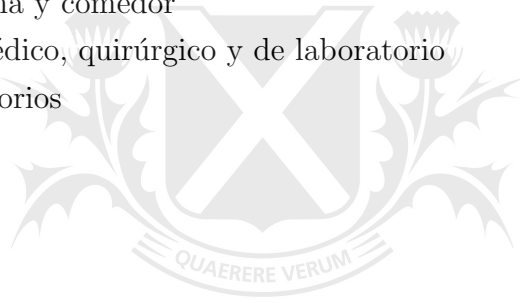
- 211 Alimentos para personas
- 212 Alimentos para animales
- 214 Productos agroforestales
- 215 Madera, corcho y sus manufacturas
- 219 Otros no especificados precedentemente (n.e.p.)
- 221 Hilados y telas
- 222 Prendas de vestir
- 223 Confecciones textiles
- 229 Otros n.e.p.
- 231 Papel de escritorio y cartón
- 232 Papel para computación
- 233 Productos de artes gráficas
- 234 Productos de papel y cartón
- 235 Libros, revistas y periódicos
- 236 Textos de enseñanza
- 237 Especies timbradas y valores
- 239 Otros n.e.p.
- 241 Cueros y pieles
- 242 Artículos de cuero
- 243 Artículos de caucho
- 244 Cubiertas y cámaras de aire
- 251 Compuestos químicos
- 252 Productos farmacéuticos y medicinales
- 253 Abonos y fertilizantes
- 254 Insecticidas, fumigantes y otros
- 255 Tintas, pinturas y colorantes
- 256 Combustibles y lubricantes
- 257 Específicos veterinarios
- 258 Productos de material plástico
- 259 Otros n.e.p.
- 261 Productos de arcilla y cerámica
- 262 Productos de vidrio
- 263 Productos de loza y porcelana
- 264 Productos de cemento, asbesto y yeso
- 265 Cemento, cal y yeso



Universidad de

San Andrés

269 Otros n.e.p.
271 Productos ferrosos
272 Productos no ferrosos
273 Material de guerra
274 Estructuras metálicas acabadas
275 Herramientas menores
279 Otros n.e.p.
283 Carbón mineral
284 Piedra, arcilla y arena
289 Otros n.e.p.
291 Elementos de limpieza
292 Útiles de escritorio, oficina y enseñanza
293 Útiles y materiales eléctricos
294 Utensilios de cocina y comedor
295 Útiles menores médico, quirúrgico y de laboratorio
296 Repuestos y accesorios
299 Otros n.e.p.
311 Energía eléctrica
312 Agua
313 Gas
314 Teléfonos, télex y telefax
315 Correos y telégrafo
319 Otros n.e.p.
321 Alquiler de edificios y locales
322 Alquiler de maquinaria, equipo y medios de transporte
323 Alquiler de equipos de computación
324 Alquiler de fotocopiadoras
325 Arrendamiento de tierras y terrenos
326 Derechos de bienes intangibles
327 Alquiler con opción a compra
329 Otros n.e.p.
331 Mantenimiento y reparación de edificios y locales
332 Mantenimiento y reparación de vehículos
333 Mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo
334 Mantenimiento y reparación de vías de comunicación
335 Limpieza, aseo y fumigación
336 Mantenimiento de sistemas informáticos



Universidad de
San Andrés

339 Otros n.e.p.
341 Estudios, investigaciones y proyectos de factibilidad
342 Médicos y sanitarios
343 Jurídicos
344 Contabilidad y auditoría
345 De capacitación
346 De informática y sistemas computarizados
347 De turismo
349 Otros n.e.p.
351 Transporte
352 Almacenamiento
353 Imprenta, publicaciones y reproducciones
354 Primas y gastos de seguros
355 Comisiones y gastos bancarios
356 Internet
359 Otros n.e.p.
360 Publicidad y propaganda
371 Pasajes
372 Viáticos
379 Otros n.e.p.
382 Impuestos directos
383 Derechos y tasas
386 Juicios y mediaciones
391 Servicios de ceremonial
393 Servicios de vigilancia
395 Pasantías
399 Otros n.e.p. 4
412 Edificios e instalaciones
421 Construcciones en bienes de dominio privado
422 Construcciones en bienes de dominio público
431 Maquinaria y equipo de producción
432 Equipo de transporte, tracción y elevación
433 Equipo sanitario y de laboratorio
434 Equipo de comunicación y señalamiento
435 Equipo educacional y recreativo
436 Equipo para computación
437 Equipo de oficina y muebles



Universidad de
San Andrés

- 438 Herramientas y repuestos mayores
- 439 Equipos varios
- 440 Equipo militar y de seguridad
- 450 Libros, revistas y otros elementos coleccionables
- 460 Obras de arte
- 470 Semovientes



Universidad de
San Andrés